

## معالجة البرامج الحوارية التلفزيونية بالفضائيات المصرية الخاصة للقضايا المجتمعية

إعداد / ياسمين سعيد محمد عبد المنعم\*  
إشراف أ.د. / هويدا مصطفى\*\*  
أ.د. / شيماء ذو الفقار\*\*\*

### مقدمة:

ساعد ظهور الأقمار الصناعية واستخدامها لأول مرة في مجال الاتصالات عام 1962<sup>(1)</sup>، في إمداد الإعلام بقدرات كبيرة غير مسبوقة خاصة على الصعيد النمو الهائل في عالم القنوات الفضائية التلفزيونية، وكانت مصر من أوائل دول المنطقة في إدخال الإرسال التلفزيوني؛ حيث كانت نشأته في مصر إيداناً بحدوث تحولات كبيرة في المجتمع وحياة الأفراد حيث قام التلفزيون المصري بدور حضارى بدأ من خلاله نافذة إعلامية مرئية لعمالقة الفكر والعلم والفن والأدب والدين والرياضة.. إلى غير ذلك من المجالات<sup>(2)</sup>، وقد ساهمت القنوات الفضائية المصرية في السنوات الأخيرة بشكل ملحوظ في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات حول الأحداث الجارية محلياً، إقليمياً وعالمياً، كما لعبت دوراً ملموساً في تغيير اتجاهات وراء وتفاعلات الجمهور المصري مع هذه الأحداث وهو ما اتضح جلياً في ثورة 25 يناير، ثم ثورة 30 يونيو، حيث يبلغ الآن عدد محطات البث التلفزيوني في مصر (243) محطة، ويبلغ عدد قنوات التلفزيون العامة والإقليمية والفضائية والمتخصصة (24) قناة، وعدد القنوات التلفزيونية الخاصة (101) قناة، والجدير بالذكر أن (68) قناة هو إجمالي عدد القنوات التلفزيونية الخاصة الصادر لها قرار مزاولة منذ بدء المنطقة الحرة العامة الإعلامية، وذلك حتى 2010/2009، إلى أن وصل العدد 2013/2012 إلى (101) قناة موزعة ما بين (99) قناة فضائية وقناتين إذاعيتين<sup>(3)</sup>.

\* باحثة دكتوراه

\*\* عميد المعهد العالي للإعلام بالشروق

\*\*\* أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون

وكان لظهور هذه القنوات تأثيراً واضحاً على القنوات التليفزيونية الحكومية القائمة بالفعل والتي حاولت مجاراة هذا التطور حتى لا تفقد دورها تماماً في الشارع المصرى وذلك من خلال أنماط مشابهة فيما يتعلق بشكل البرامج ومحتواها خاصة مع طرح قضية تحرير وسائل الإعلام من السيطرة الحكومية والتي تعد إحدى القضايا المطروحة على الساحة العربية فى ظل توجه معظم الدول العربية إلى التحرر الاقتصادى والتعددية السياسية فى محاولة لمجاراة طوفان العولمة التى تشهدها المجتمعات الحديثة<sup>(4)</sup>، حيث يلعب الإعلام دوراً محورياً فى تشكيل الرأى العام فى المجتمعات بصفة عامة رغم حالة التباين فى النظم السياسية وأنظمة الحكم السائدة فى الدول المختلفة التى تحدد طبيعة الدور والمسؤوليات التى تقع على كاهل الإعلام. فالنظم الديمقراطية بشكل عام تعمل على توفير بيئة مواتية لدور تنويرى وناقد لإعلامها باعتباره يمثل "عين الجمهور" التى تراقب وتساءل السلطات التنفيذية فى تلك الدول وتعمل على نشر الوعى المجتمعى إزاء القضايا التى تهم تلك المجتمعات<sup>(5)</sup>، فالإعلام وعلى مدى تطور مراحلها المختلفة، يمثل الرافعة وقاعدة القوة والتأثير فى المجتمعات والتحولت السياسية والفكرية، وشكل التفاعل بين النخب وأساليب الاتصال المختلفة الوسيلة الفاعلة لصياغة الرأى العام وتفعيله فى المجتمعات، ويبرز هذا الدور اليوم بوجه أكثر وضوحاً فى تطور إمكانات التواصل<sup>(6)</sup>.

#### مشكلة الدراسة:

شهدت البرامج الحوارية الجماهيرية فى مصر خلال الأعوام الأخيرة طفرة فى مساحات إبداء الرأى وحرية التعبير وهو ما ساهم فى رفع وعى الجمهور المصرى بما يحيط بهم من أحداث وهو ما كان له انعكاس على ثورة 25 يناير 2011 وما تلاها من أحداث وصولاً لثورة 30 يونيو 2013.

ولذلك تتمحور مشكلة هذه الدراسة فى التعرف على المعالجة البرمجية بالفضائيات الخاصة للأحداث الجارية خلال الفترة الراهنة بما تمثله من أهمية خاصة للمجتمع المصرى والتى يطغى عليها تناول القضايا السياسية محور الدراسة الحالية، خاصة فى ظل الانتقادات الموجهة للبرامج الحوارية التليفزيونية فى السنوات الأخيرة، ومع

الأخذ في الاعتبار أن البرامج الحوارية فى القنوات الخاصة وفقاً للدراسات السابقة وكذلك استطلاعات الرأى وبحوث المشاهدين هى الأعلى متابعةً من قبل الجمهور المصرى، وبالتالي هى الأكثر تعرضاً للانتقاد.

#### أهمية الدراسة:

1- تعدد البرامج الحوارية التليفزيونية لاسيما على المستوى المحلى والدور المتنامى لهذه البرامج فى إمداد الجمهور المصرى بالمعلومات على الساحة المحلية والدولية خاصةً بعد ثورتى 25 يناير 2011 و30 يونيو 2013، مما يستوجب ضرورة دراسة وتقييم هذه البرامج نظراً لخطورة المرحلة التى تعيشها البلاد والدور المهم لهذه البرامج والذى يمكن أن يؤثر على مسار التحول الديمقراطى المصرى.

2- على الرغم من إجراء عدد محدود من الدراسات حول البرامج الحوارية إلا أن هذه الدراسات لم تتطرق بشكل مفصل لكيفية توظيف النخب فى مناقشة القضايا المختلفة التى تقدمها البرامج، لذا فى مجال الدراسة سيتم التطرق لطبيعة الصفوة التى تمت استضافتها باعتبارهم من أكثر فئات المجتمع إطلاعاً ومتابعةً للأحداث الجارية على المستوى المحلى والعالمى ووجهات نظرهم.

3- الاستفادة من نتائج الدراسة فى تطوير البرامج الحوارية التليفزيونية بشكل عام .

#### أهداف الدراسة:

1- التعرف على طبيعة القضايا المجتمعية التى تُعالجها البرامج الحوارية التليفزيونية عينة الدراسة.

2- التعرف على كيفية توظيف الصفوة فى مناقشة القضايا المجتمعية التى تقدمها البرامج الحوارية.

3- الخروج بتوصيات من خلال نتائج الدراسة الحالية لتطوير البرامج الحوارية حتى تُقدم على الوجه الأمثل والذى من شأنه خدمة جمهور المشاهدين من خلال تقديم خدمة إعلامية سليمة.

### الدراسات السابقة:

دراسة (العجيلي عصمان سرگز، 2014)، بعنوان (البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية الليبية)<sup>(7)</sup>، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة (47%) من عينة الدراسة أعضاء هيئة تدريس جامعة الزاوية، أقرت بالتزام البرامج الحوارية السياسية عينة الدراسة بقواعد الحوار بشكل قليل وقليل جداً، أما عن أهداف الحوار، تبين أن نسبة (62.7%) من عينة الدراسة ترى أن هذه البرامج الحوارية تسعى لإظهار الحقيقة، تلاه نسبة (34.9%) من العينة التي ترى أن هذه البرامج تهتم بالترويج لأجندة معينة.

