

المعايير المهنية والأخلاقية لمعالجة قضايا الرأي فى البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية

دراسة على القائم بالاتصال

د/ سهير صالح إبراهيم (*)

مقدمة:-

يعانى الإعلام المصرى فى الفترة الأخيرة من حالة فوضى وانفلات غير مسبوقه فى ظل فراغ تشريعى وتعارض للقيم المهنية مع المصالح الشخصية.

وهو ما ينعكس بالسلب على الممارسات الحالية وخاصة فى الإعلام الفضائى والالكترونى، مما تسبب فى وقوع الإعلاميين الممارسين فى أخطاء جسيمة وممارسات غير مهنية وتفتقد للقواعد الأخلاقية. مما زاد من إحباط الجمهور من وجود رادع ينظم العمل الإعلامى ويحدد أسس وأساليب ممارسته فى ظل تحديات عديدة تواجه الدولة ومؤسساتها.

يتجسد مفهوم الأخلاقيات المهنية فى قيم عامة مثل العدالة والأمانة، وقيم خاصة بالمهنة مثل الفصل بين الخبر والرأى والدقة والموضوعية والحياد، وتصحيح الخطأ والحفاظ على سرية المصادر، والحفاظ على الخصوصية، وحق الجمهور فى حرية التعبير.

مشكلة الدراسة:-

تثير الممارسات الإعلامية لوسائل الإعلام المصرى الرسمى والخاص فى تناول قضايا الرأى حالة من الجدل وخاصة فى مجال الإعلام الفضائى حول دور الإعلاميين ومسئوليتهم نحو أداء مهنى يتسم بالطابع الموضوعى والمتوازن ويراعى القيم الأخلاقية ويطبقها.

ولأن الإعلام المرئى هو الأكثر تأثيراً فى مجتمع يعانى من نسب مرتفعة من الأمية وله عادات مشاهدة متأصلة، تمثل البرامج الحوارية، وفقاً لعدد من الدراسات، المصدر الأول للمعلومات لقطاع عريض من الجمهور إضافة لقدرتها على التأثير فى الرأى العام وخاصة أن أغلب مقدميها يتمتعون بشعبية ومصداقية لدى الجمهور تصل

(*) أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية - جامعة القاهرة.

لمرحلة النجومية فى المجال الإعلامى. ولذا فمن الضرورى تقديم تقييماً علمياً لأداء الإعلام الفضائى، خاصة البرامج الحوارية، باعتباره مكون رئيسى للرأى العام.

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة فى محاولة للتعرف على تقييم الإعلاميين أنفسهم لدورهم وللعوامل المؤثرة فى أدائهم للعمل الإعلامى كمهنة ممارسة وتقييم أسلوب ممارسة زملائهم فى الفضائيات المصرية وبرامج التوك شو فى عرض قضايا الرأى وتأثير الضغوط والعوامل التى تنعكس على قيمهم وتصوراتهم المهنية وأدوارهم التى يقومون بها والعوامل المؤثرة عليهم.

أهمية الدراسة:-

١- افتقاد الممارسة الإعلامية فى السنوات الأخيرة قواعد الممارسة المهنية السليمة، وأصبح الإعلام يسوده الابتذال والإثارة على حساب أخلاقيات الممارسة، فى إطار سعى الإعلاميين لتحقيق مصالح شخصية أو نتيجة لضغوط خارجية ومجتمعية مختلفة، دون أى التزام نحو المسئولية الاجتماعية للإعلام تجاه أفراد مجتمعه وثوابت دولته.

٢- تزامت الدراسة الحالية مع الموافقة على قانون لتنظيم الإعلام للقضاء على مظاهر الانفلات الإعلامى والذى أفرز عديد من الانتهاكات للقيم والمبادئ الأخلاقية للإعلام المتوازن. وخرجت عديد من القنوات الفضائية المصرية عن دورها الأساسى ورسالتها الإعلامية لممارسات سلبية، وتزايدت الشكاوى من المضمون الذى تقدمه البرامج الحوارية على شاشتها.

٣- أهمية وخطورة الدور الذى تقوم به البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية، والتى أصبحت المصدر الرئيسى للحصول على المعلومات لدى قطاع كبير من الجمهور ومصدراً للتعرف على قضايا الوطن والعالم، مما جعلها أشبه بالجريدة المصورة لعرض الأحداث الجارية ومناقشة الموضوعات المطروحة.

٤- تزايد الجدل حول دور البرامج الحوارية الفضائية كوسيلة أساسية لبعض الأنظمة السياسية للتعبير عن نفسها وأصبح مناقشة البرامج للقضايا جزءاً من نسيج الواقع السياسى وانعكاساته أيضاً باعتبارها معول أساسى فى تشكيل الرأى العام والتأثير فيه وأصبح تناول القضايا الخلافية مرتكزاً لهذه البرامج لنقل ما يحدث فى المجتمع والعالم بصفة يومية للرأى العام وهو ما يعتبر دوراً مهماً يجب أن تقوم به البرامج الحوارية الفضائية.

أهداف الدراسة:

- ١- التعرف على مدى التزام البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية بالمعايير والقواعد المهنية فى تقديمها لمعالجة قضايا الرأى التى تناقش على شاشتها، فى إطار المبادئ الرئيسية لأخلاقيات المهنة (مثل الدقة والموضوعية والتنوع والتوازن..).
- ٢- التعرف على رأى الخبراء فى طبيعة الضغوط التى يتعرض لها الإعلامى فى تناول قضية والعوامل المؤثرة عليه فى عرضها، ومدى إمكانية الزامه بدليل للمعايير المهنية والأخلاقية للعمل الإعلامى.
- ٣- تقييم البرامج الحوارية الفضائية وعرض سلبياتها وإيجابياتها فى التعامل مع قضايا الرأى وتفنيد التجاوزات المهنية التى تقدم فيها من وجهة نظر الممارسين أنفسهم.
- ٤- عرض رؤية مستقبلية مقترحة من الخبراء والإعلاميين لتقديم معالجة متوازنة ومهنية للبرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية للقضايا والموضوعات المطروحة للنقاش.

الدراسات السابقة:

قسمت الباحثة الدراسات السابقة لمحورين أساسيين هما:

أولاً: البرامج الحوارية فى الفضائيات وقضايا الرأى

ثانياً: عوامل المهنية الإعلامية والمعايير الأخلاقية فى مناقشة القضايا

أولاً: البرامج الحوارية فى الفضائيات وقضايا الرأى:

- ١- دراسة سحر صوفى (٢٠١٦) بعنوان: تقييم معايير الأداء المهنى لمقدمى البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية الخاصة:^(١)

طبقت الدراسة لمعرفة مدى رضا الجمهور عن أداء مقدمى هذه البرامج ومدى التزامهم بقم المسئولية الاجتماعية وذلك من خلال دراسة تحليلية وميدانية.

توصلت لعدة نتائج منها:

اظهرت الدراسة التحليلية وجود أخلاقيات للحوار بين الضيوف مثل الاحترام المتبادل للآراء وعرض وجهات نظر متعددة وإعطاء مدى زمنى مناسب لعرضها

واحترام حق الجمهور فى المعرفة وعدم استخدام صور غير لائقة والتنوع فى عرض القضايا والموضوعات والدعوة لحق الرد والتصحيح وجاء برنامج الحياة اليوم فى مقدمة البرامج التى تلتزم بالمعايير المهنية للقائم بالاتصال، وبرنامج هنا العاصمة على رأس البرامج التى سجلت سلبيات فى الأداء.

عبر الجمهور عن نسب مشاهدة مرتفعة للقنوات وخاصة سى بى سى والنهار والحياة فى حين أكدوا أن أكثر القنوات التزاماً بمبادئ المسئولية الاجتماعية هى الحكومية.

وجاء السمات المهنية لمقدمى البرامج الحوارية لتشمل التقديم الجيد والفصل بين الرأى والخبر والصدق والموضوعية وقدموا مقترحات لإلزام الإعلامى بأداب المهنة ومعاقبته فى حالة مخالفتها قانونياً وإصدار عقوبات ضد القنوات المخالفة. ووجدت الدراسة علاقة ارتباطية بين درجة التزام القنوات بمبادئ المسئولية ورضا المبحوثين عن أدائها.

٢- دراسة دينا يحيى (٢٠١٥) بعنوان: تقييم طلاب الإعلام للأداء المهنى لبرامج التوك شو التلفزيونية فى إطار نظرية المسئولية الاجتماعية:^(٢)

سعت الدراسة لرصد تقييم الطلاب للمعايير التى تحكم برامج التوك شو التلفزيونية استناداً لنظرية المسئولية بهدف وضع قواعد أكاديمية لها فى موضع التطبيق ومعرفة السلبيات والإيجابيات لها. من خلال دراسة مسحية طبقت باستخدام استبيان على ٣٠٠ مفردة وتحليل مضمون عينة من برامج التوك شو.

اظهرت النتائج اهتمام الطلاب بمراعاة البرامج الحوارية لقيم وأخلاقيات المجتمع كمحدد رئيسى لتقييمها (بوزن نسبى ٦٣%) ومراعاة البرامج لخصائص الجمهور (بوزن نسبى ٥٤%) وأكد المبحوثون أن أهم أسباب عدم مشاهدة هذه البرامج هو لعدم مراعاتها أخلاقيات المجتمع ولدورها الإعلامى تجاهد (بوزن نسبى ٥٧,٦%).

٣- دراسة رباب عبد الرحمن هاشم (٢٠١٣) بعنوان: دور البرامج الحوارية التلفزيونية المقدمة بالقنوات الحكومية والخاصة فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشاركة السياسية:^(٣)

تناولت الدراسة العلاقة بين مشاهدة البرامج الحوارية التوك شو المقدمة فى القنوات الحكومية والخاصة ومعارف واتجاهات المبحوثين واتجاهاتهم نحو التطورات السياسية فى مصر بعد ثورة يناير، وتأثيراتها على نواياهم السلوكية نحو المشاركة

السياسية باستخدام منهج المسح على عينة من الجمهور وقوامها ٣٥٠ مفردة من محافظة القاهرة.

أظهرت نتائج الدراسة أن البرامج الحوارية فى الفضاءات الخاصة والإخبارية العربية جاءت فى مقدمة مصادر المعلومات للجمهور المصرى لمتابعة الأوضاع السياسية بعد ثورة يناير، ووجود تغيير إيجابى نحو اتجاهات المشاركة السياسية لدى المبحوثين فى المستقبل.

٤- دراسة أنجى محمد بركة (٢٠١٣) بعنوان: دور البرامج الحوارية التليفزيونية فى دعم المشاركة السياسية للجمهور المصرى:^(٤)

تناولت الدراسة تأثير مناخ الحرية فى مضامين البرامج الحوارية من خلال دراسة على القنوات التليفزيونية الأرضية والفضائية المصرية. استخدمت المنهج المسحى بتطبيق دراسة تحليلية على برنامجين ودراسة ميدانية على عينة من ٤٢٠ مبحوث من الجمهور.

أظهرت نتائج الدراسة: عدم وجود فروق دالة بين مضمون البرنامجين محل الدراسة وهى العاشرة مساء وصفحة جديدة، ووجود توازن فى اهتمامهما بعرض القضايا، وأشارت لضعف مشاركة الجمهور فى البرامج وتركيزها على التنوع فى تخصصات الضيوف.

أظهرت عينة الدراسة نسب تعرض متوسطة وضعيفة لهذه البرامج ووجدت علاقة ارتباطية بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية ومستوى المشاركة السياسية بالنسبة للقنوات الأرضية، وعدم وجود علاقة ارتباطية بالنسبة للتعرض للبرامج الحوارية فى الفضاءات الخاصة.

٥- دراسة تامر محمد صلاح الدين (٢٠١٣) بعنوان: معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية للقضايا السياسية ما بعد ٢٥ يناير:^(٥)

تناولت الدراسة طبيعة المعالجة التى قدمت فى هذه البرامج لإظهار المسئولية الاجتماعية لها فى تناول القضايا السياسية وشملت أربع برامج حوارية على قنوات الحياة ومصر ٢٥، CBC والناس.

اظهرت النتائج أنها أصبحت منتدى للنقاش السياسى والتفاعل والمشاركة مع المتلقى لإبداء الرأى فى القضايا المطروحة، وعرض وجهات نظر متعارضة. وفى المقابل فإن المشاركين فى بعضها غير موضوعيين فى أحيان كثيرة مما يعطى لها

الوصف بأنها متحيزة ولها إنتماءات حزبية وغير موضوعية، واعتبرت بشكل عام أدوات جديدة للتنشئة السياسية والتشجيع على المشاركة.

٦- دراسة طارق محمد إبراهيم (٢٠١٢) بعنوان: دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو قضايا الإصلاح السياسى: (٦)

قامت الدراسة بتحليل آراء واتجاهات الجمهور لمعرفة دور البرامج الحوارية فى قضايا الإصلاح السياسى باستخدام منهج المسح على عينة شملت ٥١٠ مبحوثاً. وجاءت نتائجها لتظهر عدم وجود علاقة دالة بين متابعة الجمهور لقضايا الإصلاح السياسى فى البرامج وبين وعيهم السياسى بالأحداث، وعدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين تركيز الجمهور أثناء مشاهدتهم لهذه البرامج وتأثر اتجاهاتهم نحو القضايا السياسية.

٧- دراسة مجيب أحمد الشميرى (٢٠١١) بعنوان: دور برامج الرأى فى الفضائيات الإخبارية العربية فى تدعيم المشاركة السياسية لدى طلاب الجامعات فى اليمن: (٧)

تناولت الدراسة طبيعة العلاقة بين تعرض الشباب اليمنى لبرامج الرأى فى القنوات الإخبارية ومدى تأثير هذا التعرض على المشاركة السياسية.

استخدمت منهج المسح من خلال دراسة تحليلية لعينة من البرامج المقدمة فى قناة الجزيرة وقناة العربية ودراسة ميدانية طبقت على الشباب الجامعى فى اليمن.

توصلت الدراسة لنتائج منها:

تعد برامج الرأى من أسباب زيادة المعرفة السياسية وتكوين الاتجاهات السياسية للشباب ومتغير مهم فى سلوكياتهم نحو المشاركة السياسية.

ووجدت علاقة ارتباطية دالة بين معدلات تعرض الشباب الجامعى لبرامج الرأى فى الفضائيات الإخبارية العربية ومستويات مشاركتهم السياسى ومستوى الثقة فى الحكومة.

٨- دراسة ياسمين سعد (٢٠١٠) بعنوان: دور برامج الرأى بقناة مصر الإخبارية فى تكوين المعرفة عن القضايا العامة لدى الجمهور المصرى: (٨)

استهدفت الدراسة التعرف على مدى اعتماد الجمهور على برامج الرأى فى القناة

لتكوين المعرفة لديهم بالقضايا العامة وذلك من خلال دراسة مسحية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور .

أظهرت النتائج أن برامج الرأى فى القناة ساعدت المشاهدين على معرفة عدد من القضايا منها الأزمة المالية العالمية والقضية الفلسطينية وانفلونزا الخنازير .

٩- دراسة حسن خليل (٢٠١٠) بعنوان: معالجة قضايا المواطنة والديمقراطية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية وعلاقتها بإدراك المراهقين لها:^(٩)

تناولت الدراسة دور التلفزيون فى تشكيل المواطنة والديمقراطية لدى المراهقين من خلال دراسة مسحية على عينة شملت ٤٠٠ مراهق وتحليل مضمون لعينة من البرامج الحوارية، وأكدت النتائج أن المراهقين متوسطى وكتيفى المشاهدة لهذه البرامج أكثر إدراكاً لمفهوم وأبعاد المواطنة والديمقراطية من منخفضى المشاهدة .

١٠- دراسة وفاء عبد الخالق ثروت (٢٠٠٨) بعنوان: دور البرامج الحوارية فى التلفزيون المصرى فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التعديلات الدستورية:^(١٠)

طبقت الدراسة لمعرفة طبيعة العلاقة بين البرامج الحوارية فى التلفزيون المصرى واتجاهات الجمهور نحو التعديلات الدستورية، ودرجة ثقة الجمهور فيما تقدمه هذه البرامج من خلال دراسة مسحية طبقت على عينة من الجمهور بلغت ٤٢٠ مبحوثاً فى ثلاث محافظات .

وأظهرت نتائجها وجود علاقة ارتباط دالة بين إدراك الاتجاه السائد فى البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية الخاصة للتعديلات الدستورية واتجاه الجمهور نحوها فى حين لم تظهر علاقة دالة بالنسبة للقنوات الرسمية الحكومية .

١١- دراسة عزة الكحكى (٢٠٠٨) بعنوان: حدود الحرية والمسئولية كما يراها القائم بالاتصال:^(١١)

والتي تناولت أبعاد المسئولية الاجتماعية والأخلاقية ومستوى الحرية الإعلامية لدى الإعلاميين بقناة الجزيرة، وتوصلت لنتائج منها:

تأكيد المبحوثين أن ممارسة الحرية الإعلامية لا يحول دون مراعاة المسئولية الاجتماعية والأخلاقية للمهنة .

١٢- دراسة ريهام سامى يوسف (٢٠٠٨) بعنوان: دور البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية الحكومية والخاصة فى ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصرى: (١٢)

تناولت الدراسة تحديد القضايا المجتمعية التى تناقشها البرامج الحوارية ومقارنتها بأجندة قضايا الجمهور للقضايا المجتمعية. من خلال دراسة تحليلية لبرنامجين فى الفضائية المصرية (البيت بيتك) وقناة دريم (العاشرة مساءً) لمدة شهرين. ودراسة ميدانية على عينة عمدية قوامها ٤٢٠ مفردة من الجمهور.

أظهرت الدراسة عدة نتائج منها:

اهتمت البرامج فى القنوات الحكومية بمشكلات التعليم والخدمات واعتمدت على ذكر السبب والحل فى عرض القضية، واهتمت بالضيوف من المسؤولين. اهتمت القناة الخاصة بمشكلات السياسة والرأى العام وركزت على عرض الأسباب دون التطرق لحلول واهتمت بالضيوف من الخبراء والمتخصصين.

١٣- دراسة رانيا أحمد محمود (٢٠٠٧) بعنوان: مدى اعتماد الشباب على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصرى: (١٣)

تناولت الدراسة برامج الرأى ودورها فى تعريف الشباب بمشكلات المجتمع طبقت على عينة من الشباب شملت ٢٠٠ مبحوثاً.

توصلت لنتائج منها أن البرامج الحوارية وبرامج الرأى فى مقدمة المصادر التى يعتمد عليها الشباب فى الحصول على المعلومات عن مشكلات مجتمعهم ووجدت علاقة ارتباطية دالة بين الاعتماد على هذه البرامج والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لهذا الاعتماد.

١٤- دراسة أمانى الحسينى (٢٠٠٦) بعنوان: دور البرامج السياسية فى القنوات المصرية المحلية فى تشكيل الرأى العام لدى النخبة تجاه الأحداث الجارية: (١٤)

استهدفت الدراسة التعرف على مدى اعتماد النخبة على البرامج السياسية لتشكيل آرائهم. أظهرت نتائج الدراسة إعجاب النخبة بهذه البرامج لأنها تتمتع بالمصداقية، فى حين تقل مصداقيتها لديهم عندما لا تعرض جميع الآراء وتكتفى بأراء الأغلبية.

١٥- دراسة جيلان عبد الرازق (٢٠٠٤) بعنوان: أساليب تغطية القضايا فى برامج
الرأى المذاعة على الهواء فى القنوات الفضائية:^(١٥)

استهدفت الدراسة رصد القضايا التى تناولت برامج الرأى Talk Show المقدمة
فى القنوات الفضائية العربية وتأثيراتها. من خلال دراسة تحليلية لعينة من برامج قناة
النيل للأخبار وقناة أبو ظبى وقناة LBC وقناة MBC والجزيرة.
أظهرت نتائج الدراسة:

أن القضايا السياسية جاءت فى مقدمة القضايا التى اهتمت الفضائيات
بمعالجتها يليها القضايا الاجتماعية.

اختلفت الأطر الخيرية المستخدمة فى التغطية الإخبارية للقضايا باختلاف نمط
الملكية للقنوات ما بين الحكومية والخاصة.

١٦- دراسة عادل عبد الغفار (٢٠٠٣) بعنوان: أبعاد المسؤولية الاجتماعية
للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأى
المقدمة بقناة دريم ٢:^(١٦)

أظهرت نتائج الدراسة اهتمام مكثف بالمسؤولية الأخلاقية نحو المجتمع مقابل
ضعف الاهتمام بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الأفراد والدولة.

١٧- دراسة أشرف جلال (٢٠٠٥) بعنوان: العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام
وطبيعة ومستوى الحرية فى القنوات المصرية الحكومية والخاصة: دراسة
مقارنة لبرامج الرأى:^(١٧)

طبقت الدراسة على ٤٠٠ مفردة من الجمهور العام وتوصلت عدة نتائج منها:
أثرت القنوات الخاصة المصرية فى خريطة برامج الرأى من خلال تناولت موضوعات
جريئة بأسلوب إخراجى مميز ومن ثم إزداد اعتماد الجمهور عليها وزاد تعرضهم
لمضامينها واتجاههم الإيجابى نحوها. حيث أفردت مساحة حرية لمناقشة موضوعات
مختلفة فى البرامج الحوارية مما أدى لارتفاع معدلات مشاهدة الجمهور لها واكتساب
معلومات منها ثم تشكيل الآراء والاتجاهات الجماهيرية نحو القضايا المثارة.

١٨- دراسة عبد الرحمن الشامى (٢٠٠٥) بعنوان: برامج الرأى فى الفضائيات
العربية:^(١٨)

وهى دراسة تحليلية لعينة شملت ٤٤ حلقة من برنامج منبر الجزيرة.

خرجت بعدة نتائج منها: أن أهم الموضوعات المطروحة هي مشاريع الإصلاح ومستقبل الدولة ذات النزاعات والاتفاقات الدولية وقرارات القمة العربية والأحداث العربية واستخدمت أساليب تدليل من النصوص الدينية والتصريحات، وأكثر طرق مشاركة الجمهور عبر الهاتف والبريد الإلكتروني.

١٩- دراسة باربرا أوسبورن **Barbra Osborn** (٢٠٠٦) بعنوان: المقابلات والبرامج الحوارية للانتخابات:^(١٩)

من خلال دراسة على الجمهور شملت ٢٠٠ مفردة لمعرفة تأثير البرامج على آرائهم وتحليل لعينة من البرامج الحوارية شملت برنامجي أوبرا ولارى كينج خلال شهرين وأكدت النتائج أن طرح الموضوعات والقضايا استخدم التنوع في وجهات النظر والعرض الموضوعي غير المتحيز لوجهة نظر معينة، وانها تحظى بجاذبية لدى جمهورها وتمثل عامل مهم في اتخاذهم للقرار نظراً لاحتياجهم للمعلومات السياسية وخاصة في فترة الانتخابات.

٢٠- دراسة الان روبن وآخرون **Alan Rubin et al** (٢٠٠٣) بعنوان: اهتمام المشاهدين لمتابعة البرامج الحوارية:^(٢٠)

طبقت الدراسة على عينة من الجمهور العام من مشاهدي البرامج الحوارية بكثافة وشملت برامج أوبرا ود/ فيل وتوصلت النتائج أن المشاهدين تقبلوا الأفكار التي طرحت في البرامج الحوارية وبدءوا النقاش حولها وخاصة الموضوعات الجديدة وغير المسبوقة.

ثانياً: عامل المهنية الإعلامية والمعايير الأخلاقية في مناقشة القضايا:

٢١- دراسة روسى لوبيسين وآرثر سو **Rocci Luppein and Arthur So** (٢٠١٦) بعنوان: نظرة أخلاقية للاستخدام التجارى للإعلام فى سياق العوامل المهنية والحكومية:^(٢١)

تناولت الدراسة عرض لنظرة تكاملية لاستكشاف السمات الأخلاقية للاستخدام التجارى للإعلام وقامت بتحليل ٣٦ مقالة متنوعة خلال الأعوام من ٢٠١٠ وحتى ٢٠١٥ فى أمريكا الشمالية.

وجدت النتائج العامة أن مناقشة القضايا الأخلاقية والاجتماعية متعددة حول موضوعات مثل الخصوصية والمساحة المتاحة من الحرية، والأمانة فى عرض المعلومات.

كما أظهرت أن أغراض الاستخدام التجارى المطلوبة فى الإعلام تشكل قوانين خاصة لأخلاقيات الاستخدام، وأسهمت الدراسة فى إمدادنا بنظرة لحالة المعلومات العامة المتعلقة بالتحقيق من سلامة الاستخدام التجارى للمعلومة.

٢٢- دراسة المجلس الإعلامى الكينى (٢٠١٥) بعنوان: الأخلاقيات فى وسائل الإعلام العرقية: دراسة تقييم الكفاءة الأخلاقية والمهنية للمحطات الكينية فى مناقشة القضايا الشائكة: (٢٢)

الدراسة طبقت باستخدام تحليل المضمون على أشهر ثمانى محطات كينية للبرامج الحوارية والتوك شو الشهيرة بها والتي تحظى بأكبر نسبة متابعة من الجمهور.

وأظهرت النتائج أن المناقشات رغم أنها معتدلة إلا أن أكثر من ثلث البرامج تسمح بمداخلات من الجمهور غير محايدة وتحوى كم من التطرف فى عرض وجهة النظر وحدة فى التعبير عنه، وأحياناً تكون آراء ومعلومات زائفة. وتستخدم التعبيرات العاطفية والمنحازة.

ومعظم الضيوف من السياسيين والخبراء قدموا معلومات غير دقيقة ومضللة كما أظهرت أن أصحاب المحطات وفروا مناخ من التشدد للرأى ولم يلتزموا بالتقييم والمعايير الأخلاقية أو المهنية.

٢٣- دراسة الشبكة العربية ومؤسسة الصوت الحر (٢٠١٤) بعنوان: وسائل الإعلام المرئى والمعايير المهنية والأخلاقية: (٢٣)

استهدفت الدراسة التعرف على مدى التزام البرامج الحوارية بالقواعد المهنية للتغطية الإعلامية من خلال دراسة تحليلية لأربع قنوات تليفزيونية هى: النيل للأخبار، الجزيرة مباشر، مصر وقناة الحياة والسى بى سى.

اظهرت النتائج ما يلى:

حاولت القنوات توحى المهنية والتنوع والتوازن طالما أن القضية لا تتعرض للشأن السياسى، فى حين تبدأ الانحياز لسياسة تحريرية محددة إذا تعرضت لقضايا سياسية وخاصة إذا كانت التيارات الدينية جزءاً من هذا الخلاف. وارتكبت كل القنوات عينة الدراسة أخطاء مهنية نظراً لعدم وجود ميثاق (كود) أخلاقى صارم تفرضه على مقدميها للالتزام بالمعايير المهنية وكثيراً ما ينحاز المذيع للطرف الذى يمثل وجهة نظر وسياسة القناة التى يتبعها.

- استخدمت الألفاظ غير اللائقة بشكل مكرر في القنوات الأربع وكانت تصدر من ضيوف البرامج ومن المذيعين أنفسهم.
- يعتبر خطاب الكراهية والحض على العنف والتمييز من أخطر وأهم النتائج التي أظهرتها الدراسة أنها من الأخطاء المهنية التي ارتكبت في القنوات وبرامجها الحوارية.

٢٤- دراسة فوزية عبد الله (٢٠١٣) بعنوان: "تصورات الإعلاميين في وسائل الإعلام الإماراتية لأدوارهم المهنية والعوامل المؤثرة فيها":^(٢٤)

حددت الدراسة العوامل المؤثرة في العمل الإعلامي والمصادر التي تؤثر بشكل فردي، لتشمل على جانبين: الأول: من داخل وسائل الإعلام ويتضمن القيم والمعتقدات الشخصية، الأقران في العمل، المشرفون على التحرير والمحرفون في المستويات العليا، مديرو المؤسسات الإعلامية، مالكو المؤسسات الإعلامية السياسة التحريرية، الاعتبارات التجارية، توقعات الربح، بحوث وبيانات الجمهور، إتاحة المصادر لجمع الأخبار، قيود الوقت، أخلاقيات الصحافة.

ثانياً: من خارج وسائل الإعلام ويضم كل من: الأصدقاء والمعارف، والعائلة، والزملاء في وسائل الإعلام الأخرى وردود فعل من الجمهور، المنافسة من المؤسسات الإعلامية، قوانين الإعلام، حق الوصول للمعلومات، الرقابة المسئولون الحكوميون السياسيون، جماعات الضغط، رجال الأعمال، العلاقات العامة، العلاقات مع المصادر الإخبارية.

٢٥- دراسة نهى العبد (٢٠١٣) بعنوان: "تطبيق القواعد المهنية في البرامج الحوارية التلفزيونية في تغطية فترة ما بعد الثورات العربية على الجمهور العام وعلى القائم بالاتصال":^(٢٥)

اختبرت الدراسة مدى التزام البرامج الحوارية بأخلاقيات المهنة من وجهة نظر الجمهور عبر دراسة ميدانية على عينة ٤٢٠ مفردة، وعلى القائم بالاتصال ١٠٠ إعلامي من العاملين من البرامج الحوارية.

وتوصلت إلى عدة نتائج منها: أن أهم الانتهاكات الأخلاقية في هذه البرامج هي السب والقذف والتجريح ونشر الشائعات، وأن من أهم الأسباب لوضع قيود على أداء البرامج الحوارية أنها متحيزة ثم أنها لا تلتزم بالأخلاقيات المهنية (٦١,٧%) ثم جاء اعتمادها على الإثارة (٥٢,٨%) وتقديمها لصور سلبية عن الأحداث. وعبر

المبحوثون عن أهم القواعد المهنية التي يجب مراعاتها في البرامج الحوارية هي الدقة والحياد والموضوعية، ثم مراعاة القيم الأخلاقية.

٢٦- دراسة روثان كيث RuAnn Keith (٢٠٠٩) بعنوان: "بناء المهنية: الحتمية التاريخية لتجارية وسائل الإعلام": (٢٦)

ناقشت الدراسة العوامل السياسية والاقتصادية في الثقافة الأمريكية التي تضغط على وسائل الإعلام للتوازن بين مفهوم التجارة ونظرية السوق، والسياسة المهنية للوسيلة لتأكيد المظهر الديمقراطي للمجتمع الأمريكي.

من خلال دراسة حالة على نتائج ثلاث دراسات نظرية أخرى ناقشت نفس المفاهيم الخاصة ببناء المهنية الإعلامية، وأكدت المناقشات أن محاولة أرواء جمهور وسائل الإعلام قد يفسد أو يوقف المهنية قبل أن يتم تفعيلها كعلاقة حاكمة، وخاصة في ضوء عدم وجود سياق محدد لتطبيقها بنفس الفاعلية لدى جميع الوسائل.

٢٧- دراسة ساندرا كلارك Chandra Clark (٢٠٠٩) بعنوان: الأخبار الزائفة المصورة وارتباطها بالأخلاقيات والمهنية والمصداقية: (٢٧)

تناولت الدراسة نشر الأخبار المصورة وتطبيقاتها على أخلاقيات الإعلاميين والأمانة والمهنية والمصداقية والعوامل التسويقية، من خلال تطبيق استبيان على ٥٣٣ مبحث من المشاهدين والصحفيين والإعلاميين الممارسين وطلاب الإعلام في الجامعة.