أما دراسة (Nabila Naz وآخرون، 2014)، فجاءت حول (دور البرامج الحوارية في رفع الوعي السياسي بين الشباب)<sup>(8)</sup>، وتبين من نتائج الدراسة أن غالبية الشباب يتمتعوا بسهولة الوصول لمختلف وسائل الإعلام، ولديهم إدراك بمفهوم الوعي السياسي، وغالبيتهم يفضلون مشاهدة البرامج الإخبارية وخاصة البرامج الحوارية، مؤكدين أن وسائل الإعلام بشكل عام تعد مصدراً رئيسياً للمعلومات عن السياسة. وحول أهمية البرامج الحوارية بالقنوات التلفزيونية جاءت دراسة (SamiaRahman, Syed MahfujulHaqueMarjan، 2014)، بعنوان (تأسيس البرامج الحوارية في القنوات الفضائية ببنجلاديش: تصورات ووجهات نظر الجمهور)<sup>(9)</sup>، وتناولت هذه الدراسة مع مشاهدي القنوات وجهة نظرهم بخصوص تأسيس البرامج الحوارية التي تظهر في القنوات التلفزيونية الفضائية ببنجلاديش، وكشفت نتائج الدراسة أن (98%) من المشاهدين يتابعون البرامج الحوارية بانتظام، وجاءت نسبة (80%) يعتقدون أن هذه البرامج يمكن استغلالها لصالح أجندة أصحاب المحطات التي تذاق من خلالها، وأن نسبة (52%) فقط من العينة ترى أن مقدمي البرامج الحوارية يلعبون دور محايد، وترى نفس النسبة أن البرامج الحوارية قد تساهم في حل الأزمات السياسية في البلاد.

أما دراسة (حنان صلاح عبد العليم جوهر، 2012) فجمعت ما بين شقى برامج الرأي باعتبارها أحد أهم أشكال البرامج الحوارية في السنوات الأخيرة والنخبة، وجاءت حول (التفاعلية في برامج الرأي بالقنوات الفضائية المصرية وعلاقتها بأداء القائم

بالاتصال من وجهة نظر النخبة، دراسة تطبيقية)<sup>(10)</sup>، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين مضمون الفقرة وبين التفاعلية المتاحة في برامج الرأي عينة الدراسة، ووجود علاقة ارتباطية بين الإمكانيات التفاعلية التي تم الإعلان عنها أثناء الفقرة وبين التفاعلية المتاحة في برامج الرأي، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين الزمن المخصص للفقرة وبين التفاعلية المتاحة في برامج الرأي، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين التفاعلية في برامج الرأي عينة الدراسة وبين مستوى أداء القائم بالاتصال في تلك البرامج، كما تم التوصل إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى توافر التفاعلية في برامج الرأي بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية عنها في القنوات الخاصة.

وعن الأدوار المتعددة للبرامج الحوارية جاءت دراسة (هدى مالك شبيب، 2012)، حول (التسويق في البرامج التلفزيونية الحوارية Oprah Show: دراسة تحليلية)<sup>(11)</sup>، وتوصلت النتائج إلى أن هناك إقبال كبير من المعلنين على توظيف البرامج الحوارية في تسويق العديد من الأفكار والسلع والشخصيات.

وفي محاولة للتعرف على رأي النخبة الإعلامية الأكاديمية والممارسة للمهنة حول كيفية تطوير البرامج الحوارية جاءت دراسة (وسام نصر، 2012) بعنوان (رؤية مستقبلية لتطوير برامج الحوار الجماهيرية المقدمة بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة بعد ثورة 25 يناير)<sup>(12)</sup>، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين نوع النخبة الإعلامية ومعدل المتابعة لكل من برامج الحوار الجماهيرية المقدمة في القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة؛ حيث إن النسبة الأكبر من النخبة بنوعها تتابع البرامج المقدمة بالقنوات الحكومية أحياناً، والبرامج المقدمة في القنوات الخاصة بصفة دائمة، وقد يرتبط ذلك بتفضيل النخبة بنوعها في المقام الأول لبرامج الحوار الجماهيرية المقدمة في القنوات الخاصة، كما تبين عدم وجود علاقة بين نوع النخبة وطبيعة التقييم لمعدل التغير الإيجابي في الأداء والتناول الإعلامي المتبع حالياً ببرامج الحوار الجماهيرية المقدمة بالقنوات التلفزيونية الحكومية وكذلك الخاصة، كما أشارت النتائج إلى أن معدلات توافر المعايير

المهنية لبرامج الحوار الجماهيرية المقدمة بالقنوات الخاصة بعد الثورة أفضل عنه في القنوات الحكومية، وذلك حسب تقييم النخبة.

وفى إطار البحث عن كيفية تنفيذ البرامج الحوارية لدورها تناولت دراسة ( **Eva De Smedt** ، 2012)، (الاحترافية فى البرامج الحوارية السياسية: أداء الصحفيين فى تهيئة النقاشات التى سبقت الانتخابات)<sup>(13)</sup>، وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج الحوارية السياسية اعتمدت على المحاورين الصحفيين والشخصيات العامة بشكل واضح، كما أن هذه النوعية من البرامج يفضل أن تكون مذاعة على الهواء، حيث تعتمد على استوديوهات تتيح التفاعل بين الجمهور والمحاورين والضيوف، ولكن تلك البرامج قد تواجه مشكلة قانونية حيث يحدث أحياناً بعض العدائية والخروج عن النص بألفاظ قد يعاقب عليها القانون وهو ما يحد من احترافية البرامج الحوارية السياسية.

وفى إطار متصل جاءت دراسة ( **Emily K. Vraga** ، وآخرون، 2012)، بعنوان (المراسل، الهزلى والمقاتل: عواقب أسلوب المضيف فى البرامج الحوارية السياسية)<sup>(14)</sup>، وتوصلت الدراسة إلى أن المصداقية من أهم العوامل التى تؤثر فى إدراك الجمهور لأسلوب المضيف، فالمصداقية تحول أى أسلوب للمضيف إلى أسلوب مقبول للجمهور. كما أن أسلوب المراسل فى بعض البرامج لا يؤدي إلى خفض انتباه الأفراد أو الاستمتاع بالبرنامج، والتحول من أسلوب المراسل إلى الأسلوب الكوميدي أو الهجومي عامل مؤثر فى المصداقية، وبين الأساليب الثلاثة كان أسلوب المراسل هو الأفضل فى إدراك الجمهور للمصداقية فى البرامج الحوارية السياسية، ولكن الجمهور الأصغر سناً أكثر تأثراً أو تفضيلاً لأسلوب المناضل أو المهاجم للضيوف.

أيضاً اهتمت دراسة ( **Gotlieb, Melissa** ، وآخرون، 2012) ببحث (تأثيرات مناقشات البرامج الحوارية السياسية على تعبئة المواطنين لتطبيق منهج تجنب الدافع)<sup>(15)</sup>، وتوصلت إلى أن النقاش بين الضيوف الغير مدنيين ينتج عنه عواطف سلبية وتفاعل مع أسلوب المضيف فى التأثير على احتمالية مشاركة الجمهور السياسية، فعندما يكون المضيف قادر على إدارة النقاش فإن ذلك يرتبط ارتباطاً

إيجابياً بحث المواطنين على المشاركة السياسية، ولكن عندما يكون المضيف عدوانى فإنه يثير اللامبالاة بين المواطنين؛ إذ أظهرت النتائج أن المشاركة السياسية للمبحوثين تنخفض عندما يكون المحاور عدوانى.

وتناولت دراسة (هالة الساج، 2012) بعنوان (تحليل الخطاب: الضمائر الشخصية في برنامج أوبرا وينفري واستضافة الملكة رانيا ملكة الأردن)<sup>(16)</sup>، وبالتركيز على خصائص الحوار وتحليل نص الحلقة للتحقق من الضمائر الشخصية التي تستخدمها أوبرا وينفري وضيفتها الملكة رانيا خلال الحوار التلفزيوني والتي لها مدلولها الثقافي الخاص بكلا الطرفين والتي أثبت علماء اللغة والأنثروبولوجيا وجود تأثيرات لغوية لها في سياقات محددة والتي يترتب عليها قوة وضعف التفاعل بين الأطراف المتبادلة للحديث، أشارت النتائج إلى أنه باستخدام الضمائر، أوبرا وينفري تتسم بالثبات لتمثل نفسها وغيرها، وتثبت أن اختيار الكلمات وتحديد الضمائر هي واحدة من العوامل الرئيسية في الحفاظ على التبادل الجيد في الحوارات النشطة أو الإيجابية، ويلاحظ أن الضمائر الشخصية "أنت" و"أنا" هي من الموضوعات الأكثر استخداماً في كلام أوبرا وينفري، علماً بأن الضمائر الشخصية تستخدم للإشارة بالنسبة للمشاركين بأن هناك حكم من قبل المتكلم مما يساعد على تعزيز الفكرة وتنشيطها في ذهن الجمهور.

أما دراسة (Soares, clair, 2012) بعنوان (بيئة التكنولوجيا فى البرامج الحوارية التليفزيونية)<sup>(17)</sup>، فتوصلت إلى وجود تطور تكنولوجى فى البرامج الحوارية؛ إذ أصبح البرنامج الحوارى مع مرور السنوات أكثر تركيزاً على الموضوعات التي تحمل صبغة عالمية الأمر الذى يساعد فى تقديمه المنتج والمضيف.

أما دراسة (شيرين عوض خليل عوض، 2011) حول (اعتماد الجمهور العربى على البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية العربية فى تشكيل معارفه نحو قضايا المرأة)<sup>(18)</sup>، فأتضح من خلال نتائج الدراسة أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل مشاهدة البرامج الحوارية ودرجة الاعتماد كمصدر للمعرفة، وتبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل حجم التعرض للبرامج الحوارية ومستوى المعرفة، بالإضافة لوجود علاقة ارتباطية بين درجة الثقة فى المعلومات ومستوى

المعرفة، كما توجد علاقة إرتباطية بين معدل الدوافع للجمهور ودرجة الاعتماد كمصدر للمعلومات.

وتناولت دراسة (ABDUL REHMAN MADNI وآخرون، 2011) بعنوان (تأثير التعرض للبرامج الحوارية التي تتناول الشؤون الجارية، وإدراك المشاهدين لمفهوم دور البرامج وأسلوب العرض: دراسة حالة على مدينة سرجودا)<sup>(19)</sup>؛ حيث يتسم الإعلام الباكستاني بالحيوية، والشكل الأكثر أهمية هو القنوات التليفزيونية الخاصة، وأوضحت النتائج أن هناك دور متعدد الأبعاد للبرامج التي تتناول الشؤون الجارية من حيث الإعلام، والتربية وصياغة الرأي العام، والتي لها أثرها الكبير على السياسة، والقيم الاجتماعية، وأساليب الحياة المتبعة من قبل الأفراد، والعلاقة بين الجماهير والسياسة الخارجية.

وعن تطور أساليب تقديم البرامج الحوارية جاءت دراسة (Goran Eriksson، 2011) بعنوان (أداء السياسيين "الاعتياديين" في المقابلات الحوارية)<sup>(20)</sup>، وتوصلت النتائج من خلال تحليل ثمانى مقابلات لبرنامج حوارى سويدي "سين كفال ميد لوك" وهو مايعنى "آخر الليل مع لوك"، إلى أن المشاركين يتكيفون مع الطريقة العادية في الحديث عن الأحداث والخبرات والأفضليات وغيرها، وهو ما يسميه "ساكس" (1984) "مهمة كونه شخص عادي"، ويتمثل النمط الثاني من الاهتمامات في نظام "يأخذ دوره" فى التشابه بينه وبين المحادثة العادية، وتعد الدردشة والنكت والضحك سمات مهمة للشعور اليومي بالحوار، كما يستخدم المضيف والضيف الكفاءات التواصلية التي نتصورها عادة كتلك الكفاءات المستخدمة في المحادثات بين الأصدقاء، وأنهم يميلون للظهور كما لو أنهم يتصرفون أشبه بأنفسهم.

أما دراسة (محمد عبده محمد بدوى، 2010)، جاءت حول (دور برامج الرأى بالقنوات الفضائية العربية فى دعم ثقافة الحوار بين الجمهور العربى)<sup>(21)</sup>، وتوصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة من حيث درجة الاتصال الشخصى والاتجاه نحو مستوى ثقافة الحوار فى برامج الرأى بالفضائيات العربية، كما توصلت إلى أنه كلما زاد الاتجاه الإيجابى نحو مستوى



ثقافة الحوار فى برامج الرأى العربىة زاد الاتجاه نحو مستوى ثقافة الحوار فى الواقع الفعلى.

وأيضاً حول برامج الرأى تناولت دراسة (ياسمين سعيد محمد عبد المنعم، 2010)، (دور برامج الرأى بقناة مصر الإخبارية فى تكوين المعرفة عن القضايا العامة لدى الجمهور المصرى، دراسة ميدانية تحليلية)<sup>(22)</sup>، وتوصلت الدراسة إلى احتلال التليفزيون المرتبة الأولى كوسيلة للحصول على المعلومات عن القضايا العامة لدى الجمهور المصرى كما تم التوصل إلى اعتماد برامج الرأى بقناة مصر الإخبارية على المناقشات بالنسبة الأكبر. واتضح أن برامج الرأى بقناة مصر الإخبارية تحاول الاعتماد على ضيوف مستقلين وإن كان لهم فى كثير من الأحيان وجهة نظر الإغلبية، وهو ما يرتبط بما توصلت إليه الدراسة فى أن برامج الرأى بالقناة تحاول دائماً اتخاذ الاتجاه المحايد ثم تلجأ إلى الاتجاه المؤيد فى قضايا محددة عادةً تحمل وجهة نظر الدولة، كما تم التوصل إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية ضعيفة بين مدى الاعتماد على برامج الرأى بقناة مصر الإخبارية فى الحصول على معلومات حول القضايا العامة، ومستوى معرفة الجمهور المصرى عينة الدراسة.

أما دراسة (Rameez Ahmed، 2010) بعنوان (دور البرامج الحوارية الإخبارية فى خلق الفاعلية السياسية بين الشباب)<sup>(23)</sup>، وتوصلت نتائجها إلى أنه كان هناك تأثير قوى من قبل البرامج الحوارية الإخبارية على فاعلية الفرد، وأن الفاعلية السياسية من قبل مشاهدي البرامج الحوارية الإخبارية استندت إلى وجود مستوى عالى جداً من الوعى السياسى والمشاركة السياسية بين الشباب المتعلم. وتبين أن المبحوثين الذين يشاهدون البرامج الحوارية الإخبارية المتعلقة بالتنشئة الاجتماعية لديهم تواجد أفضل من أولئك الذين لا يشاهدونها.

ودراسة (Mary McHugh، 2009) حول (تأثير البرامج الحوارية المباشرة المسائية على نتائج سباق الانتخابات الرئاسية لعام 2008)<sup>(24)</sup>؛ حيث كشفت هذه الورقة البحثية عن أنه لهذه العروض الكوميديية الساخرة تأثير على الانتخابات ونتائجها خلال الفترة الانتخابية البالغ مدتها ستة أسابيع فى الفترة 2007-2008، وتعد الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2008 تاريخية حيث خلقت هذه العوامل

الثلاثة (العرق، والعمر، والجنس) للمرشحين المشاركين فرصة تاريخية في الازدهار لما أتاح لمختلف وسائل الإعلام مادة وفيرة ومرنة قابلة للاستخدام بشكل زائف وساخر في كثير من البرامج المسائية المباشرة المسماة بالتوك شو، على سبيل الذكر مثل التقارير الإخبارية "لدلي شو" وكذلك "كولبير" اللذان اعتمدا في تغطيتهما الإخبارية الإعلامية للانتخابات والمرشحين على إبراز روح الدعابة بطرق مختلفة للجمهور الذي اتضح استقائه للمعلومات والأخبار بهذا النهج غير التقليدي والذي يختلف عن ما هو متبع ويذاع في وكالات الأخبار اليومية، حيث كان لمثل تلك البرامج أثر كبير في تشكيل وجهة نظر الجمهور حول الناخبين حيث كانت مرآة كاشفه لكلا المرشحين والمسئولين عن الحملات الانتخابية.