أظهرت النتائج أن المشاهدين يلجأون للتلفزيون والإنترنت كمصدر رئيسي للمعلومات وتأكيدهم أن الأخبار المصورة مؤثر رئيسي في الممارسة الإعلامية رغم اعتقادهم أنها غير أخلاقية ولا تطبق المعايير المهنية، في حين عبر الإعلاميين الممارسين عن اعتقادهم بتأثير المواد المصورة الزائفة على استقلالهم وأنها تعبر عن عوامل تجارية أكثر منها مهنية أو أخلاقية.

٢٨- دراسة نهى العبد (٢٠٠٨) بعنوان: المعايير الأخلاقية والسلوكية التي يكتسبها المراهقون من البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية التي تقدم مضموناً أجنبياً^(٢٨)

والتي طبقت دراسة تحليلية خلال شهرين على برامج توك شو شملت ٤٠ حلقة، إضافة لدراسة ميدانية على ٤٠٠ مفردة من المراهقين. أظهرت النتائج ما يلي:

تتناول الموضوعات المعاصرة والنفسية فى مقدمة الموضوعات إضافة للمشاكل الأسرية، وارتفعت نسب ومعدلات مشاهدة البرامج الحوارية لدى العينة بهدف التعرف على المعلومات وآراء المتخصصين وتكون وجهة نظر فى القضايا المختلفة ولفتت الدراسة النظر لخطورة التأثير التراكمى لهذه البرامج.

٢٩- دراسة خالد صلاح الدين (٢٠٠٨) بعنوان: اتجاهات الرأى العام المصرى نحو ثنائية الإعلام والشائعات^(٢٩)

قامت الدراسة بتحليل محددات الوعى الإعلامى لدى الرأى العام المصرى لمعرفة تأثيره فى اتجاهات نحو دور الإعلام فى بث ونشر الشائعات السلبية واعتمدت على نظرية المسؤولية الاجتماعية وطبقت على ٤٠٠ مفردة وخلصت إلى: ارتفاع الوعى العام لمعايير الوعى الإعلامى المرتبطة بالممارسات غير المسؤولة والمتمثلة فى ترويج الشائعات، وأكد المبحوثون أن وسائل الإعلام تختلف فى قدرتها على تكريس ثقافة الشائعة حسب إمكاناتها الإبداعية.

ووجد ارتباط بين إدراك الجمهور لمعايير الوعى الإعلامى للوسيلة وإدراكهم لإمكاناتها التأثيرية وبين إدراكهم لأهمية المسؤولية الاجتماعية للإعلام فى مواجهة الشائعات الضارة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- اتفقت معظم الدراسات على أهمية التزام القائم بالاتصال بالمسؤولية الاجتماعية وتطبيق أخلاقيات الإعلام على البرامج الحوارية والقنوات الفضائية، والالتزام بقيم وأخلاقيات المهنة من خلال تطبيق ميثاق الشرف الإعلامى وعدم مخالفته بما لا يتعارض مع حرية التعبير للقناة والقائم بالاتصال والتمسك بمبادئ المسؤولية الاجتماعية الإعلامية فى تناول مختلف القضايا والموضوعات.
- اختلفت الدراسات السابقة فى تقييمها لمدى التزام القنوات الفضائية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية فى نقل المعلومات والصور الحقيقية للأخبار وطرح قضايا جريئة، ومنها اتجاه يرى عدم التزامها بسبب حرصها على تحقيق الربح والهدف الترفيهى فى المقام الأول، إضافة لوجود ممارسات تتعارض مع القيم المهنية والمعايير الأخلاقية وارتكاب عديد من التجاوزات التى تتحرف بها عن وظائف الإعلام الجيد ودوره فى نقل الأحداث والدفاع عن القيم المجتمعية.

الإطار النظرى للدراسة:

تتبنى الدراسة مدخلين نظريين:

الأول: مدخل الممارسة المهنية.

الثانى: نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

أولاً: مدخل الممارسة المهنية:

أصبحت الممارسة الإعلامية فى السنوات الأخيرة مفتقدة قواعد الممارسة المهنية السليمة ويسود المشهد الإعلامى الفوضى فى ظل غياب التشريعات والضوابط التى تحكم العمل الإعلامى، وأصبحت لغة الخطاب الإعلامى يسودها الابتدال والاعتماد على الإثارة على حساب القيم الأخلاقية وأسس المهنية.

يتمثل المدخل فى مجموعة المعايير التى يجب تطبيقها من جانب القائم بالاتصال فى المنتج الإعلامى، وهى تشمل أخلاقيات العمل الإعلامى المنصوص عليها فى التشريعات ومواثيق الشرف الإعلامية وهل تخضع وسائل الإعلام بالفعل لممارسة وتنفيذ هذه الضغوط المهنية أم أنها تخرج كثيراً على هذه القواعد، فى إطار سعيها لتحقيق مصالحها ومصالح جماعات الضغط المجتمعية والخارجية.^(٣٠)

يشير مفهوم المهنية Professionalization إلى تلك العملية التى يمكن من خلالها تحديد الوظيفة كمهنة والتى تتضمن تحديد هيكل معرفى أو نظرية تحدد مجال الخبرة، ويضاف إلى ذلك نشوء الروابط المهنية، وزيادة الشعور بالهوية الجماعية، وصياغة رموز تلائم السلوك المهني وتطور معنى الالتزام تجاه أفراد المجتمع.^(٣١)

وتعتبر مواثيق الشرف المهنية Professional Codes هى محددات الأداء الأخلاقى لوسائل الإعلام أو يمكن اعتبارها بمثابة مدونة سلوك مهني تشمل المعايير المهنية التى يجب على الإعلامى الالتزام بها بهدف إرشاده ومساعدته على إصدار أحكام صحيحة عندما يواجه بمشكلات أخلاقية فى عمله.^(٣٢)

النتائج الإعلامى لا يتأثر فقط بالعوامل الخارجية فى البيئة أو السياق الاجتماعى أو جمهور المتلقين أيضاً، ولكنه يتأثر أيضاً بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية فى المؤسسات الإعلامية والتى تتأثر فى نفسها باتجاهات التنظيم وبنائه وأهدافه داخل هذه المؤسسات، مما يثير البحث فى هذه الاتجاهات والعوامل المؤثرة فيها، وأثارها فى حركة العملية الإعلامية ومخرجاتها.^(٣٣)

تعتمد الدراسات الخاصة بمدخل الممارسة المهنية على الاستفادة من نظريات

العلوم الإنسانية الخاصة بالاجتماع وعلم النفس والإدارة والسلوك. "الممارسة المهنية هي محصلة تفاعل عدد من العناصر والعوامل التي تبدأ من الالتزام بالفكرة، والمبدأ أو الهدف العام للمؤسسة إلى الضوابط والقيود التي تفرضها العلاقات التنظيمية والأدوار والمراكز المرتبطة بالإطار التنظيمي للمؤسسة"^(٣٤).

أسس المهنية الإعلامية:

وتشمل العديد من الأسس منها الموارد البشرية فالارتقاء بوعي الإعلاميين وتطوير معارفهم ومهاراتهم يفتح الطريق أمام المؤسسة الإعلامية للتطوير من خلال الأداء الجيد والإبداع ثانياً تلك الأسس هو مدى قدرة المؤسسة الإعلامية على مواكبة التقنيات الحديثة فى وسائل الإعلام واستيعابها، والقدرة على العمل المؤسساتي وكفاءته إضافة لمصداقية الوسيلة الإعلامية ورسالتها وجديتها ووضوح سياستها التحريرية، وتطوير نظم المعلومات وتحديثها ووضعها تحت تصرف محرريها لاستكمال جوانب المهنية الإعلامية، وأخيراً كفاءة الإعلاميين لاستكمال جوانب المهنية إذ أن الإعلاميين المؤهلين أكاديمياً والمواظبين على الدورات التدريبية ولديهم المهارات الكافية لعلمهم فى استخدام التقنيات الحديثة؛ تتمكن المؤسسة الإعلامية من خلالها من النجاح وبلوغ أهدافها وتحقيق طموحاتها.^(٣٥)

يناقش فكرة التميز الأخلاقي فى السلوك المهني وارتباطه بالممارسات المهنية المتميزة ومدى انطباق الفكرة على الأفراد العاملين فى الإعلام الذين يتحملون المسؤولية المطلقة فى وضع القرارات، والمناقشة حول التفكير الأخلاقي والذي يشمل ثلاثة عناصر هي: التبرير، والدافع، والإذعان للمبادئ العامة الدولية التي تعمل من خلالها، والذي يعتبر وجودها داخل المنظمة الإعلامية يجعلها قادرة على إصدار القرارات الأخلاقية. وللمهنيين الإعلاميين دور أساسى لنشر المعلومات، وهذا الدور يحدد إطار أخلاقي منهي، وهذا يعطى مثلاً للمبادئ الأخلاقية العالمية للصدق والعدالة وليس من الواقع توقع تمتع جميع المهنيين فى الإعلام بهذه الفضائل طوال الوقت^(٣٦).

ومن أهم ضوابط العملية الإعلامية ضوابط المرسل والتي تتمثل فى الآتى:

أولاً: التيقن من صدق المعلومة: وذلك بالتحرى والدقة فى اختيار المصدر الذى يتم التعامل معه إذ لا ينبغى الأخذ والتسليم برواية أى مصدر بل يجب التأكد من صدق الرواية ومحاولة استقاء المعلومات من أكثر من مصدر، للتحقق من صدق المعلومة.

ثانياً: الالتزام بالصدق فى نقل المعلومة.

ثالثاً: حجب أى معلومة فيها إضرار بالمصلحة.

رابعاً: الحصول على المعلومات بطريق مشروع، إن الحق فى الحصول على المعلومة ونشرها دون قيود لا يطلق الحرية فى الحصول عليها بطرق غير مشروعة، لذا ينبغى الابتعاد عن التنصت أو التجسس أو الحصول على المعلومات خلسة.

خامساً: صون الخصوصية للفرد: إن الاعتداء على خصوصية الفرد هو اعتداء على عرضه وهذا ما يجرى أحياناً فى وسائل الإعلام من قبل المرسل الذى لا يراعى خصوصية الفرد، حيث يصل إلى حد القذف والذى يعتبره الأئمة أن الحق لله فيه غالب، لأن المحافظة على صيانة للمجتمع وتحقيق للمصلحة العامة للجماعة يدفع العار عنه وتخليص الفرد مما يخدش سمعته فيه مصلحة للفرد. (٣٧)

العوامل المؤثرة على الأداء المهنى للإعلاميين:

انتهت دراسات كثيرة إلى أن الممارسة المهنية تتأثر بكثير من العوامل مثل: التنظيم الإدارى فى المؤسسة والتأهيل العلمى والمهنى، واتجاه العلاقات الاجتماعية والوظيفية بين المستويات المختلفة وبين الزملاء، إضافة لعوامل تؤثر فى الرضا الوظيفى للإعلاميين وهو ما يعنى الكشف عن أحاسيس ومشاعر القائمين بالاتصال تجاه ممارسة مهنتهم، وتحدد أبعاد الرضا الوظيفى فى المكانة والإبداعية والاستقلالية والنفوذ والدخل والفرص المتاحة والانسجام مع الزملاء مما يؤثر على كفاءة الأداء والحفز على الإجابة والافتتاع بالعمل. (٣٨)

ويمكن إيجاز العوامل التى تؤثر على الأداء المهنى للإعلاميين فى: واقع اقتصادى غير مباشر وضغوط السياسة التحريرية والخاصة وتبنى وجهات نظر محددة، وعدم الالتزام بأداب المهنة وتقاليدها أو بقواعد أداء مهنى صارمة، وافتقار الإعلاميين إلى التدريب المستمر والاعتماد على مواهبهم وحدها وعدم شمول قوانين الصحافة والإعلام. (٣٩)

الضغوط المهنية: (٤٠)

تواجه القائم بالاتصال عديد من الضغوط فى أثناء عمله والتى تتمثل فى:

* **ضغوط الرقابة:** والتى قلت بشكل ملحوظ مع زيادة الحرية الممنوحة للإعلاميين

إلا أن بعض القنوات، وخاصة الحكومية، مازالت متمسكة ببعضها، وفي القنوات الخاصة تأخذ شكلاً آخر حيث يضعها ملاك القنوات على العاملين بها.

* **ضغوط مادية:** والتي يتعرض لها الإعلاميون العاملون بالقنوات الحكومية أكثر من القنوات الخاصة نظراً لضعف ميزانية هذه القنوات مما يؤدي لافتقار التقنيات المتطورة التي تسهل عمل الإعلامى وتساعد على التميز.

* **ضغوط التنافس:** وهو ما قد يدفع فى بعض الأحيان لتجاوز بعض أخلاقيات المهنة للوصول للسبق.

* **ضغوط الموضوعية والحيادية:** فالإعلامى مهما كان انتماؤه السياسى والاجتماعى عليه أن يلتزم الحياد فى طرح موضوعاته حتى لا يتهم بالتحيز أو يظهر آراءه الشخصية أمام الجمهور.

* **ضغوط أمام وسائل الاتصال أثناء ممارستها للعمل:** وتشمل مشاكل متغيرة تتصل بسياسة الوسيلة ومبادئها، ويترتب على ذلك أن يصبح على الوسيلة أن تتخذ قرارات بشأن مبادئ تشمل:

- تعمد إغفال أو عدم إغفال نشر بعض الأخبار أو المعلومات أو الآراء.
- النقد والتعريض بالسلوكيات السيئة.
- حماية سرية مصدر المعلومات.
- الفصل بين الخبر والتعليق.
- تحديد المساحة أو الوقت الذى يخصص للمادة الإعلامية. (٤١)

ثانياً: نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام:

تقوم النظرية على فكرة الحرية المسؤولة التى تحافظ على قيم المجتمع، وتحمل النظرية جانبيين أولهما الحرية وثانيهما قيود عليها، فهى تمنح الحرية ولكن تضع لها مجموعة قيود للوقوف حائلاً بين الإنحراف على هذه الحرية. (٤٢)

المبادئ الرئيسية فى نظرية المسؤولية الاجتماعية:

- ١- ينبغى أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع.
- ٢- ضرورة وضع مستويات مهنية للصدق والموضوعية والدقة والتوازن.
- ٣- يجب تجنب كل ما يؤدي إلى نشر الجريمة أو العنف أو الفوضى أو الإساءة إلى الأقليات.

٤- إن الصحفيين والمهنيين ينبغي أن يكونوا مسئولين أمام المجتمع بالإضافة إلى مسئولياتهم أمام مؤسساتهم وتجاه السوق. (٤٣)

شهد القرن العشرون ظهور النظرية التي تعمل على تحرير وسائل الإعلام من القيود المسبقة التي تفرضها الحكومات، وكذلك ضرورة التزام وسائل الإعلام بخدمة الصالح العام. وأهمية وضع مستويات مهنية للصدق والتوازن والدقة والموضوعية.

وظهرت مواثيق الشرف الأخلاقية ومجالس الصحافة لدعم حرية الصحافة وتحسين أداء الإعلام وحماية الصحفيين من الرقابة الحكومية، وأيضاً ظهرت تنظيمات خاصة تشجع وسائل الإعلام على ممارسة دورها الاجتماعي بقدر من المسئولية وبعيداً عن القوة والإجبار. والتي تتخذ مسميات مثل: النقابة والاتحاد والجمعية والتي تستهدف ترتيب الإشراف على الضمانات اللازمة لمتطلبات الممارسة المهنية السليمة مثل حق الصحفي في حماية سرية مصادر وإتاحة المعلومات اللازمة لعمله وعدم جواز محاكمته إلا في ظل القانون العام. (٤٤)

وتنص المبادئ الرئيسية للنظرية على ركيزتين أساسيتين هما: أن الوسيلة عليها التزام نحو المجتمع والثاني أن التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام وسيلة أساسية لتكون الوسائل حرة وتنظم ذاتياً. (٤٥)

يلخص دنيسيس ماكويل D. McQuil الفكرة الرئيسية للنظرية في التوفيق بين ثلاثة مبادئ متباينة هي: الحرية الشخصية، وحرية الإعلام، ومسئولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع.

وقدمت النظرية حل لهذا التناقض وهو تنمية وعي الجمهور بالمسئولية الاجتماعية ورفع المستوى المهني للإعلاميين كوسيلة لتحقيق مستوى أداء عالي. (٤٦)

وتركز النظرية على ثلاثة أبعاد أساسية يتصل البعد الأول بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر، ويتصل البعد الثاني بمعايير الأداء، ويتصل البعد الثالث بالقيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي. (٤٧)

ويمثل **البعد الأول** في وظائف الإعلام المعاصر وتشمل الوظيفة السياسية من خلال إعلام المواطنين بما تفعله الحكومة إضافة إلى الوظائف الأخرى (تعليمية اجتماعية..).

والبعد الثاني يهتم بمعايير الأداء الإعلامي التي تشمل المعايير الأخلاقية للأفراد إضافة إلى معايير الوسيلة الإعلامية ومواثيقها الأخلاقية أي مجموعة

الضوابط الأخلاقية والقانونية والمهنية التي تحكم نظم وسائل الإعلام وممارستها حتى تقوم بالتزاماتها نحو المجتمع.

والبعد الثالث يتصل بالسلوكيات التي يجب مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية أو منظومة القيم المهنية التي تحكم أداء الإعلاميين، وتنقسم إلى قيم خاصة بجمع المادة وتحريرها وقيم خاصة بالمعالجة الإعلامية بتبني الصدق والدقة والشمول والموضوعية^(٤٨)، والذي يعد أكثر المفاهيم جدلاً للنظرية حيث يؤكد البعض استحالة تحقيقه في المعالجة الإعلامية.^(٤٩)

وأجريت عدد من الدراسات العربية التي تناولت تطبيق لأبعاد النظرية في مجال البرامج الحوارية والفضائيات ومنها:

- دراسة **ثريا البدوي (٢٠١٣)**^(٥٠) التي تناولت المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام كأحد معايير الحوكمة الإعلامية في مصر من خلال رصد رؤية النخب الإعلامية لقيم الإعلام الرشيد ومدى التزامه بالقواعد المهنية والأخلاقية تجاه الآخر الديني وأظهرت وجود فجوة بين التصورات الصحفية لهذه القيم ورؤية واقع الآخر.
- ورصدت دراسة **نرمين الأزرق (٢٠١٢)**^(٥١) تطور بحوث أخلاقيات الإعلام في مصر من خلال دراسة تحليلية نقدية شملت البحوث العلمية المنشورة في دوريات ورسائل جامعية واطهرت أن مدخل المسؤولية الاجتماعية الأكثر استخداماً للربط بين القرارات الأخلاقية الإيجابية والمعالجات التي تتسق مع احتياجات المجتمع إضافة لمشاكل وتجاوزات مهنية في مختلف وسائل الإعلام.
- دراسة **سارة عبد اللطيف (٢٠١٢)**^(٥٢) التي تناولت المسؤولية الاجتماعية للقنوات التلفزيونية المصرية كما تراها النخبة وقياس مدى التزامها ورصد أحكام النخبة في أدائها من خلال دراسة تحليلية للقنوات الخاصة والحكومية والتي تنوعت في التمسك بمبادئ المسؤولية الاجتماعية مثل حق الجمهور في المعرفة والدفاع عن المصالح العامة للمجتمع.
- دراسة **آمال الغزاوي (٢٠٠٩)**^(٥٣) للتعرف على المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في تناول الأداء الحكومي ووجدت أن القنوات الخاصة اظهرت ضعف الأداء الحكومي وركزت على السلبيات.

- دراسة أميرة سمير (٢٠٠٨)^(٥٤) التي حاولت التعرف على التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة فى إطار المسئولية الاجتماعية والتي أكدت أن هذه القنوات تمارس دوراً إيجابياً فى زيادة المعرفة السياسية والحصول على الأخبار والمعلومات إضافة لبعض التأثيرات السلبية.
- ودراسة أحمد عثمان (٢٠٠٨)^(٥٥) التي رصدت ممارسة حرية التعبير فى برامج المشاركة بالراديو فى إطار الممارسة الاجتماعية للإعلام ووجدت تعارض بين الالتزام بأبعاد النظرية ومستوى ممارسة حرية التعبير.
- كما توصلت دراسة عزة الكحكى (٢٠٠٨)^(٥٦) لأبعاد المسئولية الاجتماعية والأخلاقية ومستوى الحرية الإعلامية للقائمين بالاتصال بقناة الجزيرة، إلى تأكيد المبحوثين أن ممارسة الحرية لا تحول دون تطبيق المسئولية الاجتماعية والأخلاقية للمهنة الإعلامية.
- كما أظهرت دراسة حازم البنا (٢٠٠٨)^(٥٧) للتعرف على أخلاقيات الفضائيات العربية فإنها تعبر عن وجهات نظر الجمهور المصرى وحرية طرح الموضوعات وعدد من السلبيات منها التركيز على الربح وتخدم مصالح ملاك القنوات.
- فى حين أكدت دراسة أميرة النمر (٢٠٠٨)^(٥٨) التراجع فى الأهداف الأخلاقية والاجتماعية التى يجب أن تقوم بها الفضائيات العربية الخاصة فى إطار تطبيقها لنظرية المسئولية الاجتماعية.

مفاهيم الدراسة:

المعايير المهنية والأخلاقية:

الأخلاقيات المهنية هى مجموعة القيم والمعايير التى يعتمدها أفراد مهنة ما للتمييز بين ما هو جيد وما هو سئ وبين ما هو صواب وما هو خاطئ، وبين ما هو مقبول أو غير مقبول، فهى تمثل مفهوم الصواب والخطأ فى السلوك المهنى ولتحقيق ذلك يتم وضع ميثاق يبين هذه القيم والمعايير والمبادئ وقواعد السلوك والممارسة. غالبية المواثيق الأخلاقية الإعلامية يقوم بصياغتها الإعلاميون أنفسهم من خلال تجمعاتهم المهنية المختلفة وذلك لتحقيق أهداف منها: تحسين نوعية المضمون الذى تقدمه وسائل الإعلام، ومواجهة أزمة المصداقية أو تجنب إصدار قوانين تؤثر على حرية الإعلام وتحسين صورة وسائل الإعلام أمام الجمهور.^(٥٩)

ويشير مقترح لدليل السلوك المهني للإعلاميين الصادر عام ٢٠١٤^(١٠) إلى أهمية التزام وسائل الإعلام بميثاق شرف ومدونة سلوك مهني تحدد مسؤوليات عناصر العمل الإعلامي من الملاك ورؤساء التحرير والمراسلين والمصورين وحتى مسؤولي الإعلانات وذلك من خلال حماية حق الجمهور في المعرفة بناء على معايير مهنية سليمة مما ينعكس بدوره على رفع كفاءة الأداء المهني للإعلاميين في جميع وسائل الإعلام.

وميثاق الشرف هو منظومة من الإرشادات التي تساعد الصحفي على الالتزام بالمسئولية وأن يشعر أنه مسئول نحو مهنته وجمهوره، وهي تشكل ضرورة للإعلاميين وتنظيماتهم المهنية وليس فقط صياغة للعلاقة بينهم وبين الجمهور.^(١١)

عرّف باترسون وويلكنز P. Patterson and L. Wilkinz (٢٠١٥) الأخلاقيات الإعلامية بأنها الاختيار العقلاني بين واجب الإعلامي نحو السلوك العادل والسلوك غير القويم مدعوماً بالاتجاهات الفريدة للإعلامي نفسه.^(١٢)

تعريف آخر يؤكد أنها قدرة الإعلامي على إمداد جمهوره بمعرفة ما يجب أن يفعله وما لا يجب فعله، وتقع عليه مسئولية الاختيار في المصادر والانحياز للحقائق واحترام الحريات.^(١٣)

وتبدأ مشكلة التمسك بالأخلاقيات المهنية عندما تتصارع عناصر النظام الإعلامي. لتطبيق المهنية والقيم الأخلاقية في الوسيلة، وواجب الإعلامي نحو المجتمع اتجاه يتزايد بقوة في الفترة الأخيرة دعماً للمسئولية الاجتماعية، وهو ما يطبقه - إلى حد ما - الإعلاميون في الدول الديمقراطية تحت مظلة المعايير الأخلاقية للإعلام ويعطى الحق للجمهور في الشكوى إذا حدثت تجاوزات.^(١٤)

وهو ما دعى الدول لصياغة موائيق أخلاقية عديدة Code of Ethics تتبنى وجهة نظر تدعم فكرة أن الإعلامي المتمسك بالقيم الأخلاقية والمهنية يجب عليه أن يعامل المصادر والجمهور والزملاء بما يستحقون من احترام، والدفاع عن الأشخاص الذين يمسه النشر الإعلامي - سواء مادة مصورة أو مقروءة - بأى أذى من خلال صياغة دليل إرشادي متكامل للسلوك الأخلاقي السليم والذي يكتسب قوة القانون.^(١٥)

وقد نوقشت فكرة القيم المهنية والمعايير الأخلاقية الخاصة بما يقدم في وسائل الإعلام الأمريكية في ظل الصراع المستمر بين تطبيق أفكار المسئولية الاجتماعية للإعلام ودواعي السوق ودور المعلن وخاصة أن الوسيلة لا تستطيع العمل دون دعم

من الإعلان، وتطبيق ذلك على برامج التوك شو الشهيرة فى الشبكات الأمريكية وخاصة أن ضيوفها قد يروجون أحياناً لخطاب الكراهية أو العنصرية ويؤثرون على الرأى العام.^(٦٦)

وفى سياق ضرورة أن يحافظ الإعلام المرئى على حق المتهم فى محاكمة عادلة أثناء نشر الجرائم والتحقيق فيها إعلامياً باعتبار ذلك أحد الضوابط الأخلاقية والقانونية والمهنية.^(٦٧)

شكلت لجنة بإشراف المعهد الأمريكى للعدالة قامت بوضع منهج محدد للتعامل الأخلاقى فى القضايا التى تناقش فى الإعلام من خلال صياغة العلاقة بين القضاء والرأى العام بهدف مساعدة الإعلاميين على تقديم تغطية مميزة فى برامجهم بما يؤثر على فهم دور القاضى ويكفل الدعم المجتمعى لعدالة القضاء ومن أهم الخطوات التى اتخذت إصدار دليل إرشادى للتناول الإعلامى للقضايا فى برامج التوك شو والذى يستهدف مناقشة القضايا التى تهم الرأى العام وشرح الإجراءات المتبعة بهدف كسب تأييد ودعم الرأى العام لأحكامه.^(٦٨)

وفى سبيل وضع ميثاق أخلاقى للعمل الإعلامى فى البهاما وعدد من الدول الناطقة بالإنجليزية فى منطقة الكاريبى نوقشت فى مجالس الصحفيين فكرة الالتزام الإعلامى والتصرف وفق قواعد وأسس تكفل للإعلامى اتباع الأخلاقيات فى معاملة المصادر والزملاء بما يستحقون من احترام من خلال ميثاق أخلاقى يراعى تأثير نشر الموضوعات الإعلامية وخاصة عندما يتناول عرض صور أو إجراء مقابلات والتصرف وفق قاعدة حق الفرد هو حق للجميع.^(٦٩)

يقدم المجتمع البريطانى رؤية متكاملة لعدد من الأطروحات للتعامل مع المواقف العملية التى تقابل الإعلامى وأمثلة تطبيقية لكيفية اتخاذ مواقف أخلاقية متزنة فى مشاكل مهنية تواجهه أثناء عمله الاحترافى. وناقش الكود الأخلاقى للإعلامى كنقطة إنطلاق للعمل الاحترافى لتحقيق اختبارات أخلاقية مدعومة بالقوانين والنظم التى وضعها المجتمع.^(٧٠)

ومن الجهود الحديثة أيضاً الدليل الأخلاقى الإعلامى الذى أعده مركز تحقيقات التقارير الإعلامية **Center for investigative reporting (٢٠١٦)** الأمريكى، وذلك ليسترشد به الصحفيين والإعلاميين الممارسين والذى يتضمن مستويات أخلاقية راقية من العدالة والأمانة فى الممارسة المهنية والتى اعتبرت حجر الزاوية، وتضمن الدليل سياسات التعامل مع الأخبار وإجراء المقابلات لمواجهة

المشكلات المحتملة بهدف جعل المادة الإعلامية دقيقة ومتوازنة وبعيدة عن التحيز أو الإثارة المفتعلة.^(٧١)

وتعد مسؤولية المحاور عن الوسائل المستخدمة فى الحوار أساسى لعمله والتي يجب فيها التفرقة بين ما هو قانونى وما هو أخلاقى، اعتماداً على ضميره المهنى والذى يعمل كدليل مرشد يبتعد به عن ذاتيته ويسترشد بالمستويات الأخلاقية التى تحدد له الصواب والخطأ فى مقابلاته مستعيناً بمبادئ العقلانية والعدالة للحصول على المعلومة.^(٧٢)

مدونة السلوك المهنى فى مصر:

توافقت عدة أطراف إعلامية مصرية^(*) على مشروع مدونة للسلوك المهنى للأداء الصحفى والإعلامى كوثيقة تضاف لميثاق الشرف الصحفى ويلتزم الجميع بمبادئها فى جميع المؤسسات الصحفية والإعلامية بهدف تعزيز الممارسة المهنية الحرة والمحترفة والحد من الممارسات العشوائية المنفلتة للإعلام وقد نصت المدونة على مبادئ منها:

- الالتزام بالحقائق والامتناع عن اختلاق الوقائع.
- الاعتماد على مصادر معلنة وواضحة ومتخصصة وتجنب تداول الشائعات.
- عدم خلط الخبر بالرأى والتمييز بين المعلومة والرأى الشخصى.
- كفالة حق الرد والتصحيح والامتناع عن السب والقذف وانتهاك خصوصية الأفراد.
- الالتزام بعرض وجهات النظر بما يحقق التوازن فى طرح المادة الإعلامية.
- الالتزام بعدم الدخول فى ملاسبات أو مشاحنات إعلامية أو عدم استخدام أوقات العرض فى خلافات شخصية أو معارك ومصالح خاصة.
- الالتزام بقيم المجتمع وأخلاقه فى الحوار الإعلامى وعدم السماح بالتدننى اللفظى.

مفهوم البرامج الحوارية Talk Shows

برامج التوك شو Talk Shows هى ظاهرة برامجية أمريكية بدأت عام ١٩٥١ فى محطة WWOR الأمريكية فى برنامج سياسى، وهى تعد من أكثر الأشكال البرامجية نجاحاً منذ بدايتها حيث حققت نسب إنتاج مرتفعة وخاصة فى البرامج

المسائية وما تزال تحقق حتى الآن، وخاصة أنها تقوم على التفاعل مع الجمهور مما يجعلها قادرة على إحداث تغيير في جوانب الحياة المختلفة ومناقشة القضايا ذات الطابع الجماهيري.^(٧٣)

توجد عديد من التعريفات لها فهي تقدم كبرامج حوارية أو برامج جماهيرية تعتمد على مشاركة الجمهور الذي يعد جزءاً من مضمون البرنامج الذي يجمع بين الضيوف والجمهور المتلقى حيث يتم مناقشة موضوعات جماهيرية تهم أكبر عدد من أفراد الجمهور.^(٧٤)

ويشترك الجمهور في مضمونها سواء بالحضور داخل الاستديو أو الحوار عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني من خارج الاستديو أو بالأسلوبين معاً على أن تتم استضافة بعض المتخصصين أو الشخصيات العامة مع المذيع في الوقت نفسه وتناقش القضايا المجتمعية التي تهم المجتمع بصرف النظر عن تصنيف مضامينها.^(٧٥)

وتقوم برامج الحوار الجماهيرية على حرية التعبير وإبراز الرأي والرأي الآخر من خلال حوار تلقائي مباشر يعتمد على التفاعلية بين المتخصصين من جانب والجماهير من جانب آخر.^(٧٦)

وتبث برامج الرأي الجماهيرية إما مسجلة أو على الهواء مباشر، وإن كان أغلبها من النوع الثاني مما يتيح للمشاهدين فرصة التواصل للمشاركة بأرائهم وتلقى أسئلتهم في مناخ يتميز بقدر كبير من الحرية.^(٧٧)

تتضح أهمية هذه البرامج من نتيجة دراسة أمريكية حديثة اظهرت أن المرشحين السياسيين للانتخابات الرئاسية مضطرين لإستخدام البرامج الحوارية الجماهيرية لتوصيل رسائلهم وصورتهم للناخبين بعد أن أصبحت في السنوات الأخيرة هي الأداة الأكثر تأثيراً، والعامل الأهم في نتيجة الانتخابات لتسويق الصورة الديمقراطية المطلوبة لهم.^(٧٨)

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تعد الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية التفسيرية التي تستهدف وصف وتحليل الظاهرة الإعلامية ومعرفة العوامل المؤثرة فيها بهدف وصفها وتفسيرها واستخراج المؤشرات التي تتضمنها.

منهج الدراسة:

واعتمدت الدراسة علي المنهج المسحي والذي يعد جهداً علمياً يساعد علي التوصل إلي بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة.^(٧٩)

واعتمدت الدراسة علي الجمع بين الدراسة الكمية والكيفية من خلال تنوع الأدوات المستخدمة بهدف دراسة المشكلة دراسة كلية مما يؤدي لتكامل البناء المنهجي في تناولها.

ولذا فقد استخدمت الباحثة أدواتين للدراسة هما:

أ - استمارة استقصاء بالمقابلة، يتم ملئها مع الإعلاميين من مختلف المؤسسات الإعلامية العاملة في مصر في أربع مجالات مختلفة هي الصحافة، الإذاعة، الفضائيات الخاصة والحكومية، والمواقع الالكترونية، وقد روعي في تصميم الاستمارة أن تجيب علي تساؤلات الدراسة وتختبر عدد من الفروض وتصميم عدد من المقاييس لاختبار متغيرات الدراسة.

ب- دليل المقابلة المتعمقة: حيث تم إجراء مقابلات متعمقة مع عدد (١٤) من الخبراء في مجال الإعلام والممارسين المهنيين وأساتذة الإعلام وذلك للإجابة على عدد من التساؤلات.

وهذه الأداة تمكن الباحث من التعرف على المبحوثين وأفكارهم ودوافعهم باستخدام الأسئلة المتعمقة الموجهة لهم، وتسجيل المقابلات وتدوينها حتى تتوفر المعلومات التي يتم تحليلها^(٨٠).

عينة الدراسة:

قامت الباحثة بسحب عينة متاحة من الإعلاميين قوامها ١٤٠ مفردة روعي فيها تحقيق تمثيل لعدد كبير من المؤسسات الإعلامية المختلفة التوجهات.

جدول رقم (١)

توزيع عينة الدراسة الميدانية

| المتغير | ك | % |
|----------------------|-----|-------|
| النوع: | | |
| ذكور | ١٠٣ | %٧٣,٦ |
| إناث | ٣٧ | %٢٦,٤ |
| إجمالي | ١٤٠ | ١٠٠ |
| السن: | | |
| من ٢٠-٣٥ سنة | ٦٥ | %٤٦,٤ |
| من ٣٦-٥٠ سنة | ٥٥ | %٣٩,٣ |
| من ٥١ سنة فأكثر | ٢٠ | %١٤,٣ |
| إجمالي | ١٤٠ | ١٠٠ |
| مجال العمل: | | |
| صحافة | ٦٤ | %٤٥,٧ |
| فضائيات | ٤٣ | %٣٠,٧ |
| إذاعة | ٢١ | %١٥ |
| مواقع إلكترونية | ١٢ | %٨,٦ |
| إجمالي | ١٤٠ | ١٠٠ |
| سنوات الخبرة: | | |
| أقل من ٥ سنوات | ٢٩ | %٢٠,٧ |
| من ٥-١٠ سنوات | ٤٩ | %٣٥ |
| من ١٠-١٩ سنة | ٣٦ | %٢٥,٧ |
| أكثر من ٢٠ سنة | ٢٦ | %١٨,٦ |
| إجمالي | ١٤٠ | ١٠٠ |

اختبارا الصدق والثبات:

أ - اختبار الصدق:

لقياس صدق أدوات جمع البيانات، عرضت استمارة الاستقصاء ودليل المقابلة المتعمقة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في المجال الإعلامي^(*). وأجرت التعديلات المطلوبة، وتم تعديل بعض الفئات، وإضافة بدائل لتوضيح بعض الأسئلة.

ب - اختبار الثبات:

استخدم أسلوب إعادة الاختبار Re-Test على عينة قوامها ٧ مفردات تمثل ٥% من عينة الدراسة الميدانية بعد مرور ١٠ أيام من التطبيق الأول وجاءت قيمة معامل الثبات لتسجل ٨٠%، وهي قيمة عالية تشير لثبات المقياس.

محاور المقابلات:

- رأى الخبراء في البرامج الحوارية المقدمة في الفضائيات المصرية وأبرز مميزاتا وسلبياتها وما هي التجاوزات المهنية التي ترتكبها.
- تحديد معايير الالتزام المهني والأخلاقي للإعلاميين في الفضائيات.
- ما طبيعة الضغوط التي يتعرض لها الإعلامي في تناوله لقضية رأى والأطراف المؤثرة عليه.
- ما مدى موافقتهم على إلزام الإعلامي بدليل للمعايير المهنية والأخلاقية وكيفية تنفيذه.
- ما تقييمهم لظاهرة الإعلامى النجم أو القائد ومدى إمكانية استمرارها فى الإعلام الفضائى.
- ما مقترحاتهم لتقديم معالجة إعلامية متوازنة ومهنية لقضايا الرأى فى الفضائيات.

(*) أسماء الأساتذة المحكمين:

أ.د/ هويدا مصطفى أستاذ الإعلام بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

أ.د/ وليد بركات أستاذ الإعلام بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

أ.د/ هبة شاهين أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وعلوم الاتصال بكلية الآداب - جامعة عين شمس.

أ.د/ ثروت فتحى الأستاذ بقسم الإعلام التربوى - بكلية التربية النوعية - جامعة القاهرة.

أ.م.د/ حنان إسماعيل الأستاذ المساعد بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية - جامعة القاهرة.

تساؤلات الدراسة الميدانية:

- مدى متابعة الخبراء للبرامج الحوارية فى الفضائيات وأهم القنوات والبرامج التى تعرض لقضايا الرأى بمهنية وموضوعية؟
- مميزات البرامج الحوارية فى الفضائيات والتجاوزات المهنية التى ترتكبها؟
- تحديد طبيعة الضغوط التى يتعرض لها الإعلامى فى تناول قضية محددة وما هى العوامل التى تؤثر عليه فى عرضها؟
- ترتيب الأدوار المهنية التى يجب على الإعلامى الالتزام بها، ومدى التزام الإعلامى فى البرامج الحوارية الفضائية بالمعايير المهنية والأخلاقية.
- ما مدى موافقة الخبراء على إلزام الإعلامى بدليل للمعايير المهنية والأخلاقية؟ وأسباب الموافقة أو عدم الموافقة.
- ما تقييم الخبراء لإيجابيات وسلبيات تناول البرامج الحوارية الفضائية للقضايا الخلافية؟ وما مقترحاتهم لتقديم معالجة متوازنة ومهنية لهذه الموضوعات؟

فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين طبقاً لمتغيراتهم الديموجرافية فى تقييمهم لأداء البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية.
- الفرض الثانى: توجد فروق دالة بين المبحوثين طبقاً لمتغيرات الديموجرافية فى ترتيبهم للأدوار المهنية التى يجب على الإعلامى الالتزام بها.
- الفرض الثالث: هناك فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين طبقاً لمتغيراتهم الديموجرافية فى تحديدهم التأثير الضغوط المهنية الإعلامية.
- الفرض الرابع: هناك فروق دالة بين المبحوثين طبقاً لمتغيراتهم الديموجرافية فى تحديدهم لمدى التزام البرامج الحوارية الفضائية بالمعايير المهنية والأخلاقية للعمل الإعلامى.

مقاييس الدراسة:

١- مقياس معايير الالتزام المهني والأخلاقي للعمل الإعلامي^(*):

قدمت الباحثة صياغة لعدد من المعايير المهنية شملت ١٧ عبارة من خلال مقياس ثلاثي الأبعاد.

وتضمنت العبارات قياس مدى التزام الإعلامي في البرامج الحوارية الفضائية بأخلاقيات المهنة التي اتفقت عليها معظم مواثيق الشرف الإعلامي التي وضعتها الهيئات الإعلامية والتي ركزت على عدد من المفاهيم من أهمها الدقة والمصادقية والموضوعية والتوازن والحياد والنزاهة، إضافة لعبارات تفصيلية تقيس أخلاقيات جمع ونشر المادة الإعلامية وأخلاقيات نشر الصور والرسوم، والفصل بين الرأي والخبر، وهو ما يمثله دليل السلوك المهني، وتم القياس من خلال تحديد مدى التزام البرامج الحوارية الفضائية بها (تلتزم، تلتزم أحياناً، لا تلتزم) وتم حساب الوزن المئوي لكل عبارة في المقياس.

٢- مقياس الضغوط المؤثرة على عمل الإعلامي:

شمل المقياس ١٠ عبارات تضمنت مختلف الضغوط داخل المؤسسة الإعلامية وخارج المؤسسة (المرتبطة بالمجتمع المحيط به) من خلال مقياس ثلاثي (مؤثرة جداً، مؤثرة إلى حد ما، غير مؤثرة) وتم حساب الوزن المئوي للعبارات.

٣- مقياس رتبى للأدوار المهنية الملزمة للإعلامي:

شمل المقياس ٧ عبارات يقوم المبحوث بترتيبها حسب أهميتها وتم حساب النقاط الترجيحية لكل عبارة ثم الوزن المرجح لها.

(*) استفادت الباحثة في صياغة المعايير بالمراجع التالية:

- حسنى محمد نصر. قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي (القاهرة: دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠) ص ص ٣١٠-٣٢٢.

- ليلي عبد المجيد. تشريعات الإعلام: دراسة حالة في مصر (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩) ص ص ٥٢-٥٤.

٤ - مقياس تقييم أداء البرامج الحوارية الفضائية:

والذى شمل عدداً من الإيجابيات والسلبيات من خلال مقياس ثلاثى الأبعاد (موافق - محايد - معارض) وتضمن المقياس:

- ٩ عبارات تصنف إيجابيات التناول الإعلامى.
- ٩ عبارات تصنف سلبيات هذا التناول.

ويقوم المبحوثون بإبداء رأيهم فى هذه العبارات بما يتفق مع واقع الممارسة الإعلامية، وتم حساب الوزن المئوى للعبارات.

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج المقابلات مع خبراء الإعلام:

- رأى الخبراء فى البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية وأبرز مميزاتا وعيوبها والتجاوزات المهنية التى توجد بها:

اجمع الخبراء على أن هذه البرامج أصبحت البديل الوحيد والطبيعى لعرض مشكلات المجتمع ومناقشة قضاياها فى ضوء تراجع دور الصحف المقروءة، ولأنها الأكثر وصولاً لشريحة كبيرة من الجمهور، واعدوا مميزات متنوعة لها من أبرزها اختيار الموضوعات التى تهم أكبر عدد من الجماهير، والإعداد الجيد للحوارات والموضوعية فى طرح القضايا وعرض وجهات نظر متنوعة، والقيام بدور مهم فى التوعية بحجم المشكلات التى تعانى منها الدولة، إضافة لدور أساسى فى كشف الفساد والقيام بالرقابة على المسؤولين.

وتعد هى المتنفس الرئيسى - بجانب المواقع التواصلية على الانترنت للتعبير عن هموم المواطنين ونقل صوت الشعب، ولنقل ما يحدث فى المجتمع والعالم للجمهور بعد تراجع دور الصحافة والإذاعة، كما تتميز بأنها أخف ضرراً وأكثر توازناً من وسائل التواصل الاجتماعى بما تثيره من مشكلات عديدة، فهى البديل الفضائى لتعريف الجمهور بما يحدث حوله، ونقل آرائه ومناقشتها مع الخبراء والمسؤولين.^(٨١)

- وأوضح رأى آخر أن سلبياتها أكبر بكثير من إيجابياتها، فهى تُصدر الأزمة وتدفع لها وأحياناً تفتعل الأزمات التى لا وجود لها، بل تعمل بإلحاحها على مناقشتها فى ظهورها وتطورها. وذلك لأن أغلبها موجه لأغراض مفتعلة فهى تفجر المشكلة ولا تقدم حلول لها، بل تعتمد لتفاقمها بالضغط والإلحاح عليها،

ولذلك فقد بدأ الجمهور ينصرف عنها وضعفت نسب مشاهدتها لأنها فقدت مصداقيتها لديهم. (٨٢)

- ومن أبرز التجاوزات التي تمارسها البحث عن الإثارة والموضوعات الساخنة وعدم التدقيق في مصادر المعلومات أو صياغة الحقائق سعياً وراء السبق واستخدام الألفاظ التي تحمل أكثر من معنى والتي تفتح باب التأويل والتركيز على السلبيات والجانب المظلم فتقوم بنفس دور صحافة الإثارة. (٨٣)

- إضافة إلى أن بعض البرامج تخدم أجندات محددة، وتسعى لتهييج مشاعر الرأي العام، ولعل ما يحدث من خناقات وتراشق لفظي يؤكد عدم الالتزام المهني والأخلاقي، وهو ما يظهر الرؤية الضبابية بين الإعلامى والسياسى الذى يعمل وفق مصالح وميول محددة، يسيطر عليها المال السياسى، وأصبحت هذه البرامج أدوات للحصول على مغنم سياسية وتحقيق أهداف شخصية، ووسيلة يستخدمها رأس المال المختبأ خلف مزاعم الحرية الإعلامية ليثير نزاعات فكرية أو للتشكيك فى الثوابت الوطنية، وقد يلجأ لزرع الفتنة أو الخوض فى الحياة الشخصية. (٨٤)

- الضغوط التى يتعرض لها الإعلامى فى تناول قضية رأى والأطراف المؤثرة على عمله الإعلامى:

- تتمثل هذه الضغوط فى ضغوط ذاتية وهى أن يظل البرنامج الأول دائماً ويجذب المعلن والإعلانات، وضغوط السياسة التحريرية للقناة التى تريد الاستمرار فى جذب اهتمام المشاهدين وتظل محل تقديرهم واهتمامهم، وضغط رأس المال والمعلن الذى يريد نسب مشاهدة مرتفعة وتفجير قضايا ساخنة تحظى باهتمام جماهيرى. (٨٥)

- إضافة لضغط يمثله صاحب القناة الذى يتوقع أن تخدم البرامج طموحه السياسى ومصالحه وتحقق رضاء السياسة العامة للدولة وللرأى العام الذى يريد أن يرى نفسه فى هذه القضايا المثارة، وأيضاً ضغوط اقتصادية للبحث عن المتصلين للحصول على مقابل مادية من شركات الاتصالات وزيادة حصيلة الإعلان. (٨٦)

وبشكل عام اجمع الخبراء أن الضغوط المادية والإعلانية تعد أهم وأقوى محرك لهذه البرامج للصراع على نسب المشاهدة ومن ثم المعلن، إضافة لتدخل مالك القناة فى السياسة التحريرية، وحدود الحرية المتاحة من الدولة، وضغط وسائل

التواصل الاجتماعي التي تشكل رأى عام يقود المنظومة فى بعض الأحيان، وهذا ينطبق على الإعلام المستقل أما الإعلام الحكومى فيخضع لضغط يتمثل فى فقر الإمكانيات المادية وما يترتب عليها من فقر الإعداد والتجهيز وفريق العمل.^(٨٧)

- **تقييم ظاهرة الإعلامى النجم أو الإعلامى الزعيم ومدى إمكانية استمرارها فى البرامج الحوارية الفضائية:**

- اختلفت آراء الخبراء حول هذه الظاهرة فبعض المؤيدين لها يرون أن نجومية المذيع أو الإعلامى متطلب رئيسى للعمل فى القنوات الفضائية لأنه بجاذبيته يعوض غياب المذيع التقليدى بعد تراجع دوره ولأنه يجذب المعن والجمهور وخاصة أنه يتوافق مع صاحب القناة ويعبر عن مصالحه.

- والرأى الآخر يرى أنها ظاهرة مصنوعة من أصحاب الشركات الإعلانية المسيطرة وملاك القنوات الفضائية، وأنها لا تعبر عن نجومية حقيقية فى المجال الإعلامى، بل أنها تقدم الفرد وتوفر له كافة الوسائل التى تضمن تجميل صورته أمام الشاشة حتى يتقبله المشاهدة يعتاد على متابعتها، ومن خلاله تستطيع تنفيذ سياسة محددة متفق عليها.

- إضافة إلى أن الشخصيات الإعلامية المصنوعة لا تحمل مقومات المهنية وقلة منهم من لديه القدرة على إدارة الحوار والاستمرار لساعات أمام الشاشة جاذباً للجمهور، ومن ثم فهو يستعين بخبرات أخرى فى الإعداد والتقديم أيضاً حتى يظل محافظاً على مكانته.

- واختلفت الآراء فى مدى إمكانية استمرار هذه الظاهرة، فأكد البعض أنها فى طريقها للاختفاء لوجود وعى بين الجمهور ولضغط مواقع التواصل الاجتماعى فى انتقاد أداء نجوم الإعلام الفضائى والذى يؤدي لتضاؤل نجوميتهم بعد فترة لكشفهم وجود صفقات بينهم وبين رجال الدولة وأصحاب المصالح.^(٨٨)

- والرأى الآخر يرى أنها ستستمر طالما أنها تحقق فوائد ومكاسب مادية ونسب مشاهدة مرتفعة.^(٨٩)

ان استمرارها مرهون بقدرة الممارسين على التطور واجتذاب الجمهور وخاصة أنها ظاهرة عالمية كل شاشات العالم^(٩٠) وأن المذيع النجم الإعلامى يتميز بثقافة واسعة وآراء متجددة وأكثر دراية واحتكاك بالمصادر الخبرية ولديه شبكة اتصالات إعلامية وأنه صاحب رأى ومن ثم فهو أفضل من يدير حوار ويعرض لوجهات نظر

وينقصه الالتزام بالمعايير المهنية فى عرض الآراء حتى يحقق الموضوعية وابتعد عن الذاتية، وخاصة أنها فى مصر تطبق بغير الالتزام بالقواعد العلمية كما يحدث فى الدول الأخرى. (٩١)

- مدى موافقة الخبراء على دليل للمعايير المهنية الإعلامية وكيفية تطبيقه:
- أكدت الآراء ضرورة الزام الإعلامى بدليل للمعايير المهنية والأخلاقية للعمل الإعلامى لضبط الأداء ولأنه يحد من التجاوزات الممارسة وخاصة أنه لا توجد دولة إلا ولها منظومة إعلامية راسخة ومستقرة تنظم العمل بها وفق ضوابط محددة حتى فى أكثر البلاد ديمقراطية.
- ولا يعد هذا الدليل مقيداً للحريات الإعلامية حيث أصبحت السموات المفتوحة نافذة لتعبير عن الرأى، والإعلام يسير فى اتجاه موازى للتطورات السياسية كلما نضجت سياسياً نضجت إعلامياً، ومن ثم لا يصح أن يمارس المهنة من ليس متخصصاً.
- الإعلام فى مصر إعلام مؤسسى لا يرتبط بأجندة دولة أو سياسة تحريرية محددة ولكنه يخضع لما تراه كل مؤسسة إعلامية ورؤية أصحابها من رجال الأعمال والذين يديرون القنوات بشكل فردى لا يحكمها ضوابط مهنية ولا تلتفت لأى قيم أخلاقية ملزمة للجميع كما يحدث فى دول العالم كافة.
- وعبرت بعض الآراء عن تخوفها من استمرار التجاوزات حتى مع وجود الدليل المهنى للممارسة وذلك لأن من سيقوم بتطبيق المعايير والبنود المصاغة فيه، سيحدث مواءمة بين القانون والأهداف السياسية.
- مقترحات لتقديم معالجة إعلامية متوازنة لقضايا الرأى:
- أكدت جميع الخبراء على عنصر الالتزام بالتشريعات الإعلامية التى تنظم العمل فى مهنة الإعلام وخروج التشريعات والعقوبات وتنفيذها سيكون رادع لكل المنفلتين إضافة لتفعيل عمل اللجان المنظمة، والتوازن بين الملكية والإدارة، والتفكير الإبداعى، وتفعيل مجالس الأمناء لما لها من قدرة على تطبيق سياسة إعلامية واضحة ومعلنة لكل قناة فضائية، لتطبيق كود أخلاقى ومهنى داخل المؤسسات واعتباره الزام وليس اختيار. (٩٢)
- الاعتماد على الإعلامى الذى يتبنى قضايا وطنه ويبحث لها عن حلول ولا يهتم بجنى المال، ويطور إمكاناته بالفهم الجيد للوسيلة التى يعمل بها والذى يتوافر

فيه المهنية وفقاً لمصالح مجتمعه وجمهوره وإجادة استخدام أدواته في الإعداد والحوار والتقديم وأن تكون معالجته خالية من مواد الإثارة الزائفة.^(٩٣)

- واقترح البعض خروج نقابة الإعلاميين للحفاظ على هبة المهنة مع حظر المشاركة في البرامج إلا لعضو النقابة، وعدم السماح بممارسة المهنة ما دام غير متخصص لإصلاح الخلل الحالي.

- ويؤكد البعض أن وجود تشريعات موحدة سيقبل من المشكلات والانفلات الإعلامي بنسبة تتجاوز ٨٠% من جميع التجاوزات الحالية من خلال تطبيق الكود الأخلاقي المهني على البرامج لأن الإعلامى سيجد من يحاسبه سواء تشريعياً أو لرفض الجمهور والرأى العام ممارساته السلبية.^(٩٤)

- خروج قانون تنظيم الإعلام والصحافة للنور وتطبيقه هو المعول الأساسى فى ضبط الأداء الإعلامى لاسيما فى حالة وجود هيئة محايدة تنفذ بنوده بشكل عادل على الجميع وليس انتقائى وهو ما سيؤكد أن جميع القنوات والإعلاميين على نفس درجة الالتزام ويطبق عليهم العقوبات المتدرجة بدءاً من وقف بث البرنامج لفترة ثم إلغاؤه وانذار القناة وحتى شطب الإعلامى غير الملتزم.

- تفعيل القانون ضرورة وتطبيقه بحياد على الجميع هو الأساس.^(٩٥)

- عبر آخرون عن أن العبرة ليست فى القوانين بل فى تفعيلها وتطبيقها على أرض الواقع فالأهم أن نناقش من يدير وينظم بعدالة وحيادية ويستطيع توقيع عقوبة فعلية على نجوم الإعلام والقنوات الفضائية القوية.^(٩٦)

- ففى دولة مثل بريطانيا BBC البى بى سى تعاقب المتجاوزين وتتخذ ضدهم عقوبات صارمة وحقيقية ضماناً لالتزامها المهني أمام جمهورها وهو ما ينقصنا فى مصر وجود إجراءات فعلية أمام الانفلات الإعلامى وخاصة مع حروب الجيل الرابع الموجهة لهدم الأمن القومى للدولة وتفتيت المجتمع من خلال قنوات وصحف ومواقع لإشاعة التمرد وشحن النفوس.^(٩٧)

ثانياً: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

- متابعة الإعلاميين للبرامج الحوارية الفضائية وأهم القنوات والبرامج التى تتميز بالمهنية ومميزاتها:

أشارت نتائج الدراسة لنسب متابعة مرتفعة من الإعلاميين عينة الدراسة الميدانية للبرامج الحوارية والتوك شو فى الفضائيات المصرية، حيث جاءت ما يقرب

من ٨٤% منهم يتابعونها سواء بصفة دائمة (٣٠,٧%) أو أحياناً (٥٣,٦%) في حين جاء من يتابعونها نادراً نسبة ضعيفة (١٥,٧%) وهذه البرامج وفقاً للعديد من الدراسات هي المصدر الأول للمعلومات لدى قطاع كبير من الجمهور، ولذا يحرص الإعلاميون على متابعتها لمشاهدة زملائهم وأدائهم الإعلامي، وتكوين وجهة نظر فيما يقدم، خاصة لتمتعها بدرجة من الشعبية لدى الجماهير، ومن ثم تصبح فرصة لتقييم أداء الزملاء في المجال الإعلامي.

وتتفق هذه النتيجة مع عديد من الدراسات السابقة التي تناولت البرامج الحوارية الفضائية وأظهرت ارتفاع معدلات متابعتها منها دراسة سحر صوفى (٢٠١٦) ودينا يحيى (٢٠١٥) ورياب عبد الرحمن (٢٠١٣) ودراسة نجيب الشميرى (٢٠١١) وياسمين سعد (٢٠١٠) ودراسة نهى العبد (٢٠٠٨).

جدول رقم (٢)

القنوات الفضائية الملتزمة مهنيًا

| اسم القناة | ك | % |
|-----------------------------|----|------|
| ١- الحياة | ٥١ | ٣٦,٤ |
| ٢- القاهرة والناس | ٤٤ | ٣١,٤ |
| ٣- سى بى سى | ٣٧ | ٢٦,٤ |
| ٤- ام بى سى مصر | ٣٧ | ٢٦,٤ |
| ٥- دريم | ٢٩ | ٢٠,٧ |
| ٦- الفضائية المصرية | ٢٥ | ١٧,٩ |
| ٧- أون تى فى | ٢١ | ١٥ |
| ٨- تن تى فى | ٢١ | ١٥ |
| ٩- النهار | ١٨ | ١٢,٩ |
| ١٠- المحور | ١٦ | ١١,٤ |
| ١١- صدى البلد | ١٢ | ٨,٦ |
| ١٢- روتانا مصرية | ٥ | ٣,٦ |
| ١٣- أوربت | ٣ | ٢,١ |
| ١٤- المصرية الأولى والثانية | ٢ | ١,٤ |
| ن = ١٤٠ | | |

- جاءت قنوات الحياة على رأس اختيارات العينة فى تقديم قضايا الرأى بموضوعية ومهنية إعلامية فى برامجها الحوارية وقنوات الحياة مملوكة لرجل أعمال وسياسى بارز فى حزب الوفد إلا أنها تبقى قناة خاصة جديدة بالمتابعة والتقييم ليس لكونها قناة حزبية ولكن لأنها قناة ملتزمة إلى حد كبير فى سياستها التحريرية التى تتسم بالتوازن والمهنية.
- وجاءت قناة القاهرة والناس فى المرتبة الثانية خاصة أنها حظيت بقبول لدى الجمهور والإعلاميين فى الفترة الأخيرة لالتزامها بالتنوع فى عرض الآراء والتوازن فى التوجهات لإدارة النقاش بشكل موضوعى فى برامجها الحوارية الأبرز ولجرائتها فى مناقشة الآراء وتقديم وجهات نظر مختلفة.
- وجاءت قناتى سى بى سى وأم بى سى مصر بنفس المرتبة، وذلك لأن القناتين تحظيان بالتقدير ويحظى مقدمى برامجها بالاحترام للالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية فى معظم الأحيان.
- وسجلت قنوات دريم نسبة مرتفعة أيضاً ربما لأن نسب متابعة برامجها الحوارية مازالت تحظى بالمتابعة وتقدم برامج الرأى وعرض القضايا الشائكة من خلال تعدد وجهات النظر واستضافة أطراف متنوعة وإعطاء الفرصة للرأى الآخر.
- وجاءت القناة الفضائية المصرية فى المرتبة السادسة وذلك لأنها القناة الرسمية للدولة التى مازالت تحترم عوامل المهنية والموضوعية فى عرض القضايا وتحكمها قيم ومبادئ الإعلام الجاد ويتابعها الإعلاميين لمعرفة الرأى الرسمى فى الموضوعات المطروحة للنقاش.
- وسجلت قنوات أون تى فى وتى فى نسب متساوية وهى قنوات خاصة وتعرض فيها برامج حوارية متنوعة تناقش موضوعات الساعة بكفاءة وتلتزم فى كثير من الأحيان بالقيم المهنية الإعلامية.
- ثم جاءت قنوات النهار والمحور بنسب متقاربة، وتشير هذه النتيجة لانحسار نسب متابعة القناتين فى الفترة الأخيرة لعدم وجود عدد من البرامج الحوارية القوية القادرة على جذب المشاهد واكتساب تقدير الإعلاميين باستثناء برنامج واحد فى كل قناة تنقصه الجاذبية والتنوع فى عرض الآراء ويقدم بشكل نمطى يفتقد للمهنية فى أحيان كثيرة.

- وجاءت قناة صدى البلد فى المراتب الأخيرة لوجود برامج حوارية بها تلتزم بعرض وجهة نظر واحدة ويغلب عليها صفة الصوت الواحد الداعم للنظام السائد ولا يسمح فيها بتنوع وجهات نظر ومن ثم تفتقد لأهم قواعد المهنية وهى التنوع والموضوعية.

- وجاءت قنوات روتانا مصرية وأوربت والمصرية الأولى والثانية بنسب ضعيفة. انتفتت هذه النتيجة مع دراسة سحر صوفى (٢٠١٦) التى أكدت أن قنوات سى بى سى والنهار والحياة من أكثر القنوات مشاهدة، وأن القنوات الحكومية أكثرها التزاماً بالمسئولية الاجتماعية.