ودراسة (NicoCarpentier, WimHannot، 2009) بعنوان ( لتكون بطلاً مشهوراً: التوازن غير السهل بين العادية والاعتيادية في المواقف الموضوعية الوسيطة بين الأشخاص العاديين في البرنامج الحوارى جان بابليك)<sup>(25)</sup>، ففي البرنامج الحوارى "جان بابليك" تم السماح للأشخاص العاديين للدخول في وقت الذروة للبرنامج التليفزيونى المباشر لمناقشة قضية واحدة محددة لكل بث، وأشارت النتائج إلى أن الهوية تعد نسبية، وتوضع تجاه تحالف تكتلات السلطة المكون من مشاهير وخبراء وسياسيين وإعلاميين، ومن خلال هذه المواقف النسبية، يصبح الأشخاص العاديين بارزين في "جان بابليك" باعتبارهم مهمين، ولكن أيضا غير منظمين سياسيا، ودون سلطة، وغير معروفين، وعفويين وغير واعين.

أما دراسة (ريهام سامى حسين يوسف، 2008) بعنوان (دور البرامج الحوارية فى القنوات الحكومية والخاصة فى ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصرى)<sup>(26)</sup>، قد توصلت إلى وجود ارتباط إيجابى بين أجندة القضايا السياسية لدى الجمهور المصرى وأجندة القضايا المجتمعية فى البرامج الحوارية بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة.

ودراسة (رانيا أحمد، 2007)، حول (مدى اعتماد الشباب على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصرى)<sup>(27)</sup>، حيث جاءت البرامج الحوارية فى مقدمة المصادر التى يستقى منها الشباب معلومات عن مشكلات المجتمع المصرى بنسبة

(22.36%)، كما اتضح ارتفاع نسبة مشاهدة الشباب لبرامج الرأي؛ إذ بلغت نسبة المشاهدة دائماً (18%)، أحياناً (69.5%).

وتناولت دراسة (Jonathan S. Morris, Jody Baumgartner، 2006) بعنوان (تأثير البرامج الحوارية Talk Show: تقييمات المرشح السياسي، الفاعلية، والشباب الأمريكي)<sup>(28)</sup>، وأختبرت الدراسة آثار البرامج التلفزيونية الشعبية التي تسخر من الأوضاع السياسية على الشباب الأمريكيين، وكانت العينة برنامج "The Daily Show With Jon Stewart"، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن هذه النوعية من البرامج قد يكون لها آثار ضارة، حيث يدفع البرنامج محل الدراسة لخفض الدعم للمؤسسات السياسية والقادة مما يعزز عملية الميل نحو عدم المشاركة لدى بعض الأفراد.

أما دراسة (McGraw, Shannon k، 2006)، بعنوان (البرامج الحوارية التلفزيونية المسائية والبرامج السياسية الساخرة)<sup>(29)</sup>، فتوصلت إلى أن مشاهدة البرامج الحوارية ساهمت بالإيجاب في خلق صورة عن المرشحين السياسيين وإعطاء معلومات سياسية للمبحوثين وتشجيعهم علي حسم قرارهم بخصوص المشاركة بالتصويت في العملية الانتخابية.

وجاءت دراسة (إيمان عز الدين محمد دوابة، 2005) حول (دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام)<sup>(30)</sup>، وتوصلت النتائج إلى أن أكثر القوالب الحوارية التلفزيونية المستخدمة في البرامج عينة الدراسة قالب "حوار داخل الاستوديو بين مذيع وضيف" كما بلغت نسبة عرض قضايا الطفولة في البرامج الحوارية (72.4%) من حيث طرحها بأسلوب مباشر في مقابل (27.6%) من حيث طرحها بأسلوب غير مباشر، وتمثلت أهم دوافع التعرض للبرامج الحوارية في "معرفة معلومات عن قضايا الطفولة" وذلك بنسبة (30.5%).

ودراسة (عبد الرحمن الشامي، 2005) حول (برامج الرأي في الفضائيات العربية: دراسة حالة لبرنامج منبر الجزيرة)<sup>(31)</sup>، وقد توصلت الدراسة إلى وصول عدد مشاركات الجمهور في برنامج منبر الجزيرة إلى (971) مشاركة، حيث كانت من

خلال الهاتف بنسبة (84.2%)، البريد الإلكتروني (12.4%)، والمشاركة من خلال الفاكس بنسبة (3.4%)، كما اتضح ارتفاع مشاركة الذكور عن الإناث بفارق كبير، حيث كانت نسبة مشاركة الذكور (95.7%) مقابل (4.3%) للإناث.

ودراسة (جيلان محمود عبد الرازق شرف، 2004) بعنوان (أساليب تغطية القضايا فى برامج الرأى المذاعة على الهواء (Talk Shows) فى القنوات الفضائية العربية)<sup>(32)</sup>، والتي توصلت إلى اهتمام القنوات الفضائية الحكومية العامة محل الدراسة والتي لاتمثل القنوات المصرية فقط بل العربية بوجه عام، اهتمامها ببث برامج رأى بنسبة (39.2%)، وتحديداً اهتمت ببث برامج رأى من نوع الإخبارية والمعلومات بنسبة (50%). وقد احتلت القضايا الإقليمية الصدارة ضمن اهتمامات برامج الرأى فى القنوات الفضائية العربية محل الدراسة بنسبة (38.1%)، وشارك المواطن العادى فى القضايا المطروحة فى برامج الرأى فى القنوات الفضائية محل الدراسة بنسبة (82.9%)، ومن أكثر الأساليب المستخدمة فى تفاعل الجمهور المشارك فى البرنامج (الاتصالات الهاتفية)، وقد اعتمدت برامج الرأى فى القنوات الفضائية العربية على الاستمالات العاطفية والمنطقية معاً لمخاطبة الجمهور بنسبة (51.2%). كما اتضح من خلال نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحطة المنتجة لبرامج الرأى فى القنوات الفضائية العربية محل الدراسة والمشاركة الجماهيرية.

أما دراسة (NojinKwak، 2004) تناولت (العلاقة بين البرامج الحوارية التلفزيونية والمشاركة السياسية بين الشباب الصغار)<sup>(33)</sup>؛ حيث تناولت هذه الدراسة استخدام البرامج الحوارية التلفزيونية فى المعرفة المعلوماتية السياسية، وخاصةً البرامج الحوارية التي تقدم فى وقت متأخر من الليل، ووجد أن لها تأثيراتها على المتغيرات الثلاثة وهي اكتساب المعرفة السياسية، والثقة السياسية، والتصويت المحتمل. وأشارت النتائج إلى أن استخدام البرامج الحوارية التي تقدم فى وقت متأخر كان لها صدارة التأثير فى تحقيق التفاهم السياسي أكثر من إحداث تأثير فى عملية تعزيز فاعلية العملية السياسية والحد من انعدام الثقة السياسية بين الشباب البالغين. كما توصلت النتائج إلى سلبية العلاقة بين مشاهدة هذه البرامج الحوارية التي تقدم فى

الوقت المتأخر وتقييم احتمال التصويت والذي كان أكثر وضوحاً بين الشباب الذين اعتبروا المشاهير والنخب جديرة بالثقة ومقنعة.

وبالعودة للمزج بين برامج الرأي والصفوة جاءت دراسة (وليد فتح الله بركات، 2003) بعنوان (تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي القنوت التلفزيونية العربية)<sup>(34)</sup>، وتوصلت نتائج الدراسة إلى احتلال الأخبار صدارة البرامج المفضلة لدى عينة البحث بنسبة (92.5%)، كما توصلت إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين درجة حكم المبحوثين على (أهمية الموضوعات) المقدمة فى برامج الرأي بالقنوت التلفزيونية العربية وبين (نوع المبحوث)، ولكن أثبتت النتائج وجود علاقة بين درجة حكم المبحوث على (مساحة الحرية) المتاحة فى برامج الرأي بالقنوت التلفزيونية العربية وبين (سن المبحوث)، بالنسبة للتلفزيون المصرى فقط.

أما دراسة (Jason Middle، 2003) جاءت بعنوان (البرامج الحوارية التلفزيونية والتسلسلات الهرمية الثقافية)<sup>(35)</sup>، والتي حاولت استكشاف كيفية تمكن أفراد الجمهور من التمييز بين أنواع البرامج الحوارية من خلال ما تثيره من قضايا وموضوعات، وظهر ذلك من خلال نتائج المسح الكيفي لمشاهدي التلفزيون، وتوصلت الدراسة إلى أن هذا النوع من التمييز يرتبط بمفاهيم تتعلق بالهوية والتسلسل الهرمي للقيمة الثقافية.

ودراسة (Nabi, Robin & Hendriks, Alexandra، 2003) بعنوان (التأثير الإقناعى للقطات ردود الأفعال لكل من المقدم والجمهور فى البرامج الحوارية التلفزيونية)<sup>(36)</sup>، وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج الحوارية تستطيع أن تجعل المشاهدين يتخذون اتجاهاً إيجابياً فيما يتعلق بموضوع ما من خلال اللقطات التلفزيونية لردود الفعل الإيجابية لكل من مقدم البرنامج والجمهور داخل الاستوديو. وحول تطورات البرامج الإخبارية تناولت دراسة (Wittebols, james، 2003)، (تطور الأخبار التلفزيونية إلى الشكل البرامجي)<sup>(37)</sup>، وتوصلت نتائج الدراسة إلى انتقال البرامج الحوارية الإخبارية بقناتى CBS و ABC من اتجاه الخدمة العامة إلى اتجاه الترفيه والذي يؤثر على الطريقة التى تقدم بها البرامج الحوارية الإخبارية، كما تم التوصل إلى اتجاه البرامج الحوارية إلى أسلوب البناء الدرامى وأساليب السرد

تماماً مثل باقى الأنواع من البرامج التليفزيونية. واتضح زيادة تأثير الإعلان على تلك البرامج حتى أن الأخبار اعتبرت بمثابة الماركة التى يروج لها. وعلى صعيد المرسلين اتضح أن تواجدهم كان مختلفاً؛ إذ أصبح لهم وجود واضح فى الأخبار وفى البرامج الحوارية، ومع استمرار وجودهم أصبحوا شخصيات بارزة مشهورة، وبعضهم أصبح يقدم البرامج الحوارية منفرداً، وهذه التطورات فى البرامج الحوارية على المستوى المحلى أدت إلى الاتجاه للاستعانة بخبراء الأخبار والاعتماد على بحوث التسويق.

أما دراسة (Rossler, Patric & Brosius, Hans, 2001) تناولت تساؤل تم طرحه من خلال عنوان الدراسة والذى تمثل فى (هل البرامج الحوارية تشكل نظرة المراهقين للواقع تجربة تعرض لفترة طويلة)<sup>(38)</sup>، وفى هذا الإطار اتضح أن المبحوثين الذين تعرضوا إلى وجهات نظر مختلفة حول الموضوعات التى تناولتها البرامج الحوارية قدموا معلومات متنوعة حول نفس الموضوعات محل النقاش، وهو ما يؤكد تأثير البرامج الحوارية على المراهقين.

#### تساؤلات الدراسة:

- ما طبيعة القضايا المجتمعية التى تم تناولها فى البرامج عينة الدراسة؟
- ما معدل تناول البرامج الحوارية عينة الدراسة للقضايا المجتمعية؟
- ما الأشكال البرمجية التى تناولت القضايا المجتمعية من قبل البرامج عينة الدراسة؟
- ما أبرز تخصصات الضيوف التى ناقشت القضايا المجتمعية بالبرامج عينة الدراسة؟
- ما مدى ملائمة تخصصات الضيوف للقضايا محل النقاش؟

#### نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية Descriptive Studies والتى تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة.

### عينة الدراسة:

اختارت الباحثة عينة من البرامج الحوارية وهى (برنامج هنا العاصمة- برنامج 25-30 برنامج آخر النهار) ؛ حيث تبين من نتائج دراسة ميدانية أجرتها الباحثة أن برامج (هنا العاصمة، قناة "CBC"/ 25-30، قناة "ON TV"/ممكّن، " قناة "CBC"/ آخر النهار مع محمود سعد، "قناة النهار") احتلت أعلى نسب مشاهدة من قبل الصفوة المصرية عينة الدراسة .

### الإطار الزمني للدراسة:

أجرت الباحثة الدراسة التحليلية على البرامج الحوارية عينة الدراسة فى الفترة الزمنية من 1 مارس 2014 حتى 31 مايو 2014 .

### أداة جمع البيانات:

استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون على عينة من البرامج الحوارية التليفزيونية للتعرف على طبيعة الموضوعات والقضايا التى تتناولها هذه البرامج وكيفية المعالجة الإعلامية خلال فترة تطبيق الدراسة.

### إجراءات الصدق والثبات:

#### اختبار الصدق Validity:

استخدمت الدراسة أسلوب الصدق الظاهرى أى صدق المحكمين فتم عرض الاستمارة على مجموعة من أساتذة وخبراء الإعلام، وأجريت التعديلات التى أوصوا بها.

#### اختبار الثبات Reliability:

قامت الباحثة بالاستعانة باثنين من المرمرزين الباحثين فى مجال الإعلام لتحليل نسبة (5%) من المادة الإعلامية عينة الدراسة بنفس الوحدات والفئات بعد توضيحها لهم لمعرفة نسبة الاتفاق فى التحليل والتأكد من ثبات الاستمارة؛ حيث تم الاعتماد على (معادلة ثرستون) لمعرفة نسبة الاتفاق، وهى:-

الثبات = عدد مرات الاتفاق بين كل اثنين من المرمرزين

عدد الحالات الكلية

## معالجة البرامج الحوارية التليفزيونية بالفضائيات المصرية الخاصة للقضايا المجتمعية

وللحصول على عدد الأزواج الذي سيتم المقارنة على أساسه:-

$$n(1 - 2) \div 2 = \text{عدد المرشحين}$$

وبفرض أنه سيُرمز إليهم بالرموز أ، ب، ج فإن الاتفاق بين كل من:-

$$أ، ب = 0.69 / ب، ج = 0.892 / أ، ج = 0.873$$

فإن الوسيط بعد ترتيب القيم تصاعدياً يصبح 0.892، وهي نسبة مقبولة لتطبيق الاستمارة.

### نتائج الدراسة:

تبين من نتائج التحليل أن إجمالي القضايا والموضوعات التي تمت معالجتها 1489 قضية، وذلك على مستوى البرامج الثلاثة عينة الدراسة، وعلى صعيد النتائج التفصيلية فجاءت كما يلي:-

### جدول رقم (1)

نوعية القضايا المتعلقة بالمجتمع المصري والتي تناولتها البرامج الحوارية عينة الدراسة

نوعية القضايا	ك	%
القضايا السياسية	622	41,8
القضايا الاقتصادية	225	15,1
القضايا الأمنية	208	14
القضايا الاجتماعية	160	10,7
القضايا الثقافية والفنية والإعلامية	82	5,5
القضايا القانونية	72	4,8
القضايا الصحية	40	2,7
القضايا التعليمية	25	1,7
القضايا الدينية	18	1,2
القضايا العلمية والبحثية	14	0,9
القضايا الرياضية	13	0,9
القضايا البيئية	5	0,3
القضايا السياحية والأثرية	5	0,3
الإجمالي	1489	100

يتضح من بيانات الجدول رقم (1) أن (القضايا السياسية) جاءت في مقدمة القضايا التي ناقشتها البرامج الحوارية عينة الرصد والتحليل وذلك بنسبة (41,8%)، تلاه في المرتبة الثانية (القضايا الاقتصادية) بنسبة (15,1%)، تلاه



## معالجة البرامج الحوارية التليفزيونية بالفضائيات المصرية الخاصة للقضايا المجتمعية

في المرتبة الثالثة (القضايا الأمنية) بنسبة (14%)، ثم في المرتبة الرابعة جاءت (القضايا الاجتماعية) بنسبة (10,7%)، وفي المرتبة الخامسة جاءت (القضايا الثقافية والفنية والإعلامية) بنسبة (5,5%)، ثم في المرتبة السادسة جاءت (القضايا القانونية) بنسبة (4,8%)، وكانت أقل القضايا مناقشة هي كل من (القضايا البيئية وكذلك السياحية والأثرية) بنسبة (0,3%) لكلٍ منهما.