جدول رقم (٣)

البرامج الفضائية الملتزمة مهنيًا

| البرامج المهنية | ك | % |
|----------------------|----|------|
| ١- الحياة اليوم | ٤٩ | ٣٥ |
| ٢- القاهرة ٣٦٠ | ٤٠ | ٢٨,٦ |
| ٣- يحدث فى مصر | ٣٧ | ٢٦,٤ |
| ٤- العاشرة مساء | ٣١ | ٢٢,١ |
| ٥- هنا العاصمة | ٢٤ | ١٧,١ |
| ٦- مع إبراهيم عيسى | ٢٢ | ١٥,٧ |
| ٧- ٩٠ دقيقة | ٢١ | ١٥ |
| ٨- أنا مصر | ١٦ | ١١,٤ |
| ٩- على مسئوليتى | ١٥ | ١٠,٧ |
| ١٠- ممكن | ١٤ | ٧,١ |
| ١١- على هوى مصر | ١١ | ٧,٩ |
| ١٢- القاهرة اليوم | ١١ | ٧,٩ |
| ١٣- السادة المحترمون | ١١ | ٧,٩ |
| ١٤- مساء القاهرة | ١٠ | ٧,١ |
| ١٥- مانشيت | ١٠ | ٧,١ |
| ١٦- كلام تانى | ٢ | ١,٤ |
| ١٧- نظرة | ٢ | ١,٤ |
| ن = ١٤٠ | | |

- تطابقت اختيارات الإعلاميين للبرامج الحوارية التي يتميز أداؤها الإعلامي بالتوازن والمهنية في عرض القضايا الخلافية مع اختياراتهم للقنوات التي تعرض قضايا الرأي بمهنية وموضوعية. حيث جاء برنامج الحياة اليوم على قائمة الاختيارات يليه برنامج القاهرة ٣٦٠، وهو ما يشير لالتزام قنوات الحياة والقاهرة والناس بالقواعد المهنية الإعلامية وحققت برامجها الحوارية أعلى نسب من اختيارات زملائهم الإعلاميين عينة الدراسة فهي توفر فرص لعرض الآراء المتنوعة ومناقشتها وتلتزم بالموضوعية والدقة واتاحة الرأي والرأي الآخر، وأيضاً جاء برنامج يحدث في مصر على قناة ام بي سى مصر في المرتبة الثالثة لتمييز مقدمه والتزامته المهني.
- وفي المرتبة الرابعة برنامج العاشرة مساء على قناة دريم رغم اختلاف الكثيرون عليه إلا أن التقدير له لعرضه وجهات نظر متنوعة وحرصه على تواجد أكثر من طرف لمناقشة أى قضية واتاحة الفرصة لعرض تفاصيل القضية واعتماده على شبكة مراسلين لتغطية الموضوع ومقابلة أطرافه الحقيقية وهو ما يميز البرنامج.
- وجاءت برامج هنا العاصمة على قناة السى بي سى ومع إبراهيم عيسى على القاهرة والناس وبرنامج ٩٠ دقيقة على دريم بنسب متقاربة وهي برامج لها مميزات مهنية في التناول ويتمثل في التنوع واختيار ضيوف يمثلون توجهات عديدة وتناول القضية بتوازن، والمناقشة المحترمة دون تجاوزات لفظية وهو ما يكسبها الالتزام المهني.
- وجاءت برامج أنا مصر على الفضائية المصرية وعلى مسئوليتي في القاهرة والناس ويمكن في السى بي سى في المراتب التالية: وهي برامج بها مميزات مهنية وبعض المشكلات في التناول أبرزها الانحياز لصوت واحد رئيسي يعبر عن وجهة نظر الدولة ويقصى الأطراف الأخرى في كثير من الأحيان.
- وجاءت برامج على هوى مصر والقاهرة اليوم والسادة المحترمون ومساء القاهرة ومانشيت في المراحل الأخيرة.
- اتفقت هذه النتيجة مع دراسة سحر صوفى ٢٠١٦ التي اظهرت أن برامج الحياة اليوم في مقدمة البرامج التي تلتزم بالمعايير المهنية للقائم بالاتصال.
- أستقر رأى المبحوثين من الإعلاميين على تمتع البرامج الحوارية في الفضائيات

المصرية بعدد من المميزات فى طرحها لقضايا الرأى وجاء على رأسها التنوع فى الضيوف المشاركين فى البرامج بنسبة ٤٥,٥% من إجمالى الاختيارات وهو ما يشير لتعدد وجهات النظر المطروحة فى الحوار والمناقشة وعدم قصرها على الرأى الواحد. كما كان يحدث سابقاً. وهو ما يؤكد على أهم عوامل المهنية وهو التنوع يليها الموضوعية فى عرض الآراء بنسبة ٤٤,٣% وهو ما يؤكد أن التركيز على التناول الموضوعى بعيداً عن الأهواء من أهم وأخطر العناصر التى تكفل حرية الرأى والتعبير وعدم الانحياز لوجهة النظر، يليها الاستعانة بتقارير حية ومراسلين أكفاء (٣٤,٤%) وهو من أهم نقاط القوة فى برامج التوك شو المصرية والتى تميزها أنها تغطى الحدث بمجموعة تقارير مصورة وشبكة مراسلين من موقع الأحداث، وجاء من المميزات أيضاً أن أسلوب الحوار يتسم بعدم التجاوز اللفظى (٣٢,٠%) وهى من نقاط القوة المميزة للبرامج عدم وجود ألفاظ بذينة أو تجاوزات خاصة فى البرامج التى تحترم مشاهديها والقنوات الجادة.

وسجل كفاءة حق الرد لمن يتناوله الحديث نسبة ٣١,٤% وهو ما يشير لأحد أهم قواعد المهنية والتى تتمثل فى حق الرد والتصحيح لأى معلومات أو أخبار تخص الفرد وما تنص عليه كافة المواثيق الإعلامية ومدونات السلوك المهنى بأن نعطي الفرصة للآخرين للدفاع عن أنفسهم.

ويشير الاختيار التالى بإتاحة الفرصة المتساوية للجميع بالحديث (٢٥,٧%) لأهم قواعد الحوار الإعلامى الملتزم الذى يوزع الوقت بالتساوى بين جميع المشاركين لعرض وجهات نظرهم والتدليل عليها وهو ما يؤكد اختيار العينة لميزة إعطاء وقت كاف لعرض وجهات نظر متنوعة (بنسبة ٢٢,٩%) حيث يحظى الجميع بنفس الاهتمام والتركيز من مدير الحوار.

وأخيراً جاء اختيار أن مقدم البرنامج يلتزم بالمهنية بنسبة ٣,٥% وهو ما يشير لدور المقدم فى تدعيم القيم الإعلامية المتوازنة والموضوعية فى عرض القضية.

اتفقت النتيجة الحالية مع دراسة تامر صلاح الدين (٢٠١٣) التى أكدت أن البرامج الحوارية تكفل المشاركة والتفاعل مع المتلقى ومن مميزاتنا أنها ملتقى للنقاش وعرض وجهات نظر متنوعة.

- البرامج الحوارية التي تعاني من تجاوزات مهنية وأبرز هذه المشاكل:

جدول رقم (٤)

رأى عينة الدراسة فى البرامج التى يحدث لها مشاكل مهنية فى تناول قضايا الرأى

| اسم البرامج | ك | % |
|--------------------|----|------|
| ١- على مسئوليتى | ٨٢ | ٧٨,٨ |
| ٢- العاشرة مساء | ٥٨ | ٤١,٤ |
| ٣- مانشيت | ٣١ | ٢٢,١ |
| ٤- هنا العاصمة | ٢٨ | ٢٠ |
| ٥- مع إبراهيم عيسى | ٢١ | ١٥ |
| ن = ١٤٠ | | |

حددت عينة الدراسة أسماء عدد من البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية يرون فيها تجاوزات مهنية مشكلات فى تناولها لقضايا الرأى وجاء أبرز هذه البرامج على مسئوليتى على قناة صدى البلد والذى يقدمه الإعلامى أحمد موسى والمعروف بدفاعه الشديد عن وجهة نظر الدولة والحكومة وسيطر عليه عرض صوت واحد رئيسى يدعم اتجاه رئيسى ولا يسمح فيه بتعدد وجهات النظر ويفتقد للموضوعية والحياد فى أحيان كثيرة ولذلك فقد اعتبره الإعلاميون عينة الدراسة من أكثر البرامج التى يحدث بها مشكلات فى أسلوب التناول والعرض لقضايا الرأى.

ويليه برنامج العاشرة مساء على قناة دريم والذى يقدمه الإعلامى وائل الإبراشى ويغلب على أدائه طابع الميل للإثارة والرغبة فى جذب الجمهور والمعلن بتصعيد الخلاف بين أطراف المناقشة لإزكاء نار التعصب.

وفى المرتبة الثالثة برنامج مانشيت على قناة OnTv والذى يقدمه الإعلامى جابر القرموطى والذى يتميز بالصوت المرتفع، والميل للمبالغة والتهويل.

وجاء برنامج هنا العاصمة على قناة CBC تقديم الإعلامية لميس الحديدى والذى يراه البعض ينحاز لوجهة نظر واحدة وميله للمبالغة والبحث عن القضايا المثيرة.

ويأتى برنامج مع إبراهيم عيسى على قناة القاهرة والناس فى المرتبة التالية والذى يرى فيه البعض انفراد بالرأى من مقدمه وتحيز لوجهة نظره وعرض أراء جريئة وصادمة دون إتاحة فرصة الرد للآخرين.

جدول رقم (٥)

طبيعة التجاوزات المهنية فى البرامج الحوارية الفضائية

| ك | ٪ | التجاوزات المهنية |
|---------|------|----------------------------------------------------------|
| ١٠٤ | ٧٤,٣ | ١- مبالغة وتهويل فى عرض القضية |
| ٦٨ | ٤٨,٦ | ٢- تحيز لوجهة نظر واحدة |
| ٦٤ | ٤٥,٧ | ٣- نشر شائعات وأكاذيب |
| ٦٠ | ٤٢,٩ | ٤- عدم الاعتماد على مصادر موثوق بها للمعلومة |
| ٥٩ | ٤٢,١ | ٥- تعدى على خصوصية أفراد وشخصيات عامة |
| ٥٢ | ٣٧,١ | ٦- الدفاع عن سياسة القناة أو مصلحة شخصية |
| ٥٢ | ٣٧,١ | ٧- التركيز على عوامل الإثارة الإعلامية |
| ٣٤ | ٢٤,٣ | ٨- تجاوزات لفظية واستخدام عبارات وألفاظ متدنية |
| ٢٠ | ١٤,٣ | ٩- لا تحقق كفاءة حق الرد أو التصحيح لمن أصابه الخبر بضرر |
| ٤ | ٢,٨ | ١٠- الانحياز لوجهة نظر مقدم البرنامج |
| ن = ١٤٠ | | |

سجلت عينة الدراسة عدداً كبيراً من التجاوزات المهنية للبرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية وشملت المبالغة والتهويل فى عرض القضية بنسبة ٧٤,٣% وهى أعلى نسبة فى اختياراتهم وتشير لأفة واضحة فى الإعلام المصرى المرئى وهى المبالغة والتضخيم غير المبرر لأى موضوع يتم مناقشته والتركيز الشديد عليه والإلحاح فى عرضه لفترة ثم تركه تماماً لمناقشة موضوع آخر بنفس الأسلوب وهو ما يتنافى مع أهم قيمة مهنية يجب أن تتوفر فى الإعلام وهى عرض الموضوع بموضوعية ومن خلال حيزها الحقيقى بعيداً عن المبالغات والتهويل.

وجاء فى المرتبة الثانية التحيز لوجهة نظر واحدة بنسبة ٤٨,٦% من إجمالى الاختيارات وهو ما يؤكد أن الإعلام موجه لعرض رؤية واحدة والدفاع عنها والتدليل عليها والذى قد يشمل اختيار الأطراف المؤيدة لهذا الطرح عند المناقشة.

وجاء الاختيار بأنه ينشر شائعات وأكاذيب فى المرتبة التالية بنسبة ٤٥,٧% وهو ما يؤكد أن الإعلام غير الموضوعى والذى يتجاوز القيم المهنية يودى لعواقب وخيمة ومنها نشر الأكاذيب والمساعدة على شيوع الإشاعات لدى الجمهور وتضخيمها حتى يصدقها المشاهد وذلك بالإلحاح عليها غير مكترئين بوجود نسبة مرتفعة من الأمية فى مصر تساعد فى تصديق هذه الأكاذيب.

وسجلت عدم الاعتماد على مصادر موثوقة للمعلومات نسبة ٤٢,٩% وهو ما يفقده الإعلام المرئى ويتمثل فى النقل عن مواقع الكترونية أو مصادر معلومات غير ملتزمة وغير معروفة سعياً وراء السبق الخبرى والمنافسة فى تناول أخبار غير مؤكدة وهو ما يجعلها تقع فى أخطاء جسيمة قد تضطر للاعتذار عنها.

وجاء تجاوز مهنى آخر وهو التعدى على خصوصية أفراد أو شخصيات عامة فى المرتبة الخامسة بنسبة ٤٢,١%، ولعل ما نلاحظه من مشاكل التسريبات الأخيرة وإذاعة صور وأحاديث للعديد من الشخصيات العامة يؤكد هذا التجاوز والذي قد يضع القناة تحت طائلة القانون لانتهاك خصوصية الأفراد والتعدي على حرياتهم الشخصية.

وفى المرتبة السادسة الدفاع عن سياسة القناة أو المصلحة الشخصية بنسبة ٣٧,١% وهو ما نلاحظه فعلياً فى القنوات أنها تدافع عن وجهات نظر متباينة حسب ملكيتها والتوجه السياسى لأصحابها أو المصالح التى تربط الإعلامى بأطراف القضية ومن ثم يتلون فى معالجته لخدمة أغراض شخصية.

وجاءت بنفس النسبة التركيز على عوامل الإثارة الإعلامية وهى مشكلة دائمة فى الإعلام أنه يبحث عن الإثارة وما يدفع الجماهير للمتابعة ويجذب المعلى للبرنامج عبر التناول المثير للقضية وإثارة الخلاف وإشعال الحلقة لكسب مزيد من المتابعة بالعديد من الأساليب غير المهنية.

وسجلت التجاوزات اللفظية واستخدام عبارات وألفاظ متدنية المستوى نسبة ٢٤,٣%، وهى من أهم عوامل الإثارة التى تعتمد عليها برامج عديدة حيث تحفل حلقاتها بالشتائم والبذاءات المتبادلة بين أطراف تتصارع بالألفاظ وليس بالأفكار.

وجاءت سقطة مهنية أخرى تتمثل فى عدم كفالة حق الرد أو التصحيح لمن أصابه الخبر بالضرر بنسبة ١٤,٣% وهو من أهم الحقوق التى يكفلها القانون للجمهور فى مواجهة تجاوزات الإعلاميين ولكنه للأسف لا يتم تفعيله سوى فى حالات قليلة ولدى بعض البرامج الملتزمة مهنيًا.

وأخيراً سجل الإنحياز لوجهة نظر مقدم البرنامج نسبة ٢,٨% وهو ما أضافه المبحوثين أنفسهم لأنه من أهم التجاوزات التى تعبر عن الانحياز للرأى ومحاولة فرضه على الآخرين.

جدول رقم (٦)

الضغوط المؤثرة على عمل الإعلامى

| الوزن المئوى | الضغوط |
|--------------|-------------------------------------------------------------|
| ٨٥,٩٥ | ١- سياسة التحرير وما تمثله من ضغوط لدعم اتجاه معين |
| ٨٣,٣٣ | ٢- الاعتبارات الإعلانية وتوقعات الربح المادى |
| ٨٢,٦٢ | ٣- ضغط الوقت وعوامل السبق الخبرى |
| ٨٢,٣٨ | ٤- مدى توافر مصادر لجمع الأخبار |
| ٨٠,٧١ | ٥- افتقار الإعلامى للتدريب المستمر والاعتماد على موهبته فقط |
| ٧٧,٨٦ | ٦- تدخلات المسؤولين من الدولة أو الحكومة |
| ٧٧,٦٢ | ٧- إمكانية الوصول للمعلومات الصحيحة |
| ٧١,٦٧ | ٨- عدم شمولية قوانين الصحافة والإعلام |
| ٧٠,٩٥ | ٩- القدرة على حماية مصادر أخباره والاحتفاظ بسريرتها |
| ٦١,٩٠ | ١٠- نتائج أبحاث ودراسات الجمهور لأفضليات المتابعة |

عبرت عينة الدراسة عن وجود عدد من الضغوط اللتى تؤثر على عمل الإعلامى فى تناوله لقضيته من خلال مقياس لمدى تأثيرها سواء مؤثرة بشكل كبير، أو إلى حد ما، أو غير مؤثرة، وبحساب الوزن المئوى لطبيعة هذه الضغوط جاء عامل السياسة التحريرية وما تمثله من ضغط لدعم اتجاه معين على رأس العبارات بوزن مئوى قدره (٨٥,٩٥)، وهو ما يمثل أهم عنصر فى القنوات الفضائية وفى تناولها للقضايا ويؤثر بشكل واضح فى الانحياز لدعم وجهة نظر القناة وأصحابها، وما يضعونه من سياسة تحريرية يجب الالتزام بها، وتطويع المناقشات والحوارات لتسير فى نفسه الاتجاه.

وجاء الضغط المتمثل فى الاعتبارات الإعلانية وتوقعات الربح المادى بوزن مئوى قدرة (٨٣,٣٣) وهو ما يؤكد أن السعى للكسب المالى وجذب المعلن، يأتى من أهم الضغوط على صناع الإعلام المرئى وذلك لضمان استمرار البرنامج والإقبال عليه من المعلن والقدرة على المنافسة وجذب الإعلانات والممولين للبرنامج.

وجاء ضغط الوقت وعوامل السبق الخبرى، ومدى توافر مصادر لجمع الأخبار بنسبة متقاربة (٨٢,٦٢، ٨٢,٣٨) وهو ما يمثل ضغوط مهنية فى المجال الإعلامى بتوافر مصادر إعلامية توفر المعلومات والأخبار، وتحفظ للبرنامج قدرته على السبق وعرض الخبر بسرعة وكفاءة، وهذا ما يتوافر للقنوات اللتى تحظى بشبكة مراسلين

قوية وتتواصل مع مصادر جيدة موثوق بها للحصول على الأخبار، وضمان الاستمرار في المنافسة.

سجل الضغط الناجم عن افتقار الإعلامى للتدريب المستمر والاعتماد على موهبة فقط وزن مئوى قدره (٨٠,٧١) وهو ما يمثل أحد مشكلات الإعلام التليفزيونى؛ والذى يفتقد الممارسين فيه للتدريب المستمر والمتواصل، أو الحصول على دورات متقدمة تصقل مواهبهم وتنمى قدراتهم بشكل مستمر ومتجدد، بدلاً من الاعتماد على الموهبة وحدها والتي تحتاج لصقل وتدريب.

وجاء بنفس النسبة تقريباً تدخلات المسؤولين فى الدولة أو الحكومة، وإمكانية الوصول للمعلومات الصحيحة (٧٧,٨٦، ٧٧,٦٢) وهو ما يؤكد أن التدخل الحكومى أو الرسمى من مؤسسات الدولة مازال يمثل أحد الضغوط التي تواجه الإعلام الفضائى المصرى فى تناوله للقضايا المتعلقة بالرأى والتي تستكملها احتكار المعلومات وإمكانية الوصول للمعلومة الصحيحة من مصادرها، والذى قد يمثل أحد الضغوط لدفع الإعلام لتبنى وجهة نظر محددة فى مقابل الحصول على المعلومات.

وجاء ضغط مهنى آخر يتمثل فى عدم شمولية قوانين الصحافة والإعلام لضبط الأداء الإعلامى والدفاع عن حقوقه بوزن مئوى قدره (٧١,٦٧)، وهو ما يجعل الإعلامى غير قادر على ضمان من يحفظ له حقه فى الممارسة المهنية السليمة.

ويؤكد هذا الضغط الناجم عن القدرة على حماية مصادر أخباره أو الاحتفاظ بسريتها بوزن مئوى قدره (٧٠,٩٥) وهو ما يجب أن تكفله له القوانين المنظمة للإعلام لضمان أداء رسالته على أكمل وجه وضمان حقه الأساسى فى الحفاظ على مصادره.

وأخيراً جاء الضغط الناتج عن نتائج أبحاث ودراسات الجمهور لأفضليات المتابعة بوزن مئوى قدره (٦١,٩٠) لتشير إلى عوامل المنافسة وكسب الجمهور للمتابعة والتفضيل للبرنامج المقدم، والذى يضمن للقناة والإعلامى الاستمرار فى المقدمة وأن يحظى بالتقدير من المشاهدين.

- الأدوار المهنية والعوامل المؤثرة على برامج الرأى فى الفضائيات المصرية:

جدول رقم (٧)

ترتيب الإعلاميين للأدوار المهنية التى يجب الالتزام بها

| الوزن المرجح | النقاط الترجيحية | الأدوار المهنية |
|-----------------|---------------------|----------------------------------------------------------------|
| ١٦,٩ | ٦٦٠ | تتقيف الجمهور وتوفير معلومات عن القضايا المهمة |
| ١٦,٤ | ٦٣٩ | مراقبة ومتابعة أداء المسئولية وكشف الفساد |
| ١٣,٩ | ٥٤٣ | دعم سياسة الدولة فى مواجهة الأخطار المحيطة بها |
| ١٣,٥ | ٥٢٧ | التأثير فى الرأى العام وإرشاد الجمهور فى الشؤون الحياتية |
| ١٣,٣ | ٥١٥ | السماح للناس بالتعبير عن آرائهم وعرض وجهات نظرهم بحرية |
| ١٣,١ | ٥٠٨ | الدعوة لتبنى قيمة تغيير مجتمعى |
| ١٢,٩ | ٥٠٤ | تقييم ومناقشة القضايا والموضوعات التى تجذب أكبر عدد من الجمهور |
| %١٠٠ | ٣٨٩٦ | إجمالى |

قام المبحوثون بترتيب عدداً من الأدوار المهنية التى يجب على الإعلامى الالتزام بها فى أداء عمله وذلك حسب أهميتها من وجهة نظرهم وجاء فى مقدمة هذه المعايير تتقيف الجمهور وتوفير المعلومات التى يحتاجها عن القضايا المهمة بأعلى وزن مرجح قيمته ١٦,٩ وأعلى مجموع للنقاط الترجيحية.

وتشير هذه النتيجة لأهمية ودور الإعلام المرئى فى القيام بدوره الرئيسى فى تعريف الجمهور بالقضايا والموضوعات الحياتية وإعطاء قدر من الثقافة المعلوماتية لهم حول أبعادها ومناقشتها خاصة لتكوين آراء حولها، وهو ما يجب أن تقوم به البرامج الحوارية بصفة خاصة.

وجاء الدور الخاص بمراقبة ومتابعة أداء المسئولين وكشف الفساد بوزن مرجح مقارب قيمته ١٦,٤، وهو ما يؤكد دور الإعلام فى الرقابة على أداء المسئول ومساءلته حول مدى قيامه بدوره التنفيذى والإبلاغ عن قضايا الفساد ومواجهتها كمراقب على من يتصدى للعمل العام.

وجاء فى الترتيب الثالث دعم سياسة الدولة فى مواجهة الأخطار المحيطة بها بوزن مرجح قيمته ١٣,٩، وهو ما يؤكد دوراً مهنيّاً للإعلام فى فترة الأزمات

والصراعات الدولية فى دعم التأييد الشعبى للدولة وحمائتها مما يحيط بها من أخطار ومؤامرات واستهداف من قوى خارجية وهو ما يدركه الإعلام الواعى ويحاول أن يقوم بدوره للحفاظ على أسس الدولة ومؤسساتها.

ويؤكد هذا الاتجاه الترتيب التالى لدور مهنى مهم وهو التأثير فى الرأى العام وإرشاد الجمهور فى الشؤون الحياتية (بوزن مرجح ١٣,٥). وجاء فى الترتيب الخامس السماح للناس بالتعبير عن آرائهم وعرض وجهات نظرهم بحرية (بوزن مرجح ١٣,٣) وهو ما يؤكد أن من أهم الأدوار المهنية للإعلام الناجح أن يعكس وجهه نظر الناس ويعطى فرصة للجمهور للتعبير عن رأيه والمشاركة فى المناقشات وسماع اتجاهاتهم نحو القضايا المثارة.

وجاء فى المرتبة السادسة الدعوة لتبنى قيم تغيير مجتمعى (بوزن مرجح ١٣,١) وهو ما يشير لدور الإعلامى فى دفع الجمهور للأفكار الحديثة التى تبنى المجتمع وتطوره وتعرضه للمستحدثات التى يجب الأخذ بها كجزء طبيعى من التجديد للقيم أو التطوير للعادات المجتمعة البالية بأخرى أكثر حداثة.

وجاء فى المرتبة الأخيرة تقييم ومناقشة القضايا والموضوعات التى تجذب أكبر عدد من الجمهور (بوزن مرجح قيمته ١٢,٩) وقد اعتبر الإعلاميون هذا الدور المهنى من أقل الأدوار التى يجب التركيز عليها لأنه يعمد لعرض ما يريده المشاهد وما يجذب اهتمامه بغض النظر عما يفيده أو يجب مناقشته ورغم أنه يمثل نقطة إيجابية فى تقديم ما يجذب الجمهور وما يتطلع لمشاهدته من موضوعات إلا أنه يحمل شبهة الإثارة والرغبة فى إرضاء الذوق الشعبى للمشاهدين.

اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة دينا يحيى (٢٠١٥) التى أكدت نتائجها أن مراعاة البرامج لخصائص الجمهور فى مقدمة المعايير التى تدفع لمتابعتها.

كما اتفقت مع دراسة سارة عبد اللطيف (٢٠١١) التى أظهرت أن حق الجمهور فى المعرفة والدفاع عن المصالح العامة للمجتمع فى مقدمه أسس المسؤولية الاجتماعية التى عبر عنها فى تقييم أداء القنوات المصرية.

العوامل المؤثرة فى تناول قضايا الرأى فى الفضائيات:

حددت عينة الدراسة مجموعة من العوامل التى تؤثر على الإعلامى فى عرض قضية أو تناول موضوع فى البرامج الحوارية فى الفضائيات التى جاء على رأسها السياسة التحريرية للقناة بنسبة ٦٧,١% من إجمالى الاختيارات، ثم مالك القناة بنسبة

٥٨,٦%، وهو ما يؤكد أن صاحب القناة الفضائية وما يضعه من سياسة تحريرية للعمل بها من أهم وأخطر العوامل المؤثرة على التناول الإعلامي لقضايا الرأي بهذه القنوات وخاصة أن الفضائيات المصرية الخاصة يمتلكها رجال أعمال يعملون لخدمة مصالح تجارية أو سياسية خاصة بهم وتسير برامج القناة في إطار سياسة محددة يضعها ملاك القنوات للتعبير عن توجهاتهم سواء لحماية أعمالهم أو تحقيق أرباح سياسية أو مالية.

وجاء في المرتبة الثالثة المعلن بنسبة ٥٤,٣% وهو ما يؤكد أن الغرض الرئيسي لمعظم البرامج المقدمة هو هدف تجارى لجذب المعن أو الممول الذى يكفل استمرار البرنامج فى المنافسة وتتكالب القنوات على حصيلة الإعلانات.

وجاء مسئولى الدولة أو الحكومة بنسبة مرتفعة بلغت ٣٠,٧% من إجمالى اختيارات الإعلاميين وهو ما يظهر أن تأثير الضغط الحكومى مازال مؤثراً على طبيعة تناول القضايا فى الفضائيات للسير فى الاتجاه المحدد أو لأرضاء المسئولين رغم كم الحريات الممنوحة إلا أن كثير من الإعلاميين يحرصون على الموائمة السياسية فى عرض الموضوعات الشائكة وهو ما يؤكد الاختيار التالى والخاص بمؤسسات اقتصادية ورجال أعمال بنسبة ٢٤,٣% والذى يشير لضغط العوامل الاقتصادية ورؤس الأموال فى طبيعة تناول الموضوعات بما يخدم مصالحها التجارية.

وجاءت قيم الإعلامى ومعتقداته الشخصية بنسبة ٢٣,٦% وهو ما يظهر أن المبادئ الإنسانية والمهنية الإعلامية للإعلامى مازالت تحتل نسبة جيدة فى اختياراته وتناوله للموضوعات بما يمليه عليه ضميره المهنى والإنسانى.

وجاء رد فعل الجمهور بنسبة ٢٠% وهو ما يؤكد حرص الإعلامى على إرضاء جمهوره وكسب احترامه وخوفه من رد فعله تجاه طبيعة عرضه للموضوعات وقضايا الرأى.

وسجل الرئيس المباشر فى العمل نسبة ١٧,١%، ويشير ذلك لتأثير رئيس القناة أو رئيس التحرير فى تناول الموضوعات وفق سياسة القناة وأخلاقيات المهنة. وسجل عاملى وجود إعلاميين منافسين فى قنوات أخرى وجماعات الضغط المجتمعى نسبة واحدة وهى ١٤,٣%، وهو ما يؤكد أن عوامل المنافسة مع الآخرين أحد المحركات الأساسية فى العمل الإعلامى الفضائى إضافة لقوة ضغط المؤسسات الاجتماعية المختلفة والتى بدأت تمارس دورها فى التأثير على العمل الإعلامى فى مصر فى السنوات الأخيرة.

وجاء الاختيار لتأثير النقابة أو المؤسسة التي ينتمي لها الإعلامي بأقل نسبة وهي ٤,٣% فقط وهو ما يؤكد ضعف هذه النقابات وعدم سيطرتها على المهنة أو العاملين فيها.

وأخيراً أضاف المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٢,٨%، والتي أصبح لها دور مؤثر في الفترة الأخيرة وشكلت وسيلة ضغط على الإعلاميين خوفاً من ردود أفعال روادها وتعليقاتهم.

اتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة الشبكة العربية ومؤسسة الصوت الحر (٢٠١٤) التي أظهرت تأثير واضح للسياسة التحريرية للقناة في تناول القضايا، وانحياز المذيع في البرامج الحوارية لها.

ودراسة فوزية عبد الله (٢٠١٣) التي حددت عوامل مؤثرة لعمل الإعلامي وتشمل مدير ومالك المؤسسة والاعتبارات التجارية وبحوث الجماهير، ومنافسة الزملاء، والمسؤولين وجماعات الضغط.

جدول رقم (٨)

مساحة الحرية المتاحة

| مساحة الحرية المتاحة | ك | % |
|----------------------|-----|------|
| مؤثر رئيسي | ١٠٤ | ٧٤,٣ |
| مؤثر ثانوي | ٢٨ | ٢٠ |
| ليس لها تأثير | ٨ | ٥,٧ |
| مجموع | ١٤٠ | ١٠٠% |

اعتبر الإعلاميون عينة الدراسة أن مساحة الحرية المتاحة في القنوات الفضائية تعد مؤثر رئيسي في معالجتها لقضايا الرأي بنسبة ٧٤,٣%، في حين اعتبرها مؤثر ثانوي بنسبة ٢٠% منهم، وهو ما يشير إلي أن الحرية المتاحة في تناول القضايا عامل مهم يحدد طبيعة المعالجة وتسمح للإعلامي بعرض وجهات النظر دون التقيد بمحاذير تحد من موضوعية العرض المتكامل والمناقشة المستفيضة للقضية.

في حين عبرت نسبة ضئيلة من عينة الدراسة عن اعتبارها لمساحة الحرية الممنوحة في القناة بأنها ليس لها تأثير (بنسبة ٥,٧%).

المعايير المهنية والأخلاقية التي يلتزم بها الإعلاميون. في برامج الفضائيات

جدول رقم (٩)

معايير الالتزام المهني الإعلامي

| الوزن المئوي | المعايير |
|--------------|----------------------------------------------------|
| ٦٩,٧٦ | التواصل مع الجمهور وسماع شكواهم. |
| ٦٧,٨٦ | الفصل بين الرأي والخبر |
| ٦٧,٦٢ | منح فرصة الرد والتعليق للمتضرر |
| ٦٤,٢٩ | عدم التحيز لطرف وإبداء تعاطف معه |
| ٦٣,٥٧ | التوازن في عرض وجهات النظر |
| ٦٣,٥٧ | احترام الخصوصية وعدم التدخل في الحياة الخاصة |
| ٦٣,٣٣ | تجنب التحريف أو ذكر أنصاف الحقائق |
| ٦٣,١٠ | ينسب الخبر لمصدره المعلوم والموثوق به |
| ٦١,٩٠ | الأمانة في عرض الصور والرسوم والمواد الفيلمية |
| ٦٠,٩٥ | عدم بث ما يشكل إساءة للذوق العام. |
| ٦٠,٩٥ | عدم التأثير على أحكام القضاء |
| ٦٠ | الصدق والدقة في التقارير الإعلامية |
| ٥٩,٧٦ | عدم انتهاك حقوق الملكية الفكرية لزملاء وقنوات أخرى |
| ٥٨,٨١ | عدم الخداع في استخدام العناوين |
| ٥٨,٣٣ | عدم الإساءة أو التشهير بالمنافسين |
| ٥٨,١٠ | عدم الإساءة لأي اتجاه فكري أو سياسى أو دينى |
| ٥٦,٩٠ | الاعتراف الخطأ وتصحيحه وعدم تكراره |

حدد المبحوثون معايير الالتزام المهني والأخلاقي للعمل الإعلامي التي يلتزم بها البرامج الحوارية الفضائية المصرية من خلال مقياس ثلاثي الأبعاد، وبحساب الوزن المئوي لكل عبارة جاء معيار التواصل مع الجمهور وسماع شكواهم وعرضها بأمانه علي رأس القائمة، وهو ما يؤكد الدور الرئيسي لهذه البرامج في تحقيق ديمقراطية الاتصال من خلال سماع فئات الجمهور المختلفة وأن يصبح لها صوت في الإعلان وتشارك في عرض قضايا الوطن ومناقشتها وإبداء الرأي فيها وهو ما لن تجد له متنافس سوى في هذه البرامج الحوارية.

وجاء المعيار الخاص بالفصل بين الرأى والخبر، ومنح فرصة الرد والتعليق للمتضرر بنفس الوزن المئوى فى المرتبة الثانية، ويعبر المعياران عن أسس العمل المهنى التى نطالب بها فى موثيق الشرف الإعلامى على اختلاف أنواعها وهو أن نحدد للجمهور ما هو الخبر ثم التعليق عليه بشكل منفصل حتى نترك له فرصة تكوين وجهة نظر خاصة دون تأثير على اتجاهه وإعطاء فرصة الرد لن يمسه النشر أو الإذاعة بالضرر من أدبيات العمل الإعلامى المهنى ومن أهم قواعد أخلاقيات الإعلام.

وسجلت عبارة عدم التحيز لطرف أو إبداء تعاطف مع أحد ضد آخر وزن مئوى مرتفع أيضاً لأنها من أساسيات التعامل الموضوعى مع القضايا التى يجب على الإعلامى الالتزام بها.

وجاءت معايير أربعة أخرى لتسجل وزن مئوى متقارب وهى: التوازن فى عرض وجهات النظر، واحترام الخصوصية وعدم التدخل فى الحياة الخاصة وتجنب التحريف أو ذكر أنصاف الحقائق، ثم أن ينسب الخبر لمصدره المعلوم والموثوق به، تشير هذه النتيجة للالتزام متوسط المستوى للبرامج الحوارية الفضائية بمجموعة معايير مهنية جيدة بشهادة زملائهم الإعلاميين عينة الدراسة الحالية جميعها يرتبط بشكل وثيق بالقيم المهنية الراسخة التى نصت عليها موثيق الشرف والتى تكفل الموضوعية والتوازن والتواصل وضمان حق الرد والتصحيح للآخرين.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة سحر صوفى (٢٠١٦) والتى أظهرت نفس السمات المهنية السابقة كأهم المعايير فى البرامج الحوارية أو الفضائية.

فى حين سجلت معايير أخرى وزن مئوى أقل وهى: الأمانة فى عرض الصور والرسوم والمواد الفيلمية دون مؤثرات تغير حقيقتها، وعدم بث ما يشكل إساءة للذوق العام واحترام قيم المجتمع، وعدم التأثير على أحكام القضاء أو التدخل فى سير القضايا ومحاكمة المتهم بواسطة الرأى العام، والصدق والدقة فى التقارير الإعلامية وسرد الوقائع.

تشير هذه النتيجة لوجود التزام محدود للقنوات والبرامج الحوارية بها بهذه المعايير المهنية والتى يتفاوت مدى الالتزام بها من برنامج لآخر حسب توجه الإعلامى والقناة التى تعرض برنامجه.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة ساندر كلاك C. Clark (٢٠٠٥) التي أكد فيها الإعلاميين الممارسين أن تأثير المواد المصورة الزائفة يجعل عملهم غير أخلاقي، ويعبر عن عوامل تجارية رغم أنه من أهم المعايير المهنية.

في حين سجلت معايير أخرى أوزان مئوية ضعيفة شملت عدم انتهاك حقوق الملكية الفكرية لزملاء أو قنوات أخرى، وعدم الخداع في استخدام العناوين، وعدم الإساءة أو التشهير بالمنافسين أو التشكيك في صدقهم، أو لاتجاه فكرى أو سياسى أو جماعة عرقية أو دينية أخرى، والاعتراف بالخطأ وتصويبه وعدم تكرار بثه. تشير هذه النتيجة لوجود خلل في عديد من البرامج من تطبيق المعايير المهنية الإعلامية والتي نلاحظها في كثير من البرامج الحوارية بدءاً من ذكر الآخر بما لا يليق سواء منافس أو معارض أو ينتمى لجماعة أخرى، والتشهير ببعض الشخصيات دون خجل وإعطاء فرصة للرد بدافع الرغبة في إشعال البرامج، لمزيد من الإثارة لجذب الجمهور والمعلن، وفي حال حدوث خطأ نادراً ما نجد اعتذار عنه بل يتم تجاهله وتعاد المادة البرمجية دون حذفه أو تصويبه.

اختلفت الدراسة الحالية مع دراسة نهى العبد (٢٠١٣) التي عبر فيها المبحوثون عن أن أهم القواعد المهنية للبرامج الحوارية هي الدقة والحياد والموضوعية في حين جاءت في تقدير الإعلاميين في الدراسة الحالية في مرتبة متوسطة.

جدول رقم (١٠)

الرأى فى الإعلامى النجم

| الرأى فى الإعلامى النجم | ك | % |
|------------------------------------------------|----|------|
| يضيف حضور وجاذبية | ٧٨ | ٥٥,٧ |
| يكفل للقناة دخل إعلانى | ٧٦ | ٥٤,٣ |
| وسيلة جيدة لضمان متابعة الجمهور | ٦٣ | ٤٥ |
| لا يلتزم بأى قواعد مهنية ويقود الحوار حسب رأيه | ٤٩ | ٣٥ |
| يدافع من وجهة نظره ويتحيز لرأيه | ٣٢ | ٢٢,٩ |
| يشارك فى الإجابة على الأسئلة التى يطرحها | ٢٨ | ٢٠ |
| أحياناً يكون مركز طرد للمشاهد | ٤ | ٢,٩ |
| ن = ١٤٠ | | |

أبدت عينة الدراسة رأياً في اعتماد البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية على الإعلامى النجم حيث انقسمت الآراء في اتجاه يعبر عن عديد من الإيجابيات

في الاستعانة بنجوم الصحافة والإعلام في هذه البرامج بدلاً من المذيع التقليدي، وشملت هذه الآراء أنه يضيف حضور وجاذبية بشخصيته وشهرته بنسبة ٥٥,٧% من إجمالي الإجابات يليها بنسبة مقاربة أنه يكفل للقناة دخل إعلاني يمكنها من الربح والمنافسة (٥٤,٣%) إضافة إلى أنه وسيلة جيدة لضمان متابعة الجمهور للبرنامج (بنسبة ٤٥%) تشير هذه الآراء لعدد من المميزات التي تتحقق للقناة من الاستعانة بالإعلاميين النجوم في السنوات الأخيرة حيث يجتذب الاسم البراق لهم المعلن والجمهور الذي يتطلع للتعرف على وجهة نظره في القضايا المثارة على الساحة ومناقشتها ويتوفر لهذا النجم عوامل الحضور والكاريزما أمام الشاشة التي تجعل المشاهد يرتبط به شخصياً وينتظر برنامجه ومن ثم فهو وسيلة مهمة للإعلانات وللإستمرار في المنافسة.

من جهة أخرى ذكر المبحوثون عدداً من السلبيات للاستعانة بنجوم الإعلام في البرامج الحوارية الفضائية منها أنه لا يلتزم بأى قواعد مهنية ويقود الحوار حسب رؤيته السياسية بنسبة ٣٥%، وأنه يدافع عن وجهة نظره ويتحيز لرأيه مما يفقده الحيادية بنسبة ٢٢,٩%. ويشارك في الإجابة على الأسئلة التي يطرحها بنسبة ٢٠%.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة الشبكة العربية (٢٠٠٤) والتي أكدت انحياز المقدم للطرف الذي يمثل وجهة نظره.

دليل المعايير المهنية وأسباب قبوله أو رفضه

باستطلاع رأى عينة الدراسة من الإعلاميين وافقت نسبة ٨٥,٧% منهم على الزام الإعلامي بدليل للمعايير المهنية والأخلاقيات الإعلامية في محاولة لضبط الأداء وضمان عدم التجاوز في الممارسات.

وجاءت أسباب الموافقة على هذا الإلزام لتشمل السبب الرئيسي أنه سيضبط الأداء ويمنع التجاوزات بنسبة (٧٧,٥%) وهو الهدف الاسمي الذي نسعى له من وضع دليل للمعايير المهنية للإعلاميين للتقليل من الانتهاكات للأخلاقيات الإعلامية الراسخة، وللحد من الممارسات السلبية التي تمارس من الإعلاميين لعدم وجد رادع لهم ينظم المهنة والأداء، وجاء في قائمة الأسباب أيضاً أنه سيقبل من سعيهم نحو الإثارة المفتعلة بنسبة ٥٢,٥%، وهو ما تتسابق نحوه الفضائيات في الفترة الأخيرة بافتعال الخلافات وإزكاء التناحر لكسب مزيد من المشاهدات.

وجاء السبب الخاص بأنه سيضمن للجمهور الحصول على إعلام متوازن وموضوعى بنسبة ٤٥%، ثم أنه سيحد من عرض الأخبار والمعلومات غير المؤكدة بنسبة ٣٥%، وتشير هذه الاختيارات لدور دليل المعايير المهنية الإعلامية فى تنقية الممارسة من السلبيات وتنظم الأداء بما يحقق الحصول على الإعلام الموضوعى الصادق والبعد عن الأكاذيب ونقل الحقائق بشكل متوازن ومهنى.

فى حين لم يوافق على الزام الإعلامى بدليل للمعايير المهنية نسبة ١٤,٣% من عينة الدراسة من الإعلاميين، واعطوا مجموعة من الأسباب لذلك شملت: أنه يصعب تطبيقه ولن يلتزم به أحد من الممارسين بنسبة ٧٠%.

ويؤكد هذا الرأى عدم ثقة الإعلاميين فى جدوى وجود هذا الدليل لأنه لن يلتزم به أحد لعدم وجود تنظيم قوى قادر على تنفيذ ما يحويه من مبادئ وهو ما جاء فى المرتبة الرابعة والذى أكد على عدم وجود جهة محايدة لتطبيقه (بنسبة ٣٠%).

وجاء السبب التالى أنه لا يمكن أن يحظى باتفاق جميع الإعلاميين بنسبة ٦٠% وهو ما يشير لوجود اختلافات عديدة فى التوجهات نحو مبادئ الحرية والمسئولية الاجتماعية، وهذا اللغظ مستمر منذ عشرات السنين لدى الإعلاميين فى جميع أنحاء العالم حول مدى امكانية تطبيق الحرية المسئولة التى لا تتعارض فيها الممارسة الرصينة مع حرية الإعلام، وهو ما أكدته الرأى الثالث بأن تطبيق هذا الدليل يتعارض مع حرية الرأى (بنسبة ٤٠%)، ثم أنه يفقد الإعلامى السبق الخبرى بنسبة ١٠%، وأنه وسيلة لتدخل الآخرين فى عمل الإعلامى بنسبة ٥%.

جدول رقم (١١)

تقييم المبحوثين لإيجابيات وسلبيات البرامج الحوارية الفضائية

| الوزن المئوى | سلبيات الأداء | الوزن المئوى | إيجابيات الأداء |
|--------------|---------------------------------|--------------|-------------------------------------|
| ٨٢,٣٨ | تجاوزات فى عرض القضايا | ٨١,٩٠ | خصصت مساحة كافية من الخريطة للقضايا |
| ٨٢,٣٨ | مقدم البرنامج يتدخل برأيه | ٧٨,٣٣ | اختيار موضوعات جماهيرية |
| ٨٢,١٤ | اعتمدت على إثارة الخلاف | ٧٥,٢٤ | اهتمت بربطها بالقضايا القومية |
| ٨١,١٩ | طرحت آراء تحريضية وتمييز واقصاء | ٧٠,٢٦ | طرحت وجهات نظر متعارضة |
| ٨٠,٧١ | اهتمت بالإثارة فى عرض القضية | ٦٩,٧٦ | اتاحت مشاركة الجمهور |
| ٨٠,٧١ | اختيار الضيوف غير متوازن | ٦٨,٣٣ | اعطت وقت متوازن للضيوف |
| ٧٨,٥٧ | لم تراعى آداب الحوار | ٦٨,١٠ | التوعية الكافية بخطورة القضية |
| ٧٥,٢٤ | يذكر فيها ألفاظ جارحة | ٦٧,١٤ | تشكيل الآراء بكفاءة وحيادية |
| ٧٥,٠٠ | لم تكفل حق الرد والتصحيح | ٦٣,٨١ | تميزت بالموضوعية فى التناول |

أبدت عينة الدراسة موافقتها على مجموعة عبارات لتقييم أداء البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية فى تناولها لقضايا الرأى شملت عدداً من الإيجابيات والسلبيات من خلال مقياس ثلاثى الأبعاد وبحساب الوزن المئوى للعبارات، جاءت قائمة الإيجابيات ليتصدرها عبارة أنها خصصت مساحة كافية من خريطة البرامج لمعالجة قضايا الرأى بأعلى وزن مئوى، وهو ما يؤكد أن تغطية هذه الموضوعات من أولويات البرامج الحوارية وتركز عليه لتمتعه بجاذبية من المشاهد وتقديم خدمة إعلامية تعرض نبض الشارع، وهو ما أكده احتلال عبارة "تميز البرامج باختيار موضوعات محل اهتمام الجمهور العام" الترتيب التالى بوزن مئوى مرتفع.

وجاء من الإيجابيات أيضاً اهتمام البرامج فى معالجتها لقضايا الرأى بربطها بالقضايا القومية، وذلك لمخاطبة الجمهور من خلال أهمية وحالية الموضوعات المطروحة للنقاش لأنها تعبر عن قضية مهمة ولها بعد محلى ودولى وتؤثر على توجهات الدولة وتمس قضاياها الأساسية.

وأبدى الإعلاميون عينة الدراسة موافقتهم على عدد من الإيجابيات التى تعبر عن مهنية التناول لهذه الموضوعات من خلال عبارة شملت أنها تطرح وجهات نظر متعارضة، وتتيح للجمهور فرصة المشاركة وإبداء الرأى والتعليق، وتعطى وقت متوازن للضيوف للمناقشة، وتقدم توعية كافية للجمهور بخطورة الموضوع المناقش، وتقوم بتشكيل آراء وجهات نظرهم بكفاءة وحيادية، بأوزان مئوية متقاربة.

وجاءت عبارة أنها تتميز فى تناولها للموضوعات بالتوازن والموضوعية بأقل وزن مئوى، وهو ما يشير لبعض الآراء التى ترى أن الموضوعية لا تتحقق فى الإعلام بصورة متكاملة وأن تناول البرامج الحوارية للقضايا تشوبه بعض الانحيازات. ويؤكد ذلك أن سلبيات أداء القنوات الفضائية جاء على رأسها أن تناول القضايا شابه كثير من التجاوزات فى أسلوب العرض بأعلى وزن مئوى ، وعبارة أن مقدم البرنامج يتدخل لفرض رأيه ويؤثر فى مجرى الحديث بنفس النسبة، وهو ما يشير إلى أهم مشكلات التناول للقضايا فى البرامج الحوارية الفضائية المصرية التى تعانى منها منذ سنوات أن عرض القضية لا يتم بحياد وموضوعية ويتدخل عدة أطراف، من أهمها مقدم البرنامج، للتأثير فى توجيه المناقشة لأهداف معينة تخدم مصالح شخصية.

إضافة لسلبية مهمة أخرى وهى اعتماد البرامج على إثارة الخلاف بين الأطراف المشاركة فى معالجتها للموضوع رغبة فى كسب المشاهدات سواء من خلال الفضائيات أو مواقع التواصل الاجتماعى واعتماداً على أسلوب الإثارة المستخدم بقوة

فى الإعلام المصرى؁ وهو ما يؤكده عبارة اهتمامها بالإثارة فى عرض القضية (بوزن مؤوى ٨٠؁٧١).

ومن السلبىات التى جاءت بأوزان مؤوية مرتفعة أيضاً أنها تطرح فىها آراء تتضمن تحرىض أو تملىز؁ وإقصاء لأطراف محددة؁ واختىار الضىوف غير المتوازن والذى ىدعم وجهة نظر محددة؁ وتؤكد هذه السلبىات افتقاد الموضوعىة فى تناول القضاىا من خلال عرضها عبر وجهة نظر واحدة وإقصاء الآراء المعارضة.

وجاءت سلبىات تعبر عن أسلوب العرض نفسه والذى شملته عبارات مثل أنها لا تراعى آداب الحوار والمناقشة وأسس الاختلاف؁ وأحياناً ىذكر فىها ألفاظ خارجه وغير أخلاقىة؁ وأنها لم تكفل حق الرد والتصحىح فى البرنامج لمن تناوله الموضوع؁ وهو ما ىشىر لمشكلات حقىقىة فى الأسلوب المهنى الذى تدار به البرامج وتطرفها اللفظى والأخلاقى فى أحياناً عدىة.

اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع عدد من الدراسات السابقة فى وجود إىجابىات فى تناولها للقضاىا منها: دراسة رىاب عبد الرحمن (٢٠١٣) التى اظهرت أن البرامج الحوارىة فى الفضائىات فى مقدمة مصادر المعلومات للجمهور لمتابعة الأوضاع السىاسىة ودراسة انجى بركة (٢٠١٣) التى أكدت أنه من أهم مملزات البرامج التنوع فى تخصصات الضىوف.

ودراسة أشرف جلال (٢٠٠٥) التى اظهرت أن اكتساب المعلومات وتشكىل الآراء والاتجاهات نحو الفضائىات من أهم نتائج مشاهدة الجمهور لىرامج الرأى فى الفضائىات.

وانتفتت مع دراسات أخرى فى وجود سلبىات مثل دراسة تامر صلاح الدىن (٢٠١٣) التى أكدت عدم موضوعىة تناول الموضوعات والتحىز فى بعض الأحيان لانتماءات حزبىة أو سىاسىة ودراسة أمانى الحسنىى (٢٠٠٦) التى أكدت أنها لا تعرض ملىع الآراء وتكتفى بأراء النخبة أو الأغلبىة.

ودراسة نهى العبد (٢٠١٣) التى اظهرت عدد من السلبىات فى البرامج الحوارىة منها السب والقذف والتجرح والتحىز والإثارة ونشر الشائعات.

جدول رقم (١٢)

مقترحات الإعلاميين لتقديم معالجة متوازنة ومهنية للقضايا

| المقترحات | ك | % |
|----------------------------------------------------------------------------|----|------|
| تفعيل ميثاق الشرف الإعلامى والالتزام بالموضوعية والحياد والمهنية | ٥٧ | ٦٢ |
| إخراج القانون الجيد للنور وتطبيقه على الجميع والالتزام به | ٢٢ | ٢٣,٩ |
| وضع قواعد لاختيار المذيعين وفريق الإعداد وتدريبهم باستمرار | ٨ | ٨,٧ |
| التركيز على القضايا والمشكلات المهمة والابتعاد عن الإثارة | ٨ | ٨,٧ |
| تغليظ عقوبة من ينتهك الأخلاقيات والقيم المهنية | ٧ | ٧,٦ |
| طرح القضايا والحلول للمشكلات | ٤ | ٤,٣ |
| الابتعاد عن تبني وجهة نظر الدولة وترديد وجهات نظر المسؤولين | ٤ | ٤,٣ |
| إتاحة مساحة من الحرية والإبداع فى مناقشة القضايا | ٤ | ٤,٣ |
| الابتعاد عن الاهتمام بالإعلانات ورأى صاحب القناة | ٤ | ٤,٣ |
| استبعاد الكوادر الإعلامية الحالية اتى لا تلتزم بالموضوعية ولا تصلح للتقديم | ٤ | ٤,٣ |
| ن = ٩٢ | | |

قدمت عينة الدراسة عدداً من المقترحات لتقديم معالجة متوازنة ومهنية لقضايا الرأى فى الفضائيات المصرية جاء على رأسها الالتزام بميثاق الشرف الإعلامى والالتزام بالموضوعية والحياد والمهنية التى ينص عليها بنسبة ٦٢% من إجمالى المقترحات المقدمة، وهو ما يؤكد أن المواثيق الأخلاقية الموجودة حالياً شكلية لا يلتزم بها الممارسين وهو ما ينقصها فعلياً من خلال عنصر الإلزام لكل ما ينص عليه الميثاق من قيم مهنية، وجاء المقترح التالى بضرورة إخراج قانون الإعلام الجديد للنور وتطبيقه على الجميع والالتزام به بنسبة ٢٣,٩%، وهو ما فى طريقه للتحقيق بعد الموافقة عليه وإجراء مناقشة مجتمعية مع الأطراف المختلفة لتتقيحه تمهيداً لتطبيقه على كافة الأطراف المشاركة فى العمل الإعلامى المصرى.

وجاءت مقترحات مهمة لتنظيم المهنة نفسها مثل وضع قواعد لاختيار المذيعين وفريق الإعداد وتدريبهم باستمرار وبصفة دورية لاكتساب المهارات وتنميتها والتركيز على القضايا المهمة والبعد عن الإثارة المفتعلة، وتغليظ العقوبات على من ينتهك الأخلاقيات المهنية.

وقدموا مجموعة مقترحات لتنظيم أسلوب عرض القضية سجلت نسبة واحدة (٤,٣%) وشملت طرح القضايا والمشكلات والحلول المقترحة لها حتى لا تقدم مبتورة وتهدف للإثارة فقط بل تقدم خدمة مجتمعية متكاملة، والابتعاد عن تبنى وجهة نظر الدولة وترديد آراء المسؤولين فقط دون إعطاء فرصة لتنوع الآراء، وإتاحة مساحة من الحرية والإبداع فى مناقشة القضايا، والابتعاد عن التركيز على الإعلانات ومحاوله كسب المعن فى المقام الأول أو الاهتمام برأى صاحب القناة حيث أن رجال الأعمال سيطروا بأفكارهم وتوجهاتهم على ما يقدم فى الفضائيات. واستبعاد الكوادر الإعلامية الحالية التى لا تلتزم بالموضوعية ولا تصلح لتقديم برامج الرأى لأنها تصبغ البرنامج بوجهة نظرها وتتنصر لها دون اكتراث للرأى الآخر، أو عرض القضية بموضوعية.

ثالثاً: نتائج اختبارات فروض الدراسة:

الفرض الأول:

توجد فروق دالة إحصائياً بين الباحثين طبقاً لمتغيراتهم الديموجرافية فى تقييمهم لأداء البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية.

الفرض الفرعى الأول:

توجد فروق دالة بين الذكور والإناث عينة الدراسة فى تقييمهم للبرامج الحوارية الفضائية.

استخدمت الباحثة اختبار ت (T. Test) والذى لم يظهر وجود فروق دالة بين الباحثين طبقاً للنوع فى تقييمهم لهذه البرامج سواء السلبيات أو الإيجابيات وبذلك ثبت عدم صحة الفرض الفرعى الأول.

الفرض الفرعى الثانى:

توجد فروق دالة بين فئات التعليم لعينة الدراسة فى تقييمهم لأداء البرامج الحوارية الفضائية.

استخدمت الباحثة اختبار ت لدراسة الفروق بين الباحثين والذين انقسموا إلى مستويين تعليميين هما الجامعى والدراسات العليا. ولم توجد فروق دالة بين جميع فئات التقييم سواء الإيجابى أو السلبى حيث لم توجد قيم ذات دلالة معنوية باستثناء ثلاث فئات كما يظهر فى بيانات الجدول التالى:

جدول رقم (١٣)

الفروق بين مستويات التعليم لعينة الدراسة في تقييمهم للبرامج الحوارية

| مستوى المعنوية | درجة الحرية | قيمة ت | دراسات عليا (ن = ١٠) | | جامعى (ن = ١٣٠) | | مستوى التعليم التقييم |
|-------------------|----------------|--------|-------------------------|--------|--------------------|-------|------------------------------|
| | | | ع | م | ع | م | |
| | | | ٠,٠٣٦ | ١٠,٦٣٨ | ٢,٤٠٢ | ٠,٦٩٩ | |
| ٠,٠١٨ | ١١,٢٦٣ | ٢,٧٦٣- | ٠,٦٣٢ | ٢,٨٠ | ٠,٧٨٧ | ٢,٢٢ | يذكر فيها ألفاظ خارجة |
| ٠,٠٤٢ | ١٠,٩٢٣ | ٢,٣٠٨ | ٠,٦٣٢ | ١,٨٠ | ٠,٧٢٩ | ٢,٢٨ | لم تكفل حق الرد والتصحيح |

تظهر بيانات الجدول السابق وجود فروق دالة بين مستوى التعليم الجامعى والدراسات العليا فى واحدة فقط من الإيجابيات وهى مراعاة البرامج للتوازن والموضوعية فى تناول القضايا حيث جاءت قيمة ت دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٣٦، وسجل المستوى التعليمى الجامعى متوسط حسابى أعلى.

فى حين جاءت القيم دالة بالنسبة لفئتين من السلبيات وهى أنه يذكر فيها ألفاظ خارجة أو إيماءات غير أخلاقية وسجل المبحوثون فى المستوى التعليمى الأكبر بمتوسط حسابى أعلى من التعليم الجامعى، وأيضاً فئة أنها لم تكفل حق الرد والتصحيح فى البرامج لمن تناوله الموضوع حيث جاءت قيمة ت دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٤٢ وسجل المبحوثون فى المستوى الجامعى متوسط حسابى أكبر من المبحوثين فى الدراسات العليا.

وبذلك ثبت صحة الفرض بصفة جزئية.

تنفق هذه النتيجة مع دراسة دينا يحيى (٢٠١٥) التى أظهرت أن مراعاة أخلاقيات المجتمع من أهم المؤثرات على متابعة الجمهور للبرامج الحوارية ومحدد رئيسى لتقييمها.

الفرض الفرعى الثالث:

توجد فروق دالة إحصائياً بين الفئات العمرية للمبحوثين فى تقييمهم لأداء البرامج الحوارية الفضائية المصرية.

لاختبار صحة الفرض استخدمت الباحثة اختبار تحليل التباين ANOVA والذى اثبت وجود فروق دالة بين الفئات العمرية للمبحوثين بالنسبة لواحد فقط من التقييم الإيجابى وثلاثة فئات للتقييم السلبى لهذه البرامج وهو ما يظهره الجدول التالى:

جدول رقم (١٤)

تحليل التباين لاختبار الفروق بين الفئات العمرية للمبحوثين في تقييمهم لأداء البرامج الحوارية الفضائية

| مستوى المعنوية | درجات الحرية | قيمة ف | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العدد | الفئات العمرية | |
|----------------|--------------|--------|-------------------|-----------------|-------|----------------|-------------------------------------------|
| | | | | | | التقييم | |
| ٠,٠٣٧ | ٢ ١٣٧ | ٣,٣٨١ | ٠,٥٨١ | ٢,٤٠ | ٦٥ | من ٢٠ - ٣٥ سنة | الإيجابيات ربط القضايا بالمعالجة |
| | | | ٠,٧٩٠ | ٢,٠٧ | ٥٥ | من ٣٦ - ٥٠ سنة | |
| | | | ٠,٧٣٣ | ٢,٣٠ | ٢٠ | ٥١ سنة فأكثر | |
| | | | ٠,٧٠٣ | ٢,٢٦ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٠٣ | ٢ ١٣٧ | ٦,٢٤٧ | ٠,٧١٣ | ٢,٢٦ | ٦٥ | من ٢٠ - ٣٥ سنة | السلبيات تجاوزات في العرض |
| | | | ٠,٦١٠ | ٢,٦٧ | ٥٥ | من ٣٦ - ٥٠ سنة | |
| | | | ٠,٥٩٨ | ٢,٦٠ | ٢٠ | ٥١ سنة فأكثر | |
| | | | ٠,٦٨٣ | ٢,٤٧ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٣٠ | ٢ ١٣٧ | ٣,٦١١ | ٠,٧٥٢ | ٢,٣٢ | ٦٥ | من ٢٠ - ٣٥ سنة | إثارة الخلاف |
| | | | ٠,٦٦٨ | ٢,٦٧ | ٥٥ | من ٣٦ - ٥٠ سنة | |
| | | | ٠,٨٧٥ | ٢,٣٥ | ٢٠ | ٥١ سنة فأكثر | |
| | | | ٠,٧٥٣ | ٢,٤٦ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٠١ | ٢ ١٣٧ | ٧,٢٤٣ | ٠,٧٨٦ | ٢,٢٣ | ٦٥ | من ٢٠ - ٣٥ سنة | المقدم يفرض رأيه |
| | | | ٠,٦١٥ | ٢,٦٥ | ٥٥ | من ٣٦ - ٥٠ سنة | |
| | | | ٠,٦٣٩ | ٢,٧٥ | ٢٠ | ٥١ سنة فأكثر | |
| | | | ٠,٧٣٤ | ٢,٤٧ | ١٤٠ | إجمالي | |

تظهر هذه البيانات أن المبحوثين ذوى الفئات العمرية الأصغر أكثر تقديراً لجانب إيجابى فى أداء البرامج الحوارية وهو أنها تربط المعالجة بالقضايا القومية، أكثر من الفئات العمرية الأكبر التى سجلت متوسط حسابى أقل، فى حين أنه فى التقييم للسلبيات اظهرت الفئات العمرية الأكبر تقديراً أعلى من الأصغر سناً فى تقديرهم لسلبيات أداء البرامج الحوارية وذلك لتسجيلها متوسطات حسابية أعلى، وهو ما يظهر إدراكاً أكبر لوجود عديد من الممارسات السلبية لهذه البرامج كلما ارتفع سن المبحوثين.