### جدول رقم (2)

#### مستوى تناول البرامج الحوارية عينة الدراسة لقضايا المجتمع المصري

اسم البرنامج	ك	%
آخر النهار	830	55,7
هنا العاصمة	460	30,9
25-30	199	13,4
الإجمالي	1489	100

يتضح من بيانات الجدول رقم (2) أن برنامج (آخر النهار) كان في مقدمة البرامج الحوارية عينة الدراسة من حيث تناول القضايا المجتمعية على مدار فترة الرصد والتحليل وذلك بنسبة (55,7%) من إجمالي القضايا المثارة في عينة الرصد، تلاه برنامج (هنا العاصمة) بنسبة (30,9%) من الإجمالي السابق، وأخيراً في المرتبة الثالثة جاء برنامج (25-30) بنسبة (13,45%)، ويعود ذلك من واقع متابعة الباحثة لهذه البرامج الثلاثة والرصد والتحليل لما يلي:-

- ارتفاع مدة البث لبرنامج آخر النهار عن البرنامجين الآخرين، حيث تبلغ مدته في الغالب ثلاث ساعات، أما البرنامجان الآخران تبلغ مدتهما حوالي ساعتين في المتوسط.

- أما عن السبب الثاني لهذا الاختلاف في معدل تناول، هو أن برنامج آخر النهار يعتمد في معالجته لقضايا المجتمع على تناول الخبري بشكل مرتفع عن البرنامجين الآخرين، وهو ما يجعل عدد القضايا المرصودة في هذا البرنامج أكثر من الآخرين، وإن كان يليه برنامج هنا العاصمة، علاوة على أن برنامج 25-30 تقوم فلسفته على التحليل والتفسير للقضايا أكثر من الرصد المجتمعي العددي للقضايا.

جدول رقم (3)

معدل تناول البرامج الحوارية لقضايا المجتمع المصري على مدار الفترة الزمنية للدراسة

الشهور	البرنامج	ك	النسبة محسوبة من إجمالي كل شهر	الإجمالي على مستوى كل شهر	%
إبريل	آخر النهار	305	51,3	595	40
	هنا العاصمة	180	30,3		
	25-30	110	18,4		
مارس	آخر النهار	291	55,5	524	35,2
	هنا العاصمة	155	29,6		
	25-30	78	14,9		
مايو	آخر النهار	234	63,2	370	24,8
	هنا العاصمة	125	33,8		
	25-30	11	3		
		الإجمالي		1489	100

يتضح من بيانات الجدول رقم (3) أن شهر (إبريل) كان في مقدمة الشهور للفترة الزمنية الخاصة بعينة الدراسة التحليلية التي تناولت قضايا المجتمع المصري خلال البرامج الحوارية الثلاثة عينة الرصد وذلك بنسبة (40%)، تلاه شهر (مارس) من حيث تناول البرامج بنسبة (35,2%)، وأخيراً شهر (مايو) بنسبة (24,8%) من حيث تناول البرامج، كما يتبين من الجدول أن برنامج آخر النهار كان في مقدمة البرامج الحوارية عينة الرصد من حيث تناول على مدار الشهور الثلاثة، تلاه برنامج هنا العاصمة في المرتبة الثانية، فأخيراً برنامج 25-30.

وفيما يتعلق بكل شهر على حده، فخلال شهر (إبريل) جاء في المقدمة برنامج (آخر النهار) بنسبة (51,3%)، تلاه برنامج (هنا العاصمة) بنسبة (30,3%)، ثم برنامج (25-30) بنسبة (18,4%)، والجدير بالذكر أنه تم تناول بعض القضايا خلال شهر إبريل والتي لم تظهر في الشهرين الآخرين؛ حيث كان هناك كثافة في تناول البرامج لأخبار رصد الجماعات الإرهابية والقبض عليها، وكذلك إعلان مصر جماعة الإخوان جماعة إرهابية، فضلاً عن الرفض المجتمعي والجدل بخصوص تدني المستوى الفني للأفلام السينمائية وكان مفجر هذه الأزمة هو فيلم حلاوة روح،

وكذلك تم خلال هذا الشهر رصد المظاهرات الطلابية العنيفة التي تسبق فترة الامتحانات والتهديد بوقف العملية الانتخابية.

أما عن معدل تناول خلال شهر (مارس)، فقد جاء في المقدمة برنامج (آخر النهار) بنسبة (55,5%)، تلاه برنامج (هنا العاصمة) بنسبة (29,6%)، ثم برنامج (25-30) بنسبة (14,9%)، علماً بأن معدل تناول شهر مارس نجده متقارباً مع شهر إبريل من حيث كم القضايا المرصودة به، إلا أنه في هذا الشهر برزت بعض القضايا التي انفرد بها، مثل انسحاب بعض الشخصيات العامة التي كانت متقدمة لخوض الانتخابات الرئاسية 2014، فضلاً عن مناقشة التعديلات التي تم إجرائها على قانون الانتخابات الرئاسية، والمظاهرات المطالبة بترشح المشير عبد الفتاح السيسي رئيساً لمصر، وكذلك إعلان المملكة العربية السعودية أن جماعة الإخوان جماعة محظورة، علاوة على قرار مجلس الوزراء بتحويل مقر الحزب الوطني الكائن أمام النيل إلى حديقة تابعة للمتحف المصري، وكذلك التكتيف الإعلامي بشكل عام لتقييم أداء حكومة المهندس إبراهيم محلب خلال هذه الفترة الحرجة، فضلاً عن تقييم رحلة المشير عبد الفتاح السيسي - وزير الدفاع - إلى روسيا؛ حيث إنه وقتها لم يكن رئيساً لمصر.

أما عن أبرز ملامح القضايا المثارة خلال شهر (مايو)، والذي كان أقلهم كماً، جاء في المقدمة برنامج (آخر النهار) بنسبة (63,2%)، تلاه برنامج (هنا العاصمة) بنسبة (33,8%)، ثم برنامج (25-30) بنسبة (3%)، فكان تناول المكثف لملف الانتخابات الرئاسية 2014، من حيث تناول آليات تصويت المصريين بالخارج، وكذلك تقييم آلية تصويت الوافدين داخل مصر، وكيفية المراقبة للانتخابات محلياً ودولياً، وتوقع النتائج الانتخابية من قبل المحللين السياسيين، فضلاً عن التقييم المستمر لتقييم أداء حكومة المهندس إبراهيم محلب الذي يقوم بجولاته لأجل تفقد أحوال المواطنين، إلى جانب رصد بعض أخبار الجماعات الإرهابية التي قامت خلال هذا الشهر بتسريب قائمة الاغتيالات للشخصيات العامة والإعلامية المصرية والعربية.

## معالجة البرامج الحوارية التلفزيونية بالفصائيات المصرية الخاصة للقضايا المجتمعية

ويجدر الإشارة إلى أن الملف الصحي والتعليمي كان مجال اهتمام البرامج الحوارية الثلاثة عينة الرصد خاصةً حالات العنف الطلابية التي تحدث بالجامعات ومن قبل المؤيدين لجماعة الإخوان ضد القائمين على العملية التعليمية في هذه الجامعات مما يحدث اضطرابات مستمرة تقطع سير العملية التعليمية، أما عن الملف الصحي فكان التركيز على تناول ملف التأمين الصحي، وبرز خلال شهر مايو أزمة مواجهة وزارة الصحة لانتشار فيروس كورونا، إلى جانب تناول المستمر لملف أزمة انقطاع الكهرباء خلال هذه الفترة، وإن زاد تناول لهذا الملف خلال شهر مايو، وأيضاً المحاكمات القضائية لكل من مبارك وأعوانه، وكذلك أعضاء جماعة الإخوان المسلمين.