ولمعرفة مصدر التباين بين المجموعات أجرت الباحثة اختبار LSD والذي اظهر أن الفروق الدالة جاءت من مقارنة المجموعة الأقل عمراً بالمجموعات الأكبر بالنسبة لكل التقييمات الدالة كما يظهر فى الجدول التالي:

جدول رقم (١٥)

مصدر التباين للفروق بين المستويات العمرية في تقييم أداء البرامج الحوارية

| مستوى المعنوية | الفرق بين المتوسطين | المجموعة المقارنة | المجموعة الأولى | |
|----------------|---------------------|-------------------|-----------------|---------------------------------------|
| ٠,٠١١ | ٠,٣٢٧ | من ٣٦ - ٥٠ سنة | من ٢٠ - ٣٥ سنة | الإيجابيات - ربط القضايا بالمعالجة |
| ٠,٥٧٣ | ٠,١٠٠ | ٥١ سنة فأكثر | من ٣٦ - ٥٠ سنة | |
| ٠,٢١٠ | ٠,٢٢٧- | ٥١ سنة فأكثر | من ٢٠ - ٣٥ سنة | |
| ٠,٠٠١ | ٠,٤١١- | من ٣٦ - ٥٠ سنة | من ٢٠ - ٣٥ سنة | السلبات - تجاوزات في العرض |
| ٠,٠٤٦ | ٠,٣٣٨- | ٥١ سنة فأكثر | ٥١ سنة فأكثر | |
| ٠,٦٧٣ | ٠,٠٧٣ | من ٣٦ - ٥٠ سنة | من ٢٠ - ٣٥ سنة | |
| ٠,٠١١ | ٠,٣٥٠- | من ٣٦ - ٥٠ سنة | من ٢٠ - ٣٥ سنة | - إثارة الخلاف |
| ٠,٨٨٧ | ٠,٠٢٧- | ٥١ سنة فأكثر | من ٣٦ - ٥٠ سنة | |
| ٠,٠٩٧ | ٠,٣٢٣ | ٥١ سنة فأكثر | من ٢٠ - ٣٥ سنة | |
| ٠,٠٠١ | ٠,٤٢٤- | من ٣٦ - ٥٠ سنة | من ٢٠ - ٣٥ سنة | - المقدم يفرض رأيه |
| ٠,٠٠٥ | ٠,٥١٩- | ٥١ سنة فأكثر | من ٣٦ - ٥٠ سنة | |
| ٠,٦٠٤ | ٠,٠٩٥- | ٥١ سنة فأكثر | من ٢٠ - ٣٥ سنة | |

تؤكد هذه النتيجة أن الإعلاميين الصغار في مستهل حياتهم العملية يكونوا أكثر توقعاً وتقيماً للإيجابيات ، وأن الإعلاميين الأكبر سناً يدركون السلبيات بشكل أكبر.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة نهي العبد (٢٠١٣) التي أكدت أن التجاوزات والانتهاكات الإعلامية من أهم وأخطر ما يواجه البرامج الحوارية وخاصة اعتمادها علي الإثارة والسب والتجريح.

الفرض الفرعي الرابع: توجد فروق دالة بين مستويات خبرة المبحوثين من الإعلاميين في تقييمهم لأداء البرامج الحوارية الفضائية:

ولاختبار صحة الفرض استخدم اختبار تحليل التباين والذي اثبت وجود فروق دالة بالنسبة لعدد من الإيجابيات والسلبيات تشمل:

جدول رقم (١٦)

تحليل التباين للفروق بين فئات الخبرة للمبحوثين في تقييم أداء البرامج الحوارية

| مستوى المعنوية | قيمة ف | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العدد | فئات الخبرة | تقييم البرامج الحوارية |
|----------------|--------|-------------------|-----------------|-------|-----------------|-------------------------------------|
| ٠,٠٠٢ | ٥,١٠٦ | ٠,٥٧٤ | ٢,٤٨ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | الإيجابيات - معالجة القضايا القومية |
| | | ٠,٥٤٠ | ٢,٤٣ | ٤٩ | من ٥ - ١٠ سنوات | |
| | | ٠,٧٥٤ | ١,٩٤ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٨٦٤ | ٢,١٢ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٧٠٣ | ٢,٢٦ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٠٥ | ٤,٤٣٧ | ٠,٦٦٠ | ٢,٣١ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | التوازن والموضوعية |
| | | ٠,٦٩٦ | ١,٨٨ | ٤٩ | من ٥ - ١٠ سنوات | |
| | | ٠,٨٣٣ | ١,٨٦ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٦٩٧ | ١,٢٦ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٧٥٤ | ١,٩١ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٢٩ | ٣,٠٩١ | ٠,٦٥١ | ١,٩٣ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | المشاركة الجماهيرية |
| | | ٠,٧١٣ | ٢,٣١ | ٤٩ | من ٥ - ١٠ سنوات | |
| | | ٠,٦٢٢ | ١,٨٩ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٨٣٤ | ٢,١٥ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٧١٩ | ٢,٠,٩ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠١٤ | ٣,٦٤١ | ٠,٧٢٦ | ٢,٢١ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | السلبيات - تجاوزات في الأسلوب |
| | | ٠,٦٧١ | ٢,٣٩ | ٤٩ | من ٥ - ١٠ سنوات | |
| | | ٠,٦٨٨ | ٢,٦١ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٥٣٣ | ٢,٧٣ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٦٨٣ | ٢,٤٧ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٢٦ | ٣,١٧٩ | ٠,٧٣٣ | ٢,٤١ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | إشارة في التناول |
| | | ٠,٧٨٢ | ٢,١٨ | ٤٩ | من ٥ - ١٠ سنوات | |
| | | ٠,٦٩٢ | ٢,٥٨ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٦٨٩ | ٢,٦٥ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٧٥٠ | ٢,٤٢ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٠٣ | ٤,٩٥٧ | ٠,٧٧٤ | ٢,٢١ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | فرض الرأي للمذيع |
| | | ٠,٧٩٦ | ٢,٣١ | ٤٩ | من ٥ - ١٠ سنوات | |
| | | ٠,٥٦٦ | ٢,٧٢ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٦٠٤ | ٢,٧٣ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٧٣٤ | ٢,٤٧ | ١٤٠ | إجمالي | |

* عند درجات حرية ٣، ١٣٦

يظهر الجدول السابق أن المبحوثين الأقل خبرة قد سجلوا متوسطات حسابية أعلى في تقييمهم لإيجابيات أداء البرامج الحوارية الفضائية، في حين سجل الإعلاميون الأكثر خبرة متوسطات حسابية أقل، والعكس ظهر بالنسبة للسلبيات التي سجل فيها الإعلاميون الأعلى في مستويات الخبرة متوسطات حسابية أكبر من الصغار الأقل خبرة مما يشير لأن عامل الخبرة مؤثر مهم في تقدير أداء البرامج الحوارية في الفضائيات والإلتفات إلى سلبياتها لدى الإعلاميين ذوي الخبرة، وتوقع إيجابيات في أدائها بالنسبة لصغار الإعلاميين الشباب.

ولمعرفة مصدر التباين بين المجموعات أجرت الباحثة الإختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوى، كما يظهر في الجدول التالي:

جدول رقم (١٧)

مصدر التباين للفروق في فئات خبرة المبحوثين في تقييمهم للبرامج الحوارية

| التقييم | المجموعة الأولى | المجموعة المقارنة | الفرق بين المتوسطين | مستوى المعنوية |
|---------------------------------------|-----------------|-------------------|---------------------|----------------|
| الإيجابيات - ربط القضايا بالمعالجة | أقل من ٥ سنوات | ١٠-١٩ سنة | ٠,٥٣٨ | ٠,٠٠٢ |
| | | أكثر من ٢٠ سنة | ٠,٣٦٧ | ٠,٠٤٦ |
| التوازن | أقل من ٥ سنوات | ١٠ - ٥ من | ٠,٤٣٣ | ٠,٠١٢ |
| | | ١٩ - ١٠ من | ٠,٤٤٩ | ٠,٠١٥ |
| | | أكثر من ٢٠ سنة | ٠,٦٩٥ | ٠,٠٠١ |
| المشاركة | أقل من ٥ سنوات | ١٠ - ٥ سنوات | ٠,٣٧٥- | ٠,٠٢٤ |
| | ١٠ - ٥ سنوات | من ١٩-١٠ سنة | ٠,٤١٧ | ٠,٠٠٨ |
| السلبيات - تجاوزات العرض | أقل من ٥ سنوات | من ١٩-١٠ سنة | ٠,٤٠٠- | ٠,٠١٤ |
| | ١٠ - ٥ سنوات | من ١٩-١٠ سنة | ٠,٤٠٤- | ٠,٠١٦ |
| فرض رأى المنيع | أقل من ٥ سنوات | من ١٩-١٠ سنة | ٠,٥١٥- | ٠,٠٠٤ |
| | | أكثر من ٢٠ سنة | ٠,٥٢٤- | ٠,٠٠٧ |
| | ١٠ - ٥ سنوات | من ١٩-١٠ سنة | ٠,٤١٦- | ٠,٠٠٨ |
| | | أكثر من ٢٠ سنة | ٠,٤٢٥- | ٠,٠١٤ |

يظهر الجدول أن الفروق الدالة جاءت من مقارنة فئات الخبرة الأقل عند مقارنتها بالفئات الأعلى بالنسبة لجميع التقييمات سواء السلبية أو الإيجابية. وبذلك تثبت صحة الفرض بصفة جزئية.

تتفق نتيجة الفرض مع دراسة أميرة سمير (٢٠٠٨) التي وجدت أن التأثيرات الإيجابية والسلبية للقنوات الفضائية المصرية محددات رئيسية التزامها بأسس المسؤولية الاجتماعية

الفرض الفرعى الخامس: هناك فروق دالة إحصائياً بين مجالات عمل المبحوثين فى مجال الإعلام فى تقييمهم للبرامج الحوارية.

باستخدام اختبار (أنوفا) تحليل التباين وجدت الباحثة فروق دالة بين مجالات عمل الإعلاميين فى تقييمهم لبرامج زملائهم وهى كما يظهرها الجدول التالى:

جدول رقم (١٨)

تحليل التباين لاختبار الفروق فى مجالات عمل المبحوثين فى تقييم أداء البرامج الحوارية

| مستوى المعنوية | قيمة ف | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العدد | مجال العمل | تقييم البرامج الحوارية |
|----------------|--------|-------------------|-----------------|-------|------------|------------------------------------|
| ٠,٠٠٩ | ٤,٠٣٦ | ٠,٨١٠ | ٢,٣٠ | ٦٤ | صحافة | الإجابيات - معالجة القضايا القومية |
| | | ٠,٩١٣ | ٢,٣٣ | ٢١ | إذاعة | |
| | | ٠,٥٨٣ | ٢,٦٠ | ٤٣ | فضائيات | |
| | | ٠,٠٠٠ | ٣,٠٠ | ١٢ | مواقع | |
| | | ٠,٧٥٣ | ٢,٤٦ | ١٤٠ | إجمالى | |
| ٠,٠٤١ | ٢,٨٢٨ | ٠,٧٤٣ | ٢,٣٦ | ٦٤ | صحافة | اختيار موضوعات |
| | | ٠,٧٤٠ | ٢,٠٥ | ٢١ | إذاعة | |
| | | ٠,٥٧٨ | ٢,٣٧ | ٤٣ | فضائيات | |
| | | ٠,٤٥٢ | ٢,٧٥ | ١٢ | مواقع | |
| | | ٠,٦٨٨ | ٢,٣٥ | ١٤٠ | إجمالى | |
| ٠,٠١٤ | ٣,٦٥٤ | ٠,٦٤٨ | ٢,٢٧ | ٦٤ | صحافة | ربط القضايا |
| | | ٠,٨٠٥ | ٢,٠٥ | ٢١ | إذاعة | |
| | | ٠,٧٣٢ | ٢,١٩ | ٤٣ | فضائيات | |
| | | ٠,٣٨٩ | ٢,٨٣ | ١٢ | مواقع | |
| | | ٠,٧٠٣ | ٢,٢٦ | ١٤٠ | إجمالى | |

| | | | | | | |
|-------|-------|-------|------|-----|---------|----------------------------|
| ٠,٠٢١ | ٣,٣٤٠ | ٠,٧٤٥ | ١,٩٨ | ٦٤ | صحافة | - توعية الجمهور |
| | | ٠,٧٠٠ | ١,٧٦ | ٢١ | إذاعة | |
| | | ٠,٦٠١ | ٢,١٤ | ٤٣ | فضائيات | |
| | | ٠,٦٧٤ | ٢,٥٠ | ١٢ | مواقع | |
| | | ٠,٧٠٨ | ٢,٠٤ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠١٠ | ٣,٨٩٥ | ٠,٧٢٣ | ١,٧٨ | ٦٤ | صحافة | - التوازن |
| | | ٠,٧٠٠ | ١,٧٦ | ٢١ | إذاعة | |
| | | ٠,٧٧١ | ٢,٠٢ | ٤٣ | فضائيات | |
| | | ٠,٦٧٤ | ٢,٥٠ | ١٢ | مواقع | |
| | | ٠,٧٥٤ | ١,٩١ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٠٧ | ٤,١٨٢ | ٠,٧٨٢ | ٢,٠٣ | ٦٤ | صحافة | - عرض وجهات نظر متعارضة |
| | | ٠,٨٤٥ | ١,٧١ | ٢١ | إذاعة | |
| | | ٠,٦٧٤ | ٢,٣٠ | ٤٣ | فضائيات | |
| | | ٠,٦٧٤ | ٢,٥٠ | ١٢ | مواقع | |
| | | ٠,٧٧٧ | ٢,١١ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٤١ | ٣,٨١٩ | ٠,٦١٠ | ٢,٥٩ | ٦٤ | صحافة | - السلبيات تجاوزات اعرض |
| | | ٠,٦٦٩ | ٢,٣٨ | ٢١ | إذاعة | |
| | | ٠,٧٠٢ | ٢,٤٧ | ٤٣ | فضائيات | |
| | | ٠,٨٥٣ | ٢,٠٠ | ١٢ | مواقع | |
| | | ٠,٦٨٣ | ٢,٤٧ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٣٠ | ٣,٠٦٤ | ٠,٦٨١ | ٢,٦١ | ٦٤ | صحافة | - فرض الرأى المنيع |
| | | ٠,٦٧٦ | ٢,٥٧ | ٢١ | إذاعة | |
| | | ٠,٧٨٣ | ٢,٣٥ | ٤٣ | فضائيات | |
| | | ٠,٧٣٩ | ٢,٠٠ | ١٢ | مواقع | |
| | | ٠,٧٣٤ | ٢,٤٧ | ١٤٠ | إجمالي | |

(درجتى حرية = ٣، ١٣٦)

يظهر تحليل الجدول السابق وجود فروق دالة بين المبحوثين العاملين فى مجالى المواقع الالكترونية والفضائيات والآخرين فى مجالى الصحافة والإذاعة حيث سجلوا متوسطات حسابية أعلى فى تقييمهم لإيجابيات البرامج الحوارية فى الفضائيات بالنسبة لسنة إيجابيات مختلفة وهى معالجة القضايا القومية وأختيار موضوعات مهمة للجمهور العام، وربط القضايا بالموضوعات القومية وتقديم توعية للجمهور بخطورة الموضوع المناقش، وتميز التناول بالتوازن والموضوعية، وطرح وجهات نظر متعارضة، وسجلوا فروق دالة إحصائياً، وهو ما يشير لدور مهم لمتغير مجال العمل فى تقديم إيجابيات البرامج الفضائية لدى الإعلاميين العاملين فى نفس المجال وهو أمر منطقي أن يدافعوا عن برامج زملائهم وطبيعة تناولها لقضايا وموضوعات الرأى

وأيضاً بالنسبة للعاملين في مجال المواقع الإلكترونية الذين ينتهجون نفس السياسة والأسلوب في التناول ويعمل معظمهم في إمداد الفضائيات بالمواد الخيرية، في حين أن العاملين في مجال الصحافة والإذاعة سجلوا متوسطات حسابية أقل حيث يجمعهم إطار متقارب في الأداء ودائماً ما ينتقدون عمل الفضائيات، وهذا ما يؤكد نتائج تقديراتهم لسلبيات الأداء والتي شملت اثنين هما: تناول القضايا شابه أكثر من التجاوزات في أسلوب العرض وأن مقدم البرنامج يتدخل لفرض رأه ويؤثر على مجرى الحديث. وجاءت المتوسطات الحسابية للعاملين في مجالى الصحافة والإذاعة أعلى من الآخرين في مجالى المواقع الإلكترونية والفضائيات.

أجرت الباحثة الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوى والتي جاءت نتائجها كما تظهر فى الجدول التالى:

جدول رقم (١٩)

مصدر التباين للفروق مجالات عمل المبحوثين في تقييمهم للبرامج الحوارية

| التقييم | المجموعة الأولى | المجموعة المقارنة | الفرق بين المتوسطين | مستوى المعنوية |
|---------------------------------------|-----------------|-------------------|---------------------|----------------|
| الإيجابيات - معاجة القضايا القومية | صحافة | فضائيات | ٠,٣٠٨- | ٠,٠٣٤ |
| | إذاعة | مواقع | ٠,٧٠٣- | ٠,٠٠٣ |
| اختيار موضوعات مهمة | إذاعة | مواقع | ٠,٧٠٢- | ٠,٠٠٥ |
| | صحافة | مواقع | ٠,٥٦٨- | ٠,٠٠٩ |
| ربط القضايا | إذاعة | مواقع | ٠,٧٨٦- | ٠,٠٠٢ |
| | فضائيات | مواقع | ٠,٦٤٧- | ٠,٠٠٤ |
| | صحافة | مواقع | ٠,٥١٦- | ٠,٠١٩ |
| توعية الجمهور | إذاعة | فضائيات | ٠,٣٧٨- | ٠,٠٤٢ |
| | صحافة | مواقع | ٠,٧٣٨- | ٠,٠٠٤ |
| التوازن | صحافة | مواقع | ٠,٧١٩- | ٠,٠٠٢ |
| | إذاعة | مواقع | ٠,٧٣٨- | ٠,٠٠٦ |
| وجهات نظر متعارضة | صحافة | مواقع | ٠,٤٦٨- | ٠,٠٥٠ |
| | إذاعة | فضائيات | ٠,٥٨٨- | ٠,٠٠٤ |
| | صحافة | مواقع | ٠,٧٨٦- | ٠,٠٠٥ |
| السلبيات - تجاوزات العرض | صحافة | مواقع | ٠,٥٩٤ | ٠,٠٠٦ |
| | فضائيات | مواقع | ٠,٤٦٥ | ٠,٠٣٥ |
| فرض رأى المذيع | صحافة | مواقع | ٠,٦٠٩ | ٠,٠٠٨ |
| | إذاعة | مواقع | ٠,٥٧١ | ٠,٠٣٠ |

أظهرت الاختبارات البعدية أن الفروق الدالة جاءت من مقارنة عينة الدراسة من العاملين في مجال الصحافة والإذاعة عند مقارنتها بمجالات الإعلام الأخرى والتي سجلت مستويات معنوية دالة إحصائياً.

وهو ما يظهر صحة الفرض الفرعي الخامس وأن مجال العمل الإعلامي مؤثر مهم في تقييم المبحوثين لأداء البرامج الحوارية الفضائية.

الفرض الثاني: توجد فروق دالة بين المبحوثين طبقاً للمتغيرات الديموجرافية في ترتيبهم للأدوار المهنية التي يجب على الإعلامي الالتزام بها.

الفرض الفرعي الأول: توجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث عينة الدراسة في ترتيبهم للأدوار المهنية.

باستخدام اختبار مان وتيني Mann-Whitney Test ظهرت فروق دالة بين الذكور والإناث في ترتيبهم للأدوار المهنية بالنسبة لأحد الأدوار فقط وهو التأثير في الرأي العام وإرشاد الجمهور حيث جاءت مستوى المعنوية دالة وقدرها . ع . و سجل الذكور متوسط رتبي أعلى من الإناث وجاءت قيمة معامل مان وتيني دالة، مما يشير إلى أن الإناث أكثر تقديراً لهذا الدور المهني المهم للإعلام من الذكور عينة الدراسة.

جدول رقم (٢٠)

اختبارات لدراسة الفروق بين الذكور والإناث في ترتيب الأدوار المهنية الإعلامية

| النوع | الأنواع المهنية | قيمة مان ويتني (U) | |
|-------|------------------------|--------------------|----------------|
| | | ذكور (ن = ١٠٣) | إناث (ن = ٣٧) |
| | | المتوسط الرتبي | المتوسط الرتبي |
| | تثقيف الجمهور | ٧٠,٩٠ | ٧١,٦٤ |
| | تبنى قيم تغيير مجتمعي | ٦٩,٧٢ | ٧٢,٦٨ |
| | مراقبة المسؤولين | ٧٠,٣٤ | ٧٠,٩٣ |
| | دعم سياسة الدولة | ٦٦,٦٩ | ٨١,٠٩ |
| | التعبير عن رأي الناس | ٧٠,٥٩ | ٧٠,٢٤ |
| | مناقشة قضايا جذابة | ٦٩,٥٨ | ٧٣,٠٧ |
| | التأثير في الرأي العام | ٧٤,٦٧ | ٥٨,٨٨ |
| | مستوى المعنوية | ٠,٨٣٩ | ١٨٦٣,٥٠٠ |
| | | ٠,٧٠٠ | ١٨٢٥,٠٠٠ |
| | | ٠,٩٣٩ | ١٨٨٩,٥٠٠ |
| | | ٠,٠٦١ | ١٥١٣,٥٠٠ |
| | | ٠,٩٦٤ | ١٨٩٦,٠٠٠ |
| | | ٠,٦٥٠ | ١٨١٠,٥٠٠ |
| | دالة | ٠,٠٤٠ | ١٤٧٥,٥٠٠ |

تتفق هذه النتيجة مع دراسة رباب عبد الرحمن (٢٠١٣) التي أكدت وجود تأثير للبرامج الحوارية على الجمهور بالنسبة لاتجاهاتهم السياسية، ودراسة أنجي بركة (٢٠١٣).

الفرض الفرعى الثانى:

هناك فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين طبقاً لمستوياتهم التعليمية فى ترتيبهم للأدوار المهنية الإعلامية.

استخدمت الباحثة اختبار مان ويتنى والذي أظهر عدم وجود فروق دالة حيث سجلت قيم المعامل الاحصائى عدم دلالة بالنسبة لتتقيف الجمهور (عند مستوى معنوية ٠,٦٩٢) ويتنى قيم مجتمعية (مستوى دلالة قدرة ٠,٣٤٨) ومراقبة المسؤولين وكشف الفساد (٠,١٠٢)، ودعم الدولة وسياساتها (٠,٢٩٣)، والتعبير عن رأى الناس (مستوى دلالة ٠,٧٩٠)، ومناقشة قضايا جماهيرية (٠,٥٣٩)، والتأثير فى الرأى العام (٠,٦٣٢)، وهى كلها قيم غير دالة، ومن ثم يثبت عدم صحة الفرض الفرعى الثانى حيث لا توجد فروق دالة فى المستويات التعليمية للمبحوثين فى ترتيبهم للأدوار المهنية للإعلامى.

الفرض الفرعى الثالث:

توجد فروق دالة بين المبحوثين حسب فئاتهم العمرية فى ترتيبهم للأدوار المهنية الإعلامية استخدام اختبار كروسكال واليس Kruskal-Wallis Test لمعرفة الفروق فى ترتيب الأدوار المهنية بين الفئات العمرية للمبحوثين والذي اثبت عدم وجود فروق دالة سوى بانسبة لترتيبهم لواحد فقط من هذه الأدوار وهو التأثير فى الرأى العام وإرشاد الجمهور كما يظهر من الجدول التالى:

جدول رقم (٢١)

الفروق فى ترتيب الأدوار المهنية بين الفئات العمرية للمبحوثين

| مستوى المعنوية | درجة الحرية | كا ^٢ (كروسكال واليس) | المتوسط الرتبى | العدد | الفئات العمرية | |
|----------------|-------------|---------------------------------|----------------|-------|-----------------|------------------------|
| | | | | | الأدوار المهنية | التأثير فى الرأى العام |
| ٠,٠٠٧ دالة | ٢ | ٩,٨٣٥ | ٦٠,٤٣ | ٦٥ | من ٢٠ - ٣٥ سنة | التأثير فى الرأى العام |
| | | | ٧٥,١٠ | ٥٥ | من ٣٦ - ٥٠ سنة | |
| | | | ٩٠,٥٨ | ٢٠ | أكبر من ٥١ سنة | |
| | | | | ١٤٠ | إجمالى | |

يظهر الجدول السابق أن الفئات العمرية الأصغر أعطت تقديراً أعلى وباقي الفئات العمرية الأكبر سناً لهذا الدور المهني المؤثر وهو دورها تجاه الرأي العام، حيث سجلت أقل متوسط رتبي وهو ما يعنى أهمية أكبر لهذا العنصر .
وبذلك ثبت صحة الفرض بالنسبة لعنصر واحد فقط هو التأثير في الرأي العام في حين لم يثبت صحته بالنسبة للأدوار المهنية الأخرى .

تتفق هذه النتيجة مع دراسة طارق إبراهيم (٢٠١٢) ودراسة مجيب الشميرى (٢٠١١) التى أدتا تأثير البرامج الحوارية وبرامج الرأي على الجمهور وأن لها دور فى مستوى مشاركتهم ودرجة الوعى لديهم .

بصفة عامة: اختلفت نتائج الدراسة الحالية عند دراسة فوزية عبد الله (٢٠١٣) التى وجدت علاقة متوسطة بين متغيرات النوع والتعليم والسن على تصورات القائم بالاتصال للأدوار المهنية، وترجع الباحثة هذا الاختلاف لاختلاف المجتمعات حيث طبقت الدراسة السابقة على دولة الإمارات وهو مجتمع يتم بالمحافظة والسيطرة السياسية على الإعلام، ويتبنى أدوار مهنية حيادية ومؤيدة للدولة والحكومة، على عكس المجتمع المصرى الذى بدأ ينحو لحرية والتنوع فى الآراء .

الفرض الفرعى الرابع: هناك فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين حسب مستويات خبراتهم العملية فى ترتيبهم للأدوار المهنية للإعلامى .

استخدمت الباحثة اختبار كروسكال واليس لإثبات صحة الفرض والذى أظهر وجود فروق دالة بالنسبة لواحد فقط من الأدوار المهنية وهو التأثير فى الرأي العام . كما يظهر فى الجدول التالى:

جدول رقم (٢٢)

الفروق فى ترتيب المبحوثين طبقاً لخبراتهم العملية للأدوار المهنية

| مستوى المعنوية | درجة الحرية | كا ^٢ (كروسكال واليس) | المتوسط الرتبي | العدد | فئات الخبرة | |
|----------------|-------------|------------------------------------|----------------|-------|-----------------|---------------------------|
| | | | | | الأدوار المهنية | |
| ٠,٠٤٧ | ٣ | ٧,٩٣٩ | ٦١,١٩ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | التأثير فى الرأى العام |
| | | | ٦٢,٤٩ | ٤٩ | من ٥ - ١٠ سنوات | |
| | | | ٨٠,٦٠ | ٣٦ | من ١٠ - ١٩ سنة | |
| | | | ٨٢,٠٠ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | | | ١٤٠ | إجمالى | |

سجلت فئات الخبرة الأقل أهمية أكبر دور مهني مهم هو التأثير في الرأي العام للبرامج الحوارية، مقارنة بالفئات الأكثر خبرة، وهو ما يعنى أن الإعلاميين أصحاب الخبرات الأقل في المجال الإعلامى أكثر اعتقاداً بدور المعالجة الإعلامية لقضايا الرأي في البرامج الحوارية الفضائية في مجال التأثير على الرأي العام المصرى ورغبة في قيامها بهذا الدور المهني المؤثر أكثر من الإعلاميين الأكثر خبرة الذين أعطوا تقديراً أقل لهذا العنصر.

الفرض الفرعى الخامس: توجد فروق دالة بين المبحوثين حسب مجال عملهم الإعلامى فى ترتيبهم للأدوار المهنية للإعلامى.

استخدمت الباحثة اختبار كروسكال واليس لإثبات صحة الفرض، والذي أظهر وجود فروق دالة فى ترتيب المبحوثين للأدوار المهنية الإعلامية بالنسبة لاثنتين فقط هما تثقيف الجمهور ومراقبة المسؤولين.

جدول رقم (٢٣)

الفروق بين المبحوثين طبقاً لمجال عملهم فى ترتيبهم للأدوار المهنية الإعلامية

| مستوى المعنوية | كا ^٢ (كروسكال واليس) | المتوسط الرتبى | العدد | مجال العمل | ترتيب الأدوار المهنية |
|----------------|------------------------------------|-------------------|-------|------------|--------------------------|
| ٠,٠٠٧ | ١٢,٢٢٧ | ٨١,٦٦ | ٦٤ | صحافة | تثقيف الجمهور |
| | | ٥٠,٠٥ | ٢١ | إذاعة | |
| | | ٦٧,٦٦ | ٤٣ | فضائيات | |
| | | ٥٦,٩٦ | ١٢ | مواقع | |
| | | | ١٤٠ | إجمالى | |
| ٠,٠٠٥ | ١٢,٩٤٣ | ٥٨,٤٢ | ٦٤ | صحافة | مراقبة المسؤولين |
| | | ٩٠,٨١ | ٢١ | إذاعة | |
| | | ٧٥,١٢ | ٤٣ | فضائيات | |
| | | ٨٢,٨٣ | ١٢ | مواقع | |
| | | | ١٤٠ | إجمالى | |

(عند درجة حرية = ٣)

اظهرت نتيجة الجدول السابق أن العاملين فى الإذاعة أعطوا تقديراً أكبر من جميع المجالات الإعلامية فى ترتيبهم لدور مهني مهم للإعلامى وهو تثقيف الجماهير حيث اعطوا أقل متوسط رتبى وهو ما يعنى أهمية أكبر. ويفسر ذلك بأن

مجال الإذاعة مازال يمارس دوره التنقيفي في المجال الإعلامي ويهتم بالمكتسبات الثقافية لجمهوره أكثر من أى دور آخر .

أيضاً أظهر العاملون في المجال الصحفى أعلى تقدير لدور الإعلام في مراقبة المسؤولين وكشف الفساد حيث سجلوا أدنى متوسط رتبى، وهو ما يؤكد أن العمل الصحفى يهتم بهذا الدور المهنى ويمارسه بصفة مستمرة من خلال كشف قضايا الفساد ومحاربتها وإظهار دور السلطة الرابعة في العمل كقريب على المسئول التنفيذى .

اختلفت نتيجة الفرض مع دراسة روان كيث R. Keith (٢٠٠٩) التى ناقشت العلاقة بين المهنية فى وسائل الإعلام وعوامل التجارية وإرضاء الجمهور الذى قد يفسد أو يوقف تطبيقها لدورها المهنى .

اتفقت نتيجة الفرض مع دراسة أشرف جلال (٢٠٠٥) التى أكدت أن اكتساب المعلومات وتشكيل الآراء والاتجاهات والجاهيرية وتنقيف الجماهير مؤثر رئيسى يرتبط بمعدلات متابعتها .

الفرض الثالث:

هناك فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين طبقاً لمتغيراتهم الديموجرافية فى تحديدهم التأثير الضغوط المهنية الإعلامية .