### جدول رقم (4)

شكل تناول القضايا المجتمعية في البرامج الحوارية عينة الدراسة

الفقرة	البرنامج	ك	النسبة محسوبة من إجمالي كل شهر	الإجمالي على مستوى كل شهر	%
فقرة إخبارية	آخر النهار	571	57,7	989	66,4
	هنا العاصمة	302	30,6		
	25-30	116	11,7		
فقرة حوارية	آخر النهار	254	51,3	495	33,2
	هنا العاصمة	158	32		
	25-30	83	16,7		
فقرة شكاوي	آخر النهار	5	100	5	0,4
	هنا العاصمة	-	-		
	25-30	-	-		
الإجمالي					100

يتضح من بيانات الجدول رقم (4) أن عينة الدراسة من البرامج الحوارية الثلاثة تعتمد في تناولها لقضايا المجتمع المصري في المقدمة على (فقرة إخبارية) أي أن النسبة الأكبر من القضايا يتم استعراضها بشكل خبري في الفقرات الإخبارية المخصص لها فترة زمنية في كل برنامج، والتي تكون غالباً مدتها تقترب من الساعة يومياً في مقدمة البرنامج لاتباعها فقرة أو فقرتان حواريتان، وإن قلت هذه المدة في برنامج 25-30.

## معالجة البرامج الحوارية التليفزيونية بالفضائيات المصرية الخاصة للقضايا المجتمعية

فيأتي تناول القضايا من خلال (الفقرات الإخبارية) في المقدمة بنسبة (66,4%)، يليه في المرتبة الثانية تناول من خلال (الفقرات الحوارية) بنسبة (33,2%)، ليأتي في المرتبة الثالثة تناول من خلال (فقرة الشكاوى) بنسبة (0,4%)، مع الأخذ في الاعتبار بأن هذه الفقرة لم تظهر سوى في برنامج آخر النهار فقط.

ويلاحظ من بيانات الجدول السابق أن برنامج (آخر النهار) في مقدمة البرامج الحوارية عينة الرصد من حيث تناول (فقرة إخبارية) بنسبة (57,7%)، ومن حيث تناول (فقرة حوارية) بنسبة (51,3%)، ثم يأتي برنامج (هنا العاصمة) في المرتبة الثانية بنسبة (30,6%) من حيث تناول (فقرة إخبارية)، وبنسبة (32%) للتناول في (فقرة حوارية)، ثم يأتي برنامج (25-30) في المرتبة الثالثة من حيث تناول (فقرة إخبارية) وبنسبة (11,7%)، والتناول في (فقرة حوارية) وبنسبة (16,7%).

### جدول رقم (5)

#### القالب البرمجي لتناول قضايا المجتمع المصري في البرامج الحوارية عينة الدراسة

القالب البرمجي	البرنامج	ك	النسبة محسوبة من إجمالي كل شهر	الإجمالي على مستوى كل شهر	%
اتصال هاتفى أو عبر البث المباشر	آخر النهار	522	56,1	930	49,2
	هنا العاصمة	313	33,7		
	25-30	95	10,2		
حديث مباشر	آخر النهار	401	53,4	750	39,7
	هنا العاصمة	232	31		
	25-30	117	15,6		
تقرير مصور	آخر النهار	121	58,1	208	11,1
	هنا العاصمة	83	40		
	25-30	4	1,9		
		الإجمالي		1888	100

من الجدير بالذكر أنه في جدول رقم (4) المتعلق بكيفية تناول القضايا في الفقرات التي يتضمنها البرنامج، جاءت الفقرة الإخبارية في المقدمة، أما الجدول رقم (5) المتعلق بتناول القضايا الرئيسية محل النقاش بالفقرة الإخبارية أو الفقرة الحوارية من خلال القوالب البرمجية المختلفة جاء (الاتصال الهاتفى أو عبر البث المباشر) في

المقدمة بنسبة (2,49%)، ويرجع ذلك لأن هذا القالب يمكن الاعتماد عليه في الفقرة الإخبارية بالإضافة إلى الفقرة الحوارية، فالفقرة الإخبارية يتنوع فيها شكل التناول للقضايا ما بين الحديث المباشر من قبل المذيع في عرض القضية، والذي أحياناً يعقبه عرض تقرير مصور عن ذات القضية المثارة أو إجراء مداخلة هاتفية ويعتبر حواراً عبر الهاتف أو الأرقام الصناعية إن كان هناك استخدام لهذه الوسيلة الاتصالية مع أطراف القضية سواء من الجمهور أو المسؤولين أو الخبراء، وهو ما يجعل الفقرة الإخبارية متنوعة من حيث أنماط القوالب البرمجية التي تعتمد عليها في تقديم القضايا. ويتضح من الجدول السابق أيضاً أن برنامج (آخر النهار) جاء في مقدمة البرامج الحوارية التي تعتمد في تناولها للقضايا خلال الفقرة الإخبارية على (الاتصال الهاتفي أو البث المباشر)، يليه برنامج (هنا العاصمة) فبرنامج (25-30).

أما على صعيد (الفقرة الحوارية)، فهي تتخذ شكلين في هذه النوعية من البرامج، إما التحوار مع ضيف واحد لمناقشة قضية ما، أو يكون الحوار مع أكثر من ضيف، لأجل تناول القضية محل النقاش من زوايا متعددة أو آراء مختلفة، ويمكن في هذا الإطار الاعتماد كذلك على الاتصال الهاتفي أو عبر البث المباشر.

مع الأخذ في الاعتبار أنه يرتفع هنا عدد القالب البرمجي عن إجمالي القضايا المتناولة خلال البرامج الحوارية عينة الرصد، لأنه تم حساب شكل تناول ذات القضية الواحدة بأي الأنماط البرمجية، لذا يمكن تناول القضية الواحدة من خلال اتصال هاتفي أو عبر البث المباشر، ومداخلة هاتفية، وتقرير مصور.

## جدول رقم (6)

الفئة التي ينتمي إليها ضيوف البرامج الحوارية ومناقشتها لقضايا المجتمع  
المصري في البرامج عينة الدراسة

فئة الضيوف	ك	%
مسنول تنفيذي	290	23,7
خبراء	161	13,1
الأحزاب والحركات السياسية	142	11,6
صحفيون وإعلاميون	108	8,8
أكاديميون	85	7
متحدثون رسميون	63	5,1
رجال الأعمال	47	3,8
أعضاء بمنظمات المجتمع المدني	41	3,3
رجال الأمن	41	3,3
أطباء	35	2,9
محامون	31	2,5
فنانون	28	2,3
نشطاء حقوقيون وسياسيون	28	2,3
أعضاء السلطة القضائية	26	2,1
مسئولو البنوك والبورصة والغرف التجارية	23	1,9
كتاب وأدباء ومثقفين	20	1,6
علماء دين ودعاة	19	1,5
مسئولون من دول خارجية	15	1,3
مسئولو وأعضاء المجالس القومية	14	1,2
رياضيون	8	0,7
الإجمالي	1225	100

يتضح من بيانات الجدول رقم (6) تنوع تخصصات الضيوف في البرامج الحوارية عينة الدراسة والتي حاولت الباحثة ضمهم في عشرين فئة أو تخصص، وإن جاء في المقدمة (المسئول التنفيذي) كالوزراء والمسؤولين في الجهات الحكومية والمحافظين وذلك بنسبة (23,7%) من إجمالي الضيوف بالبرامج الحوارية، يليه في المرتبة الثانية (الخبراء) بنسبة (13,1%)، ثم في المرتبة الثالثة جاءت فئة (الأحزاب والحركات السياسية) بنسبة (11,6%)، ثم في المرتبة الرابعة جاءت فئة (الصحفيون والإعلاميون) بنسبة (8,8%)، ثم في المرتبة الخامسة جاءت فئة (أكاديميون) أي باحثون وأساتذة جامعات بنسبة (7%)، وفي المرتبة السادسة جاءت فئة (متحدثون رسميون) بنسبة (5,1%)، كما تبين من الرصد وجود بعض الفئات التي احتلت مراتب متأخرة من حيث الرصد، حيث جاءت فئة (علماء الدين والدعاة) بنسبة