الفرض الفرعى الأول:

توجد فروق دالة بين الذكور والإناث عينة الدراسة فى تحديدهم تأثير الضغوط المهنية .

استخدمت الباحثة اختبار ت معرفة مدى صحة الفرض، وجاءت قيم ت غير دالة عند درجة حرية ١٣٨،٠، ومستويات معنوية غير دالة بالنسبة لضغوط الوقت حيث سجلت ٩٢٩،٠، وتوافر مصادر للأخبار ١٢٦،٠، والسياسة التحريرية ٦٢٦،٠، وعوامل الربح ٤٧١،٠، والتدريب المستمر ٤٥٣،٠، وتدخلات المسئولين ٨٨١،٠، وإمكانية الوصول للمعلومات ٢٨٣،٠، وحماية المصادر ٢٣١،٠، ونتائج أبحاث الجمهور ٥٥٨،٠، وعدم وجود قوانين ٠٦٨،٠، تؤكد هذه النتيجة عدم صحة الفرض الفرعى الأول، فالنوع ليس متغير مؤثر على تحديد المبحوثين للضغوط المهنية الإعلامية .

الفرض الفرعى الثانى: توجد فروق دالة بين فئات التعليم للإعلاميين عينة الدراسة فى تحديدهم لتأثير الضغوط المهنية.

استخدمت الباحثة اختبارات ولم توجد فروق دالة بين المستوى الجامعى وفوق الجامعى.

الفرض الفرعى الثالث: توجد فروق دالة بين الفئات العمرية للمبحوثين فى تحديدهم لتأثير الضغوط المهنية الإعلامية.

استخدمت الباحثة اختبار تحليل التباين ANOVA اختبار صحة الفرض ولم تجد فروق دالة لأى من الضغوط المهنية وذلك عند درجتى حرية ٢، ١٣٧. ومن ثم يثبت عدم صحة الفرض الفرعى، فلا يشكل عامل السن متغير يؤثر على رؤية الإعلامى للضغوط الإعلامية فى تناوله لقضية محددة.

الفرض الفرعى الرابع:

توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين طبقاً لمستويات الخبرة لديهم فى تحديدهم لتأثير الضغوط المهنية الإعلامية.

جدول رقم (٢٤)

تحليل التباين للفروق بين مستويات خبرة المبحوثين فى تحديد تأثير الضغوط المهنية

| الضغوط | فئات الخبرة | العدد | المتوسط الحسابى | الإنحراف المعيارى | قيمة ف | درجات الحرية | مستوى المعنوية |
|---------------------|----------------|-------|-----------------|-------------------|--------|--------------|----------------|
| ضغط الوقت | أقل من ٥ سنوات | ٢٩ | ٢,٧٦ | ٠,٤٣٥ | ٣,٠٨٣ | ٣ | ٠,٠٣٠ |
| | من ٥-١٠ سنوات | ٤٩ | ٢,٤٥ | ٠,٦١٤ | | | |
| | من ١٠-١٩ سنة | ٣٦ | ٢,٤٤ | ٠,٦٠٧ | | | |
| | أكثر من ٢٠ سنة | ٢٦ | ٢,٢٧ | ٠,٧٧٨ | | | |
| | إجمالى | ١٤٠ | ٢,٤٨ | ٠,٦٢٩ | | | |
| نتائج أبحاث الجمهور | أقل من ٥ سنوات | ٢٩ | ٢,٢٨ | ٠,٧٥١ | ٥,٦٢٤ | ٣ | ٠,٠٠١ |
| | من ٥-١٠ سنوات | ٤٩ | ١,٩٠ | ٠,٧٩٧ | | | |
| | من ١٠-١٩ سنة | ٣٦ | ١,٦٧ | ٠,٦٣٢ | | | |
| | أكثر من ٢٠ سنة | ٢٦ | ١,٥٨ | ٠,٥٧٨ | | | |
| | إجمالى | ١٤٠ | ١,٨٦ | ٠,٧٤٥ | | | |

لاختبار صحة الفرض استخدم اختبار تحليل التباين والذي أظهر وجود فروق دالة بين المبحوثين طبقاً لسنوات الخبرة لديهم بالنسبة لأثنين فقط من الضغوط المهنية وهى ضغط الوقت وعوامل السبق الخبرى ونتائج أبحاث ودراسات الجمهور لأفضليات المتابعة، حيث سجل المبحوثين أصحاب سنوات الخبرة الأقل أعلى متوسط حسابى، وذوى الخبرة الأكبر سجلوا أقل متوسط حسابى، وتظهر هذه النتيجة أنه كلما تقدم الإعلامى فى سنوات خبرته بالعمل اكتسب مرونة أكبر فى التعامل مع الضغوط الواقعة عليه وأصبح أقل تقديراً لها وأقدر على تجاوزها بعكس الإعلاميين ذوى الخبرات الأقل الذين تشكل الضغوط المهنية بالنسبة لهم عامل مهم ومؤثر فى عملهم وفى تناولهم للقضايا.

وللتعرف على مصدر التباين أجرت الباحثة اختبار LSD والذي يوضحه الجدول التالى:

جدول رقم (٢٥)

مصدر التباين للفروق فى مستويات خبرة المبحوثين فى تحديد تأثير الضغوط المهنية

| مستوى المعنوية | الفرق بين المتوسطين | المجموعة المقارنة | المجموعة الأولى | |
|----------------|---------------------|-------------------|-----------------|---------------------|
| دالة ٠,٠٣٣ | ٠,٣١٠ | من ٥ - ١٠ سنوات | أقل من ٥ سنوات | ضغط الوقت |
| دالة ٠,٠٤٣ | ٠,٣١٤ | ١٠-١٩ سنة | | |
| دالة ٠,٠٠٤ | ٠,٤٨٩ | أكثر من ٢٠ سنة | | |
| ٠,٩٧٣ | ٠,٠٠٥ | من ١٠ - ١٩ | من ٥ - ١٠ سنوات | |
| ٠,٢٣٠ | ٠,١٨٠ | أكثر من ٢٠ سنة | | |
| ٠,٢٧٠ | ٠,١٧٥ | أكثر من ٢٠ سنة | | |
| دالة ٠,٠٢٥ | ٠,٣٧٨ | من ٥ - ١٠ سنوات | أقل من ٥ سنوات | نتائج أبحاث الجمهور |
| دالة ٠,٠٠١ | ٠,٦٠٩ | ١٠-١٩ سنة | | |
| دالة ٠,٠٠٠ | ٠,٦٩٩ | أكثر من ٢٠ سنة | | |
| ٠,١٤٠ | ٠,٢٣١ | من ١٠-١٩ سنة | من ٥ - ١٠ سنوات | |
| ٠,٠٦٥ | ٠,٣٢١ | أكثر من ٢٠ سنة | | |
| ٠,٠٦٢٤ | ٠,٠٩٠ | أكثر من ٢٠ سنة | | |

يظهر الجدول السابق أن الفروق الدالة ناجمة عن مقارنة فئات الخبرة الأقل بالفئات الأكثر خبرة بالنسبة لتأثير ضغوط الوقت وعوامل السبق الخبرى، وأيضاً عند مقارنة الفئات الأقل بالأكثر خبرة بالنسبة لضغط نتائج أبحاث ودراسات الجمهور

لأفضليات المتابعة حيث سجلت قيم دالة معنوية، وهو ما يشير لتأثير عامل الخبرة المستمدة من الممارسة المهنية لسنوات طويلة فى تقديرها للضغوط الإعلامية مقابل الإعلاميين ذوى الخبرات الأقل فى العمل الإعلامى الذين لم يعتادوا العمل تحت ضغط الوقت والجمهور.

الفرض الفرعى الخامس: توجد فروق دالة بين المبحوثين حسب مجال عملهم الإعلامى فى تحديدهم لتأثير الضغوط المهنية.

لاختبار صحة الفرض، استخدم اختبار تحليل التباين الذى أظهر وجود فروق دالة بين المبحوثين حسب مجال عملهم فى تقديرهم للضغوط المهنية وذلك بالنسبة لثلاثة ضغوط فقط كما يظهرها الجدول التالى:

جدول رقم (٢٦)

الفروق بين المبحوثين حسب مجال عملهم فى تقدير الضغوط المهنية الإعلامية

| مستوى المعنوية | قيمة ف | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العدد | مجال العمل | الضغوط المهنية |
|----------------|--------|-------------------|-----------------|-------|------------|---------------------|
| ٠,٠٠١ | ٥,٥٧٢ | ٠,٥٧٧ | ٢,٣٨ | ٦٤ | صحافة | الوقت |
| | | ٠,٨٧٣ | ٢,١٩ | ٢١ | إذاعة | |
| | | ٠,٥٢٩ | ٢,٦٥ | ٤٣ | فضائيات | |
| | | ٠,٢٨٩ | ٢,٩٢ | ١٢ | مواقع | |
| | | ٠,٦٢٩ | ٢,٤٨ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٠٣ | ٤,٩٤٥ | ٠,٥١٢ | ٢,٧٣ | ٦٤ | صحافة | السياسة التحريرية |
| | | ٠,٥٩٨ | ٢,٥٧ | ٢١ | إذاعة | |
| | | ٠,٥٥٠ | ٢,٤٧ | ٤٣ | فضائيات | |
| | | ٠,٣٨٩ | ٢,١٧ | ١٢ | مواقع | |
| | | ٠,٥٥١ | ٢,٥٨ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٠٣ | ٤,٩٦٢ | ٠,٦١٤ | ١,٦٩ | ٦٤ | صحافة | نتائج أبحاث الجمهور |
| | | ٠,٧٤٠ | ١,٦٢ | ٢١ | إذاعة | |
| | | ٠,٧٧٤ | ٢,١٤ | ٤٣ | فضائيات | |
| | | ٠,٩٣٧ | ٢,١٧ | ١٢ | مواقع | |
| | | ٠,٧٤٥ | ١,٨٦ | ١٤٠ | إجمالي | |

* عند درجتى حرية = ٣، ١٣٦

تظهر بيانات الجدول السابق وجود فروق دالة بين المبحوثين العاملين فى المجالات الإعلامية المختلفة فى تقديرهم لعامل ضغط الوقت جاءت لصالح

الإعلاميين فى المواقع الإلكترونية، حيث سجلوا أعلى متوسط حسابى يليهم العاملين فى الفضائيات، وهو ما يؤكد تأثير هذا المتغير لأن المواقع الإلكترونية تعمل على بث كل جديد وملاحقة التطورات الخبرية بصفة مستمرة ودائمة، مما يشكل عبء مستمر عليها وصراع ومنافسة مع الآخرين، ونفس الضغط موجود لدى الفضائيات التى تهتم بملاحقة الأخبار وسرعة بثها، وجاءت الصحافة والإذاعة أقل فى المتوسطات الحسابية، نظراً لطبيعة العمل الصحفى وارتباطه بدورية صدور محددة.

وأيضاً سجلت الصحافة والإذاعة والفضائيات متوسطات حسابية مرتفعة فى تقديرهم لضغط السياسة التحريرية على العمل الإعلامى لوجود ضبط فى الأسلوب والاتجاه الفكرى والسياسى للصحف والقنوات الفضائية وللعمل الإذاعى الذى يحكمه نظام صارم يحدد له المسموح والممنوع، فى حين سجلت المواقع الإلكترونية أقل تقدير، وهو أمر منطقي لأنها تتحرر من أى قيود وتضع الأخبار والمعلومات بصفة مستمرة دون سيطرة، وجاءت نتائج أبحاث الجمهور تشكل أكبر ضغط على العاملين فى الفضائيات التى تحاول اجتذاب أكبر عدد منهم والحفاظ عليهم، يليها المواقع الإلكترونية التى تمثل الإقبال الجماهيرى عليها الممول الرئيسى لاستمرارها وانتشارها، فى حين سجل العاملون فى الإذاعة أقل متوسط حسابى مما يشير لأنهم يؤدون عملهم بشكل رسمى متحرراً من ضغط الإقبال الجماهيرى أكثر من أى مجال إعلامى آخر.

جدول رقم (٢٧)

مصدر التباين بين مجالات عمل المبحوثين والضغط المهنية

| مستوى المعنوية | الفرق بين المتوسطين | المجموعة المقارنة | المجموعة الأولى | |
|----------------|---------------------|-------------------|-----------------|-------------------|
| ٠,٠٢١ ٠,٠٠٥ | ٠,٢٧٦- ٠,٥٤٢- | فضائيات مواقع | صحافة | ضغط الوقت |
| ٠,٠٠٥ ٠,٠٠١ | ٠,٤٦١- ٠,٧٢٦- | فضائيات مواقع | إذاعة | |
| ٠,٠١١ ٠,٠٠١ | ٠,٢٦٩ ٠,٥٦٨ | فضائيات مواقع | صحافة | السياسة التحريرية |
| ٠,٠٣٦ | ٠,٤٠٥ | مواقع | إذاعة | |
| ٠,٠٠٢ ٠,٠٣٥ | ٠,٤٥٢- ٠,٤٧٩- | فضائيات مواقع | صحافة | نتائج الجمهور |
| ٠,٠٠٧ ٠,٠٣٦ | ٠,٢٥٠- ٠,٥٤٨- | فضائيات مواقع | إذاعة | |

أجرت الباحثة الاختبارات البعدية التي أظهرت أن الفروق الدالة ناجمة عن مقارنة مجموعات الإعلاميين العاملين في مجالى الصحافة والإذاعة، بالمجموعات العاملة فى مجال الفضائيات والمواقع الإلكترونية؛ حيث جاءت القيم جميعها دالة إحصائياً وهو ما يؤكد اختلاف طبيعة تقدير الضغوط المهنية حسب مجال العمل، وبذلك تثبت صحة الفرض الفرعى الخامس بصفة جزئية.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة د/ لىلى عبد المجيد التى حددت الضغوط التى يخضع لها الإعلامى مهما كان انتماءه السياسى والاجتماعى أن يلتزم الحياد ولا يظهر آراءه الشخصية وتشمل كل ما يتعلق بسياسة الوسيلة التى يعمل بها وعوامل التنافس.

الفرض الرابع: هناك فروق دالة بين المبحوثين طبقاً لمتغيراتهم الديموجرافية فى تحديدهم لمدى التزام البرامج الحوارية الفضائية بالمعايير المهنية والأخلاقية للعمل الإعلامى.

الفرض الفرعى الأول: توجد فروق دالة بين الذكور والإناث عينة الدراسة فى تقديرهم لمعايير الإلتزام المهنى للبرامج الحوارية فى الفضائيات

لاختبار صحة الفرض استخدمت الباحثة اختبار ت والذى اثبت عدم وجود فروق دالة بين المبحوثين طبقاً للنوع باستثناء معيار واحد فقط وهو التواصل مع الجمهور وعرض آرائهم بأمانة، حيث جاءت الفروق دالة لصالح الإناث، وسجلت متوسط حسابى أعلى من الذكور (٢,١٧ مقاب ١,٨٩) عند انحراف معيارى قدره ٧٤٢، ٧٣٧، وسجلت قيمة اختبار ت ١,٩٢٣ عند درجة حرية ١٣٨، ومستوى معنوية ٠,٠٥٥ وهى قيمة دالة تشير لوجود فروق طبقاً للنوع ويثبت صحة الفرض فى هذه الجزئية فقط.

الفرض الفرعى الثانى: توجد فروق دالة بين المبحوثين طبقاً للمستوى التعليمى لهم فى تقديرهم لمعايير الإلتزام المهنى للبرامج الحوارية الفضائية.

استخدمت الباحثة اختبار ت لدراسة مدى صحة الفرض ولم يظهر وجود فروق دالة إحصائياً ومن ثم يثبت عدم صحة الفرض.

الفرض الفرعى الثالث: هناك فروق دالة بين المبحوثين طبقاً للفئات العمرية فى تقديرهم لمعايير الإلتزام المهنى للبرامج الحوارية.

استخدم اختبار تحليل التباين ANOVA والذي أظهر وجود فروق دالة بين الفئات العمرية للإعلاميين عينة الدراسة بالنسبة لثلاثة معايير مهنية فقط، كما يظهرها الجدول التالي:

جدول رقم (٢٨)

تحليل التباين لدراسة الفروق بين المبحوثين طبقاً للمستويات العمرية في تقديرهم

لمعايير الالتزام المهني للبرامج

| المعيار | فئات السن | العدد | المتوسط الحسابي | الإنحراف المعياري | قيمة ف | درجات الحرية | مستوى المعنوية |
|--------------|----------------|-------|-----------------|-------------------|--------|--------------|----------------|
| تجنب التحريف | من ٢٠ - ٣٥ سنة | ٦٥ | ٢,٠٩ | ٠,٧٠١ | ٥,٣٣٤ | ٢ ١٣٧ | ٠,٠٠٦ |
| | من ٣٦ - ٥٠ سنة | ٥٥ | ١,٦٧ | ٠,٦٩٥ | | | |
| | ٥١ سنة فأكثر | ٢٠ | ١,٩٠ | ٠,٧١٧ | | | |
| | إجمالي | ١٤٠ | ١,٩٠ | ٠,٧٢٣ | | | |
| التوازن | من ٢٠ - ٣٥ سنة | ٦٥ | ٢,١٢ | ٠,٦٧٣ | ٦,١١٧ | ٢ ١٣٧ | ٠,٠٠٣ |
| | من ٣٦ - ٥٠ سنة | ٥٥ | ١,٦٥ | ٠,٧٩٩ | | | |
| | ٥١ سنة فأكثر | ٢٠ | ١,٩٠ | ٠,٧١٨ | | | |
| | إجمالي | ١٤٠ | ١,٩١ | ٠,٧٥٨ | | | |
| الدقة والصدق | من ٢٠ - ٣٥ سنة | ٦٥ | ١,٩٧ | ٠,٧٤٩ | ٧,٩٨٤ | ٢ ١٣٧ | ٠,٠٠١ |
| | من ٣٦ - ٥٠ سنة | ٥٥ | ١,٥١ | ٠,٦٣٥ | | | |
| | ٥١ سنة فأكثر | ٢٠ | ٢,٠٥ | ٠,٦٨٦ | | | |
| | إجمالي | ١٤٠ | ١,٩٠ | ٠,٧٢٣ | | | |

جدول رقم (٢٩)

مصدر التباين بين المستويات العمرية ومعايير الالتزام المهني

| مستوى المعنوية | الفرق بين المتوسطين | المجموعة المقارنة | المجموعة الأولى | |
|-------------------|------------------------|--------------------------------|-----------------|---------|
| ٠,٠٠١ ٠,٢٨٥ | ٠,٤٢٠ ٠,١٩٢ | من ٣٦ - ٥٠ سنة ٥١ سنة فأكثر | من ٢٠ - ٣٥ سنة | التحريف |
| ٠,٢١٧ | ٠,٢٢٧- | ٥١ سنة فأكثر | من ٣٦ - ٥٠ سنة | |
| ٠,٠٠١ ٠,٢٣٥ | ٠,٤٦٩ ٠,٢٢٣ | من ٣٦ - ٥٠ سنة ٥١ سنة فأكثر | من ٢٠ - ٣٥ سنة | التوازن |
| ٠,٢٠١ | ٠,٢٤٥- | ٥١ سنة فأكثر | من ٣٦ - ٥٠ سنة | |
| ٠,٠٠٠ ٠,٦٥١ | ٠,٤٦٠ ٠,٠٨١- | من ٣٦ - ٥٠ سنة ٥١ سنة فأكثر | من ٢٠ - ٣٥ سنة | الصدق |
| ٠,٠٠٤ | ٠,٥٤١- | ٥١ سنة فأكثر | من ٣٦ - ٥٠ سنة | |

تظهر بيانات الجدول السابق أن المبحوثين في الفئة السنوية الأقل من ٢٠-٣٥ سنة اظهروا تقديراً أعلى لمعيارى: تجنب التحريف أو ذكر أنصاف الحقائق، والتوازن في عرض وجهات النظر حيث سجلت المجموعة الإعلامية ذوى السن الأقل متوسطات حسابية أعلى من باقى المجموعات، وهو ما يؤكد حرص الإعلاميين الشباب على القيم والمعايير المهنية التى درست ومحاولة تطبيقها والتأكيد على أهميتها فى المجال العلمى وداخل المؤسسات الإعلامية العاملة.

فى حين سجلت المجموعة الأكبر سناً (٥١ سنة فأكثر) متوسط حسابى أعلى من باقى المجموعات العمرية بالنسبة لمعيار الصدق والدقة فى التقارير الإعلامية وسرد الوقائع، وهو ما يظهر أن الإعلاميين الأكبر سناً يقدرون معيار الصدق كأحد أهم المعايير المهنية التى تحافظ على موضوعية الإعلامى وتضمن تمتعه بالمصداقية لدى جمهوره.

معرفة مصدر التباين أجرت الباحثة الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنى دال، وأظهر أن الفروق الدالة ناجمة عن مقارنة المجموعة السنوية الأقل عند مقارنتها بالمجموعة الأكبر (من ٣٦ - ٥٠ سنة) بالنسبة لمعيار الدقة والصدق عند مقارنة المجموعة الأصغر سناً من (٢٠ - ٣٥ سنة) بالأكبر من (٣٦ - ٥٠ سنة)، وبالنسبة للمجموعة العمرية (من سن ٣٦ - ٥٠ سنة) عند مقارنتها بالمجموعة الأكبر سناً (٥١ سنة فأكثر) حيث سجلت قيم دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠٤، ٠,٠٠٠٠، على التوالى.

الفرض الفرعى الرابع: توجد فروق دالة بين المبحوثين طبقاً لسنوات الخبرة فى تقييمهم لمعايير الالتزام المهنى والأخلاقي.

جدول رقم (٣٠)

تحليل التباين للفروق بين مستويات خبرة المبحوثين فى تقييم معايير الالتزام المهنى

| مستوى المعنوية | قيمة ف | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العدد | فئات الخبرة | معايير الالتزام |
|----------------|--------|-------------------|-----------------|-------|----------------|---------------------------|
| ٠,٠٠٠ | ٦,٨٨٦ | ٠,٦٨٢ | ٢,٥٩ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | الفصل بين الرأى والخبر |
| | | ٠,٧٨٩ | ٢,٠٤ | ٤٩ | من ٥-١٠ سنوات | |
| | | ٠,٨٣٢ | ١,٧٨ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٨٦٣ | ١,٧٧ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٨٤٣ | ٢,٠٤ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٠٤ | ٤,٦٣٧ | ٠,٦٢٢ | ٢,٣٨ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | عدم التحيز |
| | | ٠,٧١٥ | ١,٧٨ | ٤٩ | من ٥-١٠ سنوات | |
| | | ٠,٨١١ | ١,٨٣ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٧٨٤ | ١,٨٥ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٧٦٥ | ١,٩٣ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠١٤ | ٣,٦٧٤ | ٠,٧٥١ | ٢,٢٨ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | احترام الخصوصية |
| | | ٠,٦٢١ | ١,٩٠ | ٤٩ | من ٥-١٠ سنوات | |
| | | ٠,٧٤٩ | ١,٦٩ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٨٤٩ | ١,٨١ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٧٤٨ | ١,٩١ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٠٠ | ١٠,٣٤٩ | ٠,٥٧٤ | ٢,٤٨ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | تجنب التحريف |
| | | ٠,٦٢٤ | ١,٨٤ | ٤٩ | من ٥-١٠ سنوات | |
| | | ٠,٦٨٨ | ١,٦١ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٧٦٥ | ١,٧٧ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٧٢٣ | ١,٩٠ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٠٠ | ٧,١١٠ | ٠,٧٣٣ | ٢,٤١ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | التوازن |
| | | ٠,٦١٢ | ١,٨٦ | ٤٩ | من ٥-١٠ سنوات | |
| | | ٠,٧٢٨ | ١,٦١ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٨٣٤ | ١,٨٥ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٧٥٨ | ١,٩١ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٠١ | ٥,٦٠٠ | ٠,٧٣٩ | ٢,٢٤ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | الصدق والدقة |
| | | ٠,٦٨٩ | ١,٦٧ | ٤٩ | من ٥-١٠ سنوات | |
| | | ٠,٦٩٢ | ١,٥٨ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٦٧٥ | ١,٨٥ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٧٩٢ | ١,٨٠ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٠٧ | ٤,٢٣٩ | ٠,٥٩٣ | ٢,٠٧ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | تصويب الخطأ |
| | | ٠,٦١٤ | ١,٥٥ | ٤٩ | من ٥-١٠ سنوات | |
| | | ٠,٦٢٤ | ١,٦٩ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٧٥٢ | ١,٦٢ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٦٦٢ | ١,٧١ | ١٤٠ | إجمالي | |
| ٠,٠٣٠ | ٣,٠٧٤ | ٠,٧٩٩ | ٢,٠٧ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | عدم الخداع |
| | | ٠,٧٩٠ | ١,٨٠ | ٤٩ | من ٥-١٠ سنوات | |
| | | ٠,٦٩٧ | ١,٥٠ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٧٢٤ | ١,٧٣ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٧٧٤ | ١,٧٦ | ١٤٠ | إجمالي | |

| | | | | | | |
|-------|-------|-------|------|-----|----------------|-------------------------|
| ٠,٠٥٤ | ٢,٦٠٨ | ٠,٦٥١ | ٢,٠٧ | ٢٩ | أقل من ٥ سنوات | عدم الإساءة للأقليات |
| | | ٠,٧٣٤ | ١,٥٩ | ٤٩ | من ٥-١٠ سنوات | |
| | | ٠,٨٤٩ | ١,٧٢ | ٣٦ | من ١٠-١٩ سنة | |
| | | ٠,٦٧٩ | ١,٦٩ | ٢٦ | أكثر من ٢٠ سنة | |
| | | ٠,٧٥٢ | ١,٧٤ | ١٤٠ | إجمالي | |

* عند درجتى حرية = ٣، ١٣٦

أظهرت بيانات الجدول أن فئة الإعلاميين ذوى الخبرة الأقل من ٥ سنوات سجلت متوسطات حسابية أعلى من جميع الفئات أخرى فى تقييمها لمعايير الالتزام المهني، وهو ما يؤكد أن الإعلاميين الشباب ذوى الخبرات المحدودة أكثر تقديراً لهذه القيم الأخلاقية والمهنية ورغبة فى تطبيقها، ومن ثم فهم أكثر اعتقاداً فى التزام البرامج الحوارية بها، ولذلك وجدت فروق دالة بين المبحوثين طبقاً لفئات الخبرة المستمدة من عملهم فى المجال الإعلامى بالنسبة لتقييمهم لمعايير الالتزام الأخلاقى فى الفضائيات حيث جاءت قيمة اختبار تحليل التباين دالة عند مستويات المعنوية السابقة بالنسبة لتسعة معايير، فى حين لم توجد فروق دالة بالنسبة لباقي المعايير.

ولمعرفة مصدر التباين بين المجموعات اجرت الباحثة الاختبارات البعدية التى وجدت أن الفروق الدالة جاءت من الفرق بين المجموعات الأقل خبرة (أقل من ٥ سنوات) عند مقارنتها بباقي الفئات الأكثر خبرة فى العمل الإعلامى بالنسبة لمعايير الفصل بين الرأى والخبر وسجلت قيم دالة هى على الترتيب (٠,٠٠٠٤، ٠,٠٠٠٠، ٠,٠٠٠٠) وعدم التحيز سجلت (٠,٠٠٠١، ٠,٠٠٠٤، ٠,٠٠٠٠٨) ومعايير احترام الخصوصية سجلت (٠,٠٢٨، ٠,٠٠٢، ٠,٠١٩) فى حين سجل معيار عدم الخداع قيم دالة فى مقارنة فئة الأقل من ٥ سنوات خبرة مع الأكثر خبرة من ١٠ - ١٩ سنة فقط، وسجلت قيمة دالة ٠,٠٠٣، ومعايير عدم الإساءة للأقليات جاءت القيم الدالة بين نفس الفئة الأصغر مقارنة بذوى الخبرة من ٥ - ١٠ سنوات حيث سجلت مستوى معنوية ٠,٠٠٧.

الفرض الفرعى الخامس: توجد فروق دالة بين المبحوثين حسب مجال عملهم الإعلامى فى تقييمهم لمعايير الالتزام المهني والأخلاقى.

لاختبار صحة الفرض استخدم اختبار تحليل التباين والذى جاءت نتيجته دالة بالنسبة لثلاثة معايير مهنية وأخلاقية وذلك كما يظهر فى الجدول التالى:

جدول رقم (٣١)

تحليل التباين للفروق بين مجالات عمل المبحوثين في تقييم المعايير المهنية

| المعايير | مجال العمل | العدد | المتوسط الحسابي | الإنحراف المعياري | قيمة ف | مستوى المعنوية |
|------------------------|------------|-------|-----------------|-------------------|--------|----------------|
| الفصل بين الرأي والخبر | صحافة | ٦٤ | ١,٨١ | ٠,٧٥٣ | ٨,٧٥٠ | ٠,٠٠٠ |
| | إذاعة | ٢١ | ١,٨٦ | ٠,٩٦٤ | | |
| | فضائيات | ٤٣ | ٢,١٩ | ٠,٨٢٤ | | |
| | مواقع | ١٢ | ٣,٠٠ | ٠,٠٠٠ | | |
| | إجمالي | ١٤٠ | ٢,٠٤ | ٠,٨٤٣ | | |
| عدم التحيز لطرف | صحافة | ٦٤ | ١,٧٧ | ٠,٧٥٠ | ٥,١٤٥ | ٠,٠٠٢ |
| | إذاعة | ٢١ | ١,٧٦ | ٠,٧٦٨ | | |
| | فضائيات | ٤٣ | ٢,٠٧ | ٠,٧٣٧ | | |
| | مواقع | ١٢ | ٢,٥٨ | ٠,٥١٥ | | |
| | إجمالي | ١٤٠ | ١,٩٣ | ٠,٧٦٥ | | |
| التواصل مع الجمهور | صحافة | ٦٤ | ٢,٢٧ | ٠,٦٩٦ | ٣,٣٢٥ | ٠,٠٢٢ |
| | إذاعة | ٢١ | ١,٧١ | ٠,٧١٧ | | |
| | فضائيات | ٤٣ | ٢,٠٧ | ٠,٧٣٧ | | |
| | مواقع | ١٢ | ١,٩٢ | ٠,٩٠٠ | | |
| | إجمالي | ١٤٠ | ٢,٠٩ | ٠,٧٤٨ | | |

* عند درجتى حرية = ٣، ١٣٦

يؤكد الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً بين الإعلاميين حسب مجال عملهم في تقييمهم للمعايير المهنية والأخلاقية التي تلتزم بها البرامج الحوارية الفضائية والتي شملت ثلاثة معايير في حين لم تثبت وجود فروق دالة بالنسبة لباقي المعايير.

تظهر بيانات الجدول أن الإعلاميين العاملين في المواقع الإلكترونية والفضائيات سجلوا متوسطات حسابية أعلى من الآخرين بالنسبة لمعيارى الفصل بين الرأي والخبر، ومعيار عدم التحيز لطرف أو ابداء تعاطف مع أحد الأطراف.