## معالجة البرامج الحوارية التليفزيونية بالفصائيات المصرية الخاصة للقضايا المجتمعية

(1,5%)، تلاه (مسئولون من دول خارجية) بنسبة (1,3%)، ثم (مسئولو وأعضاء المجالس القومية) بنسبة (1,2%)، وأخيراً فئة (الرياضيون) بنسبة (0,7%).  
أما على صعيد النتائج التفصيلية الكمية التي تعطي دلالات على كيفية توظيف تخصصات الضيوف في المناقشات التي تتم بالبرامج الحوارية، فجاءت كالتالي:-

### جدول رقم (7)

العلاقة بين تخصصات الضيوف والقضايا محل النقاش في البرامج عينة الدراسة

البرنامج الفئة	آخر النهار		هنا العاصمة		30-25		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
مسئول تنفيذي	28,6	83	57,1	166	14,3	41	23,7	290
خبراء	45,7	74	31,6	51	22,7	37	13,1	161
الأحزاب والحركات السياسية	72	102	26,5	38	1,5	2	11,6	142
صحفيون وإعلاميون	50	54	30,8	33	19,2	21	8,8	108
أكاديميون	50,7	43	16,4	14	32,9	28	7	85
محدثون رسميون	65,3	41	30,6	19	4,1	3	5,1	63
رجال الأعمال	26,1	12	58,7	28	15,2	7	3,8	47
أعضاء بمنظمات المجتمع المدني	27,9	11	46,5	19	25,6	10	3,3	41
رجال الأمن	44	18	46,3	19	9,7	4	3,3	41
أطباء	84,2	29	13,2	5	2,6	1	2,9	35
محامون	48,5	15	51,5	16	0	0	2,5	31
فنانون	48,3	14	45,2	13	6,5	2	2,3	28
نشطاء حقوقيون وسياسيون	90,6	25	9,4	3	0	0	2,3	28
أعضاء السلطة القضائية	37,5	10	58,3	15	4,2	1	2,1	26
مسئولو البنوك والبورصة والغرف التجارية	13	3	43,5	10	43,5	10	1,9	23
كتاب وأدباء ومتقنين	54,5	11	41	8	4,5	1	1,6	20
علماء دين ودعاة	65	12	25	5	10	2	1,5	19
مسئولون من دول خارجية	60	9	33,3	5	6,7	1	1,3	15
مسئولو وأعضاء المجالس القومية	57,1	8	42,9	6	0	0	1,2	14
رياضيون	28,6	2	57,1	5	14,3	1	0,7	8
الإجمالي	47,1	577	38,8	476	14	172	100	1225

يتضح من بيانات الجدول رقم (7)، أن ارتباط تخصصات الضيوف بالقضايا محل النقاش جاء كالتالي:-



- 1- فئة مسئول تنفيذي: تبين أن برنامج (هنا العاصمة) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (57,1%)، تلاه برنامج (آخر النهار) بنسبة (28,6%)، ثم برنامج (30-25) بنسبة (14,3%).
- 2- الخبراء: تبين أن برنامج (آخر النهار) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (45,7%)، تلاه برنامج (هنا العاصمة) بنسبة (31,6%)، ثم برنامج (30-25) بنسبة (22,7%).
- 3- التيارات والأحزاب والحركات السياسية: تبين أن برنامج (آخر النهار) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (72%)، تلاه برنامج (هنا العاصمة) بنسبة (26,5%)، ثم برنامج (30-25) بنسبة (1,5%).
- 4- الصحفيون والإعلاميون: تبين أن برنامج (آخر النهار) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (50%)، تلاه برنامج (هنا العاصمة) بنسبة (30,8%)، ثم برنامج (30-25) بنسبة (19,2%).
- 5- الأكاديميون: تبين أن برنامج (آخر النهار) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (50,7%)، تلاه برنامج (30-25) بنسبة (32,9%)، ثم برنامج (هنا العاصمة) بنسبة (16,4%).
- 6- متحدثون رسميون: تبين أن برنامج (آخر النهار) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (65,3%)، تلاه برنامج (هنا العاصمة) بنسبة (30,6%)، ثم برنامج (30-25) بنسبة (4,1%).
- 7- رجال المال والأعمال: تبين أن برنامج (هنا العاصمة) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (58,7%)، تلاه برنامج (آخر النهار) بنسبة (26,1%)، ثم برنامج (30-25) بنسبة (15,2%).
- 8- أعضاء منظمات المجتمع المدني: تبين أن برنامج (هنا العاصمة) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (46,5%)، تلاه برنامج (آخر النهار) بنسبة (27,9%)، ثم برنامج (30-25) بنسبة (25,6%).

- 9- رجال الأمن: تبين أن برنامج (هنا العاصمة) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (46,3%)، تلاه برنامج (آخر النهار) بنسبة (44%)، ثم برنامج (25-30) بنسبة (9,7%).
- 10- الأطباء: تبين أن برنامج (آخر النهار) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (84,2%)، تلاه برنامج (هنا العاصمة) بنسبة (13,2%)، ثم برنامج (25-30) بنسبة (2,6%).
- 11- المحامون: تبين أن برنامج (هنا العاصمة) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (51,5%)، تلاه برنامج (آخر النهار) بنسبة (48,5%)، ولم يستضيف برنامج (25-30) هذه الفئة طوال فترة تطبيق الدراسة.
- 12- نشطاء حقوقيون وسياسيون: تبين أن برنامج (آخر النهار) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (90,6%)، تلاه برنامج (هنا العاصمة) بنسبة (9,4%)، ولم يستضيف برنامج (25-30) هذه الفئة طوال فترة تطبيق الدراسة.
- 13- الفنانون: تبين أن برنامج (هنا العاصمة) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (45,2%)، تلاه برنامج (آخر النهار) بنسبة (48,4%)، تلاه برنامج (25-30) بنسبة (6,5%).
- 14- أعضاء السلطة القضائية: تبين أن برنامج (هنا العاصمة) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (58,3%)، تلاه برنامج (آخر النهار) بنسبة (37,5%)، تلاه برنامج (25-30) بنسبة (4,2%).
- 15- مسئولو البنوك والبورصة والغرف التجارية: تبين أن برنامج (هنا العاصمة) وكذلك برنامج (25-30) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة متساوية (43,5%)، تلاهما برنامج (آخر النهار) بنسبة (13%).
- 16- كتاب وأدباء ومثقفين: تبين أن برنامج (آخر النهار) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (54,5%)، تلاه برنامج (هنا العاصمة) بنسبة (41%)، تلاه برنامج (25-30) بنسبة (4,5%).

17- علماء دين ودعاة: تبين أن برنامج (آخر النهار) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (65%)، تلاه برنامج (هنا العاصمة) بنسبة (25%)، تلاه برنامج (30-25) بنسبة (10%).

18- مسئولون فى دول خارجية: تبين أن برنامج (هنا العاصمة) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (60%)، تلاه برنامج (آخر النهار) بنسبة (33,3%)، ثم برنامج (30-25) بنسبة (6,7%).

19- مسئولو وأعضاء مجالس قومية: تبين أن برنامج (هنا العاصمة) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (57,1%)، تلاه برنامج (آخر النهار) بنسبة (42,9%)، ولم يستضيف برنامج (30-25) هذه الفئة طوال فترة تطبيق هذه الدراسة.

20- رياضيون: تبين أن برنامج (هنا العاصمة) كان الأعلى استضافة لهم بنسبة (57,1%)، تلاه برنامج (آخر النهار) بنسبة (28,6%)، ثم برنامج (30-25) بنسبة (14,3%).

**وعن مدى ارتباط ضيوف البرامج الحوارية بطبيعة قضايا المجتمع المصري التي**

**تمت مناقشتها في البرامج الحوارية عينة الدراسة يتضح ما يلى:-**

- أن غالبية الضيوف في البرامج الحوارية عينة الدراسة مرتبطين بطبيعة القضايا المثارة في البرامج الحوارية، ولكن فى كثير من الأحيان يتم التطرق لأمر فرعية قد لا ترتبط بتخصص الضيف.

- يتضح مما سبق الانخفاض الواضح فى معدل استضافة المرأة، وإن كان برنامج (30-25) الأعلى استضافة للمرأة ما بين البرامج عينة الدراسة، وكذلك الأعلى تناولاً لقضايا المرأة.

- لا يوجد توازن من حيث التمثيل الديموجرافي للفئات