في حين سجل المبحوثون العاملون في المجال الصحفى أعلى متوسط حسابى في معيار التواصل مع الجمهور وسماع شكواهم وعرضها بأمانة يليهم العاملين في الفضائيات، وهو ما يؤكد أن العمل الصحفى يعتمد على التواصل مع الجمهور

كمعيار مهني أساسى ويجد أنه يتحقق فى البرامج الحوارية الفضائية التى تنقل تقارير من مواقع الأحداث وتعتمد على شباب مراسلين ومن ثم فهم الأكثر اهتماماً بهذا المعيار يليهم العاملين فى الفضائيات نفسها الذى يعتمد عملهم على عرض آراء الجمهور والتواصل معهم بصفة أساسية.

ولمعرفة مصدر التباين بين المجموعات أجريت الاختبارات البعدية التى جاءت فى الجدول التالى:

جدول رقم (٣٢)

مصدر التباين بين مجالات عمل المبحوثين وتقييم المعايير المهنية

| مستوى المعنوية | الفرق بين المتوسطين | المجموعة المقارنة | المجموعة الأولى | |
|----------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------------|
| ٠,٠١٧ | ٠,٣٧٤- | فضائيات | صحافة | الفصل بين الرأى والخبر |
| ٠,٠٠٠ | ١,١٨٨- | مواقع | إذاعة | |
| ٠,٠٣٧ | ٠,٣٠٤- | فضائيات | صحافة | عدم التحيز |
| ٠,٠٠١ | ٠,٨١٨- | مواقع | إذاعة | |
| ٠,٠٠٢ | ٠,٨٢١- | مواقع | فضائيات | |
| ٠,٠٣٤ | ٠,٥١٤- | مواقع | صحافة | التواصل مع الجمهور |
| ٠,٠٠٣ | ٠,٥٥١ | إذاعة | | |

تشير بيانات الجدول إلى أن الفروق الدالة جاءت عند مقارنة العاملين فى المجال الصحفى والإذاعى مع باقى المجموعات من العاملين فى مجالى المواقع الالكترونية والفضائيات، حيث سجلت قيم دالة إحصائياً.

اتفقت نتائج الفرض مع دراسة سحر صوفى (٢٠١٦) التى اظهرت علاقة ارتباطية بين درجة التزام القنوات بالمعايير المهنية وتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية ورضا المبحوثين عن أدائها.

كما اتفقت مع مبادئ المسؤولية الاجتماعية التى وضعها د/ حسن عماد مكاوى والذى أكد أن الصحفيين والإعلاميين يجب أن يكونوا مسئولين أمام المجتمع ومؤسساتهم والجمهور كله من خلال مجموعة التزامات مهنية.

ملخص الدراسة:

أهم النتائج:

عبر الإعلاميون الممارسون من خلال المقابلات المتعمقة عن دور وأهمية البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية عن إيصال المعلومة للجمهور والتأثير عليه وانها وسيلة للتعبير عن هموم المواطنين ونقل صوتهم للمسئولين خاصة بعد تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية، وأنها أصبحت بالمشاركة مع مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت البديل الإعلامي الفضائي في مناقشة القضايا وطرح الموضوعات والتعرف على الآراء المختلفة ورغم دورها إلا أنها تحوى كثير من التجاوزات في بحثها عن الإثارة وعدم التدقيق في المعلومات والتركيز على السلبيات واللجوء للألفاظ المتدنية والملاسنات بين ضيوفها والتراشق اللفظي لجذب مزيد من المشاهدات.

وعبروا عن وجود عدد من المقترحات لتنظيم العمل الإعلامي بها منها تطبيق سياسة إعلامية واضحة المعالم ومعلنة لجميع القنوات لتنفيذ كود أخلاقي ومهني واعتباره الزام وليس اختيار، والفصل بين الملكية وإدارة القناة منعاً لتأثير صاحب رأس المال على القائمين بالاتصال، وخروج نقابة الإعلاميين للنور للحفاظ على هبة المهنة وإصلاح الخلل الحالي وتطبيق قانون تنظيم الإعلام والصحافة لضبط الأداء من خلال هيئة محايدة تطبق عقوبات متدرجة بدءاً من وقف بث البرنامج ثم إلغاؤه وإنذار القناة وحتى شطب الإعلامي غير الملتزم.

النتائج العامة للدراسة الميدانية

اظهرت نسب متابعة مرتفعة لبرامج التوك شو والحوارية الفضائية من الإعلاميين عينة الدراسة بنسبة (٨٤٪) وجاءت قنوات الحياة وبرامجها الحياة اليوم على رأس قائمة القنوات والبرامج الأكثر مهنية والتزاماً من وجهة نظرهم، يليها القاهرة والناس وبرنامج القاهرة ٣٦٠، ثم قناة ام بي سى مصر، وبرنامج يحدث في مصر وقناة السى بي سى وبرنامجها هنا العاصمة. وقناة دريم وبرنامجها العاشرة مساء، وعبر المبحوثون عن مميزات عدة تتوافر في هذه البرامج منها تنوع الضيوف المشاركين (بنسبة ٤٥٪) وعرض الآراء بموضوعية بنسبة ١٤,٣٪ والاستعانة بالتقارير الحية وشبكة المراسلين بنسبة ٣٤,٣٪.

في حين جاءت برامج "على مسئوليتي" على قناة صدى البلد، والعاشرة مساء في قناة دريم ومانشيت على قناة أون تي في وهنا العاصمة ومع إبراهيم عيسى في

إبرامج التي يحدث بها تجاوزات مهنية ومن أبرز هذه التجاوزات المبالغة والتحيز لوجهة نظر واحدة (بنسبة ٧٤,٣%) ونشر إشاعات وعدم الاعتماد على مصادر موثوق بها والدفاع عن سياسة القناة والتركيز على الإثارة والتجاوزات اللفظية.

عبرت عينة الدراسة عن عدد من الضغوط تقع على الإعلامى فى ممارسة المهنة منها السياسة التحريرية (بوزن مئوى ٨٥,٩٥) والاعتبارات الإعلامية (بوزن مئوى ٨٣,٣٣) وضغط الوقت ومدى توافر مصادر والاعتماد على الموهبة وليس التدريب للإعلامى وتدخلات المسؤولين وآراء الجماهير، وأن من أهم العوامل التي تؤثر فى تناول قضايا رأى فى البرامج الحوارية الفضائية هى سياسة القناة وصاحب رأس المال والمعلن والمسئولين فى الدولة وقيم الإعلامى ومعتقداته والقنوات المنافسة وجماعات الضغط والنقابة أو المؤسسة التي ينتمى لها.

واعتبر الإعلاميون أن مساحة الحرية المتاحة للإعلامى مؤثر رئيسى فى معالجة القضايا (بنسبة ٧٤,٣%) وقاموا بترتيب عدد من الأدوار المهنية التي يجب القيام بها منها تثقيف الجمهور (بوزن مرجح ١٦,٩) ومراقبة المسئولين وكشف الفساد (بوزن مرجح ١٦,٤) ودعم سياسة الدولة.

أكد المبحوثون أن من أهم المعايير المهنية والأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها العاملين فى البرامج الحوارية الفضائية هى التواصل مع الجمهور وعرض آرائهم بأمانه (بوزن مئوى قدره ٦٩,٧٦) ومعيار الفصل بين الرأى والخبر (بوزن مئوى ٦٧,٨٦) وإعطاء فرصة للرد والتعليق للآخرين وعدم التحيز لطرف وعرض الآراء بتوازن، واحترام الحرية والحياة الخاصة وتجنب الحريف وذكر أنصاف الحقائق والأمانة فى عرض الصور والمواد الفيلمية وعدم التأثير على أحكام القضاء أو الخداع فى العناوين أو الإساءة للمنافسين أو لأصحاب الاتجاهات العرقية أو الدينية أو الفكرية المختلفة والاعتراف بالخطأ وتصويبه وعدم تكرار بثه.

انقسمت آراء المبحوثين تجاه اعتماد البرامج الحوارية فى الفضائيات على الإعلامى النجم فمنهم من يرى أنه يضيف جاذبية وحضور بشهرته (بنسبة ٥٥,٧%) ويكفل للقناة دخل إعلانى وضمن متابعة الجمهور لها، فى حين أكد البعض أنه لا يلتزم بالقواعد المهنية (بنسبة ٣٥%) ويتحيز لرأيه ويفتقد الموضوعية. فى حين أكدت نسبة ٨٥,٧% منهم عن رغبتهم فى إلزام الإعلامى بدليل للمعايير المهنية لأنه سيضبط الأداء ويمنع التجاوزات (بنسبة ٧٧,٥%) وسيقلل من السعى نحو الإثارة المفتعلة (بنسبة ٥٢,٥%).

جاءت تقييمات المبحوثين للبرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية لتشمل عدداً من الإيجابيات جاء من أهمها أنها خصصت مساحة جيدة لعرض قضايا الرأى (بنسبة ٨١,٩٠) وأختيارها موضوعات جماهيرية بوزن مئوى ٧٨,٣٣، وربطها بقضايا قومية وطرح وجهات نظر متعارضة ومشاركة الجماهير واعطاء وقت متوازن للضيوف، فى حين جاءت السلبيات التى يرونها لتشمل تجاوزات فى عرض القضايا وأن مقدم البرنامج يتدخل ويحيز لرأيه (بوزن مئوى ٨٢,٣٨)، ثم اعتماده على إثارة الخلاف بين الضيوف وطرح آراء بها تحريض أو تمييز والاهتمام بعناصر الإثارة.

وقدم المبحوثون من الإعلاميين مجموعة مقترحات لتقديم معالجة مهنية ومتوازنة للقضايا فى البرامج الحوارية منها تفعيل ميثاق الشرف والالتزام بالموضوعية وخروج قانون الإعلام والصحافة للتنفيذ الفعلى وتطبيقه على الجميع ووضع قواعد لاختيار القائم بالاتصال ودريبه باستمرار والتركيز على القضايا المهمة وتغليظ العقوبات على من ينتهك الأخلاقيات الإعلامية وترك مساحة من الحرية فى عرض الموضوعات بعيداً عن تأثير أصحاب اقنوات والضغط الإعلانية أو ترديد وجهات نظر المسئولين.

اظهرت نتائج اختبارات فروض الدراسة صحة الفرض الأول بشكل جزئى حيث وجدت فروق دالة بين المبحوثين طبقاً لمستوياتهم التعليمية والعمرية وسنوات الخبرة ومجالات عملهم بالنسبة لبع التقييمات الإيجابية والسلبية فى أداء البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية، فى حين لم توجد فروق دالة بالنسبة للنوع فى جميع اتقييمات.

ثبت صحة الفرض الثانى بشكل جزئى، حيث وجدت فروق دالة بين المبحوثين طبقاً للنوع والسن والخبرة فى ترتيبهم للأدوار المهنية التى يجب على الإعلامى الالتزام بها بالنسبة للتأثيرات على الرأى العام، فى حين لم توجد فروق دالة بالنسبة لباقى الأدوار المهنة ولم توجد فروق دالة بالنسبة لمتغير التعليم، فى حين وجدت تأثير لمتغير مجال العمل فى ترتيبهم للأدوار المهنية الخاصة بتثقيف الجمهور ومراقبة المسئولين.

ثبت صحة الفرض الثالث بصفة جزئية بالنسبة لوجود فروق دالة بين المبحوثين طبقاً لمستويات خبراتهم فى العمل الإعلامى فى تحديدهم لتأثير ضغوط المهنة وتشمل ضغط الوقت ونتائج أبحاث الجمهور، وبالنسبة لمتغير مجال العمل مع ضغوط الوقت والسياسة التحريرية ونتائج أبحاث الجمهور أيضاً، فى حين لم توجد فروق دالة بالنسبة لمتغيرات النوع والسن والتعليم.

لم تظهر وجود فروق دالة بين المبحوثين بالنسبة لمتغيرات النوع والمستوى التعليمي فى تحديد التزام البرامج الحوارية الفضائية بالمعايير المهنية والأخلاقية للإعلام، فى حين وجدت فروق دالة بالنسبة للفئات العمرية فى ثلاثة معايير هى: التوازن وتجنب التحريف والدقة والصدق. ووجدت فروق دالة أيضاً بين مستويات خبرة ومجال عمل الإعلاميين عينة الدراسة فى تقييمهم لمعايير الالتزام المهني.

المراجع:

- (١) سحر محمد صوفى. تقييم معايير الأداء المهني لمقدمى البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية الخاصة. *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٦).
- (٢) دينا يحيى. تقييم طلاب الإعلام للأداء المهني لبرامج التوك شو التلفزيونية فى إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٥) العدد ٥١، ابريل - يونيه. ص ١-٥١.
- (٣) رباب عبد الرحمن هاشم. *دور برامج الحوار التلفزيونية (التوك شو) المقدمة بالقنوات الحكومية والخاصة فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو المشاركة السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير ملخصات الأوراق البحثية لندوة بحوث الرأى العام وثورة ٢٥ يناير*، مركز بحوث الرأى العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام. ٢٠١٣م. ص ١٢-١٣.
- (٤) إنجى محمد بركة. دور البرامج الحوارية التلفزيونية فى دعم المشاركة السياسية للجمهور المصرى. *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٣م).
- (٥) تامر محمد صلاح الدين. معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية للقضايا السياسية ما بعد ٢٥ يناير ٢٠١١. available at: <http://www.arrai.org/pages.php?option-browse and id-9648>
- (٦) طارق محمد إبراهيم. دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو قضايا الإصلاح السياسى. *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٢م).
- (٧) مجيب أحمد حازم الشميرى. دور برامج الرأى فى الفضائيات الإخبارية العربية فى تدعيم المشاركة السياسية لدى طلاب الجامعات فى اليمن. *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١١).
- (٨) ياسمين سعد. دور برامج الرأى بقناة مصر الإخبارية فى تكوين المعرفة عن القضايا العامة لدى الجمهور المصرى. *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة عين شمس، كلية الآداب، ٢٠١٠م).
- (٩) حسن محمد على خليل.
- (١٠) وفاء عبد الخالق ثروت. دور البرامج الحوارية فى التلفزيون المصرى فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التعديلات الدستورية. *المجلة المصرية لبحوث الرأى العام* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. المجلد التاسع. العدد الثانى، ٢٠٠٨م) ص ٤٦٥-٥٣٥.
- (١١) عزة مصطفى الكحكى. حدود الحرية والمسؤولية كما يراها القائم بالاتصال بقناة الجزيرة الإخبارية. فى: *المؤتمر العلمى الدولى الرابع عشر بعنوان: الإعلام بين الحرية والمسؤولية*. جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٨، ص ٦٠٥-٦٥٦.

- (١٢) ريهام سامى يوسف. دور البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية الحكومية والخاصة فى ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصرى. *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٨).
- (١٣) رانيا أحمد محمود. مدى اعتماد الشباب على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصرى. *المؤتمر العلمى السنوى الثالث عشر لكلية الإعلام بعنوان: الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعى*، ٢٠٠٧.
- (١٤) أمانى عمر الحسينى. دور البرامج السياسية فى القنوات المصرية المحلية فى تشكيل الرأى العام لدى النخبة تجاه الأحداث الجارية. *المجلة المصرية لبحوث الرأى العام*، المجلد السابع. العدد الأول، يناير / يونيو (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٦).
- (١٥) جيلان محمود عبد الرازق. أساليب تغطية القضايا فى برامج الرأى المذاعة على الهواء فى القنوات الفضائية. *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٤).
- (١٦) عادل عبد الغفار. أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأى المقدمة بقناة دريم ٢. *المؤتمر العلمى السنوى التاسع لكلية الإعلام بعنوان: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق فى مايو ٢٠٠٣*، ج٣، ص ٧٤٧-٨٢٥.
- (١٧) أشرف جلال. العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية فى القنوات المصرية الحكومية والخاصة: دراسة مقارنة لبرامج الرأى فى القناتين الأولى والثانية مقارنة بدريم والمحور. فى: *المؤتمر العلمى السنوى الحادى عشر: مستقبل وسائل الإعلام العربية* (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥) ص ٣٢٣-٣٦٩.
- (١٨) عبد الرحمن الشامى. برامج الرأى فى الفضائيات العربية: دراسة حالة لبرنامج منبر الجزيرة. فى: *المؤتمر العلمى السنوى الحادى عشر: "مستقبل وسائل الإعلام العربية"*. مرجع سابق. ص ١٢٥٠-١٢٩٨.
- (19) Barbra Osborn. The 2000 Presidential Election Tv Talk Show Interviews with Candidates". *Ph.D* (USA: University of Californian, 2006).
- (20) Alan Rubn and Others. *Viewer Aggression and Attraction to Television Talk Shows. Media Psychology*. Vol. 5, No. 4, 2003) pp. 331-362.
- (21) Rocci Luppardini and Arthur So. A techno ethical Review of commercial drone use in the context of governance, ethics, and Privacy. *Technology in Society*. Vol. 46. August 2016. pp. 109-119.

- (22) Media Council of Kenya. Ethics in Ethnic Media. Assessing the ethical and Professional Competence of Vernacular radio Stations when discussing sensitive Issues in Kenya. January 2015.
- (٢٣) مؤسسة الصوت الحر والشبكة العربية لدعم الإعلام ومركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان وسائل الإعلام المرئي والمعايير المهنية والأخلاقية: دراسة لرصد الأداء الإعلامي لأربع قنوات تلفزيونية عربية في الفترة من ١٠-٢٥ سبتمبر ٢٠١٣.
- (٢٤) فوزية عبد الله آل على. تصورات الإعلاميين في وسائل الإعلام الاليكترونية الإماراتية لأدوارهم المهنية والعوامل المؤثرة فيها. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. المجلد الثاني عشر - العدد الأول، يناير / مارس ٢٠١٣. ص ٩٤.
- (٢٥) نهى عاطف العبد. "تطبيق القواعد المهنية في البرامج الحوارية التلفزيونية في تغطية فترة ما بعد الثورات العربية: دراسة على الجمهور والقائم بالاتصال. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. (العدد ٣، يوليو - سبتمبر ٢٠١٣) ص ٧١-١٥٩.
- (26) RuAnn Keith. Constructing Professionalism: Reifying the historical inevitability of Commercialization in Mass Media Communication. *Ph.D.* Georgia State University. 2009.
- (27) Chandra Clark Smallwood. Fake News? A Survey on Video news releases and their implication on Journalistic ethics, integrity, independence, professionalism, Credibility, and Commercialization of broadcast new. *Ph.D.* (The University of Alabama. 2009).
- (٢٨) نهى عاطف العبد. المعايير الأخلاقية والسلوكية التي يكتسبها المراهقون من البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية التي تقدم مضموناً أجنبياً. *في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ٢٩ يناير / مارس ٢٠٠٨) ص ١-١٥.
- (٢٩) خالد صلاح الدين حسن. اتجاهات الرأي العام المصري نحو ثنائية الإعلام والشائعات: في إطار التحليل الاجتماعي لمحددات الوعي الإعلامي. *في: المؤتمر العلمي السنوى الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. ٢٠٠٨) ص ١٣٨٩-١٤٥٥.
- (٣٠) عدلى سيد رضا. أنماط ملكية وسائل الإعلام وعلاقتها بالممارسة المهنية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٤٨. يولية / سبتمبر ٢٠١٤. ص ٧.
- (٣١) أشرف خوخة. *الرقابة في المؤسسات الصحفية* (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٤) ص ٢٦-٢٩.
- (32) *Chris frost Journalism Ethics and Regulation*. 2nd ed. (London: Pearson Longman, 2008) p. 246.

- (٣٣) محمد عبد الحميد. *البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية*. (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤) ص ٥١.
- (٣٤) *المرجع السابق نفسه*، ص ٥٢.
- (٣٥) حسنين شفيق، *مرجع سابق*. ص ص ١٦٢-١٦٤.
- (٣٦) إدوارد هـ. سبنس واندرو الكسندرا وآخرون. *الإعلام والأسواق وأخلاقيات المهنة*. ترجمة: شويكار زكى (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٢) ص ص ٢٣٥-٢٣٦.
- (٣٧) حسنين شفيق. *التضليل الإعلامى والغيوبية المهنية* (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص ص ٦٢-٦٣.
- (٣٨) محمد منير حجاب. *الإعلام والموضوعية فى القرن الحادى والعشرين: رؤية تحليلية نقدية* (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠).
- (٣٩) حسنين شفيق، *مرجع سابق*. ص ص ١٦٤-١٦٥.
- (٤٠) حنان حسن محمد الجندى. *مرجع سابق*، ص ص ٤٧-٤٨.
- (٤١) لىلى عبد المجيد. *تشريعات الإعلام: دراسة حالة فى مصر* (القاهرة: دار العربى للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩) ص ص ٥٢-٥٤.
- (42) Johan Retief. *Media Ethics: An Introduction to Responsible Journalism* (New York: Oxford, 2002) p. 223.
- (٤٣) حسن عماد مكاوى. *أخلاقيات العمل الإعلامى: دراسة مقارنة* (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١١) ص ١٤٣.
- (٤٤) *المرجع السابق نفسه*، ص ص ١٥٨-١٥٩.
- (45) McQuail. *Mass Communication Theory: An Introduction*, 3rd ed. (London: Sage Publication, 1991) pp. 123-124.
- (46) Richard Keble. *Ethics for Journalists* (London: Routledge, 2001) p. 171.
- (٤٧) عادل عبد الغفار. أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأى المقدمة بقناة دريم ١ و ٢، فى: *المؤتمر العلمى السنوى التاسع لكلية الإعلام*، جامعة القاهرة بعنوان: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، الجزء الثالث، مايو (٢٠٠٣) ص ٧٥٥.
- (48) Anthony Graybasch and Joel Rudinow. *Ethics Values in the Information age* (Wadsworth: Australia, United States) pp. 93-96.
- (٤٩) فتحى حسين. أخلاقيات نشر الجريمة فى الصحف المصرية الخاصة: دراسة تحليلية مقارنة. *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٥) ص ٧١.

- (٥٠) ثريا أحمد البدوي. المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام كأحد معايير الحوكمة الإعلامية في مصر: دراسة تحليلية لخطابات النخبة نحو الآخر الديني خلال الانتخابات في ضوء تصوراتهم لقيم الإعلام الرشيد. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام* (العدد ٤٣، يناير - يونيو، ٢٠١٣) ص ٤٣٣-٥١٦.
- (٥١) نرمين الأزرق. تطور بحوث أخلاقيات الإعلام في مصر مع نهاية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين: دراسة تحليلية نقدية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* (المجلد ١١، العدد ٤، ٢٠١٢).
- (٥٢) سارة عبد اللطيف عبد الحليم. المسؤولية الاجتماعية لقنوات التلفزيون المصرية الحكومية والخاصة كما تراها النخبة. *رسالة ماجستير غير منشورة* (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ص ٢١٣-٢٤٣).
- (٥٣) أمال حسن الغزawy. المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي: دراسة تحليلية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. مجلد ٩، العدد الثالث، يناير يونيو ٢٠٠٩، ص ١-٦٣.
- (٥٤) أميرة سمير. التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية. *المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسؤولية*. مرجع سابق. ص ١٣٣-١٧٦.
- (٥٥) أحمد أحمد عثمان. حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي. *المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر بعنوان "الإعلام بين الحرية والمسؤولية"*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يوليو ٢٠٠٨، الجزء الثالث. ص ٦٥٧-٧٣٣.
- (٥٦) عزة مصطفى الكحكي. حدود الحرية والمسؤولية كما يراها القائم بالاتصال بقناة الجزيرة الإخبارية. *المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر*. مرجع سابق. ص ٦٠٥-٦٥٦.
- (٥٧) حازم أنور محمد البنا. أخلاقيات الإعلام في الفضائيات العربية الخاصة كما يراها الجمهور المصري. *المؤتمر العلمي الرابع عشر*. مرجع سابق، ص ١٨٣-٢٧٥.
- (٥٨) أميرة محمد النمر. شريط المحادثة على القنوات الفضائية العربية بين الضوابط الأخلاقية والمسؤولية المنية. *المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر*. مرجع سابق. ص ٢٧٧-٣٢٦.
- (٥٩) فهد عبد الرحمن الشميرى. *التربية الإعلامية: كيف تتعامل مع الإعلام؟* (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠١٠).
- (٦٠) *مقترح دليل السلوك المهني للإعلاميين*. مركز دعم لتقنية المعلومات، ٢٠١٤.
- (٦١) سليمان صالح. *أخلاقيات الإعلام* (الكويت: دار الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨) ص ١٣٦.
- (62) Philip Patterson and Lee Wilkins. *Media Ethics: Issues and Cases*. 8th ed (London: McGraw – Hill Higher of Indication. 2013).

- (63) Prick Plance. *Media Ethics, Key Principles for Responsible Practice*. (London: Sage Publications, Inc, 2008).
- (64) Clifford G. Christians, Mark Fackler, and Others. *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning* (London: Routledge, 2011) p. 20.
- (65) Deandra K. Williamson. Ethical Challenges in Bahamian Journalism: The Case for A Code of Ethics. *M.A.* Faculty of the School of Communication of Point Park University. 2015. p. 69.
- (66) Clifford G. Christians and Others, *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning*. 9th ed (Boston: Allyn and Bacon Publication, 2012) pp. 162-166.
- (67) Bucy Erik. P. *Living in the information age: a new media reader* (Australia: Wadsworth, 2002) p. 290.
- (68) Cynthia Gray. *When Judges Speak up: Ethics, The Public, and the Media* (Chicago: American Judicature Society, 2012) pp. 24-25.
- (69) Deandra Kayle Williamson. Ethical Challenges in Bahamian Journalism: The Case for a code of Ethics. *M.A.* Faculty of the School of Communication of Point Park University, Nov. 2015, pp. 68-69.
- (70) Lee Anne Peck and Guy S. Reel. *Media Ethics at Work: True Stories from Young Professionals* (London: Routledge, 2013) p. 50.
- (71) The Center for investigative Reporting. *Ethics Guide*. San Francisco, 2016 (<http://ciroline.org/ethcs-gude>).
- (72) Steinar Kavale. *Ethical Issues of interviewing*. Jones and Bartlett Publishers. LLC, 2010) pp. 19-20.
- (*) الأطراف الموقعة شملت: اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصرى وممثلى غرفة صناعة الإعلام المرئى والمسموع، ونقابة الإعلاميين (تحت التأسيس) وممثلى نقابة الصحفيين، الهيئة العامة للاستعلامات، مجلس الوزراء المصرى. مدونة السلوك المهني للأداء الصحفى والإعلامى، <http://www.sis.gov.eg> .٢٠١٦
- (73) Jones, Jeffrey D. "I Want My Talk TV: Network Talk Shows in a Digital Universe." *In: Amanda, Lotz. (ed) Beyond Prime Time: TV Programming in the Post-Network Era* (New York: Routledge, 2009) pp. 14-15.
- (٧٤) سوزان القلبنى. *النقد الإعلامى* (القاهرة: الهيئة العامة لدار الكتب، ٢٠٠٩) ص٧٨.

- (٧٥) ماجى الحلوانى وعصام نصر. *مقدمة فى الفنون الإذاعية والسمع بصرية* (القاهرة: مركز التعليم المفتوح بجامعة القاهرة، ٢٠٠٤) ص ١٦٩.
- (٧٦) جيلان محمود شرف. أساليب تغطية الفضائيات فى برامج الرأى المذاعة على الهواء فى القنوات الفضائية العربية. *مرجع سابق*. ص ٥٨.
- (٧٧) عبد الرحمن الشامى. "برامج الرأى فى الفضائيات العربية: دراسة حالة لبرنامج منبر الجزيرة" *المؤتمر الحادى عشر بعنوان: مستقبل وسائل الإعلام العربية*، الجزء الرابع (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٥) ص ١٢٧٥.
- (78) Marie Jackson. The Late-night Presidential strategy: A Historical review of the first 40 years of presidential campaign use of late-night talk show appearance. *Ph.D.* (The University of Utah. Proquets. 2010).
- (79) Arther A. Beger. *Media and Communication Research Methods* (California: Sage Publication Inc., 2000) p. 111.
- (80) Arther A. Beger. *Op.cit.*, p. 111.
- (٨١) مقابلة مع أ. أسامة الشيخ رئيس اتحاد الإذاعة والتلفزيون الأسبق بتاريخ ٢٧ نوفمبر ٢٠١٦ بأكاديمية الشروق.
- (٨٢) مقابلة مع أ. كامل عبد الفتاح مدير القنوات الإقليمية الأسبق بتاريخ ١٩ ديسمبر بأكاديمية الشروق .
- (٨٣) مقابلة مع أ. مجدى عبد العزيز رئيس القسم الفنى ومدير تحرير أخبار اليوم بتاريخ ١٧ أكتوبر ٢٠١٦ بأكاديمية الشروق.
- (٨٤) مقابلة مع د/ عادل معاطى كبير مذيعى القنوات المحلية بتاريخ ٢٨ نوفمبر ٢٠١٦ بأكاديمية الشروق.
- (٨٥) مقابلة مع أ. أسامة الشيخ رئيس اتحاد الإذاعة والتلفزيون الأسبق بتاريخ ٢٧ نوفمبر ٢٠١٦ بأكاديمية الشروق .
- (٨٦) مقابلة مع أ. عمرو عابدين رئيس قناة نايل لايف الأسبق بتاريخ ١٨ أكتوبر ٢٠١٦ بأكاديمية الشروق.
- (٨٧) مقابلة مع أ. عادل اللقانى مدير تحرير الأهرام بتاريخ ١٨ أكتوبر ٢٠١٦ بأكاديمية الشروق.
- (٨٨) مقابلة مع أ. وليد العريان رئيس الاتحاد العربى للمواقع الالكترونية بتاريخ ٦ نوفمبر ٢٠١٦ بأكاديمية الشروق.
- (٨٩) مقابلة مع أ. سيد أبو اليزيد رئيس تحرير مجلة عقيدتى سابقاً بتاريخ ١٨ يناير ٢٠١٧ بأكاديمية الشروق.
- (٩٠) مقابلة مع أ. كارم محمود سكرتير نقابة الصحفيين بتاريخ ١٨ يناير ٢٠١٧ بأكاديمية الشروق.

- (٩١) مقابلة مع أ. فتحى أبو الحمد مدير تحرير جريدة الجمهورية ١٨ يناير ٢٠١٧ بأكاديمية الشروق.
- (٩٢) مقابلة مع أ. حمدى رزق صحفى ومقدم برامج بتاريخ ٢١ ديسمبر ٢٠١٦ بأكاديمية الشروق.
- (٩٣) مقابلة مع أ.د. حسن عماد مكاوى أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة ١٨ يناير ٢٠١٧ بأكاديمية الشروق.
- (٩٤) مقابلة مع أ. كارم محمود سكرتير نقابة الصحفيين ٢٧ أكتوبر ٢٠١٦ بأكاديمية الشروق.
- (٩٥) مقابلة مع أ. محمد ثروت مدير موقع اليوم السابع بتاريخ ١٨ يناير ٢٠١٧ بأكاديمية الشروق .
- (٩٦) مقابلة مع أ. عبد الجواد أبو كب رئيس موقع روز اليوسف ١٨ يناير ٢٠١٧ بأكاديمية الشروق.
- (٩٧) مقابلة مع أ. أحمد أيوب مدير تحرير جريدة المصور بتاريخ ٢٨ ديسمبر ٢٠١٦ بأكاديمية الشروق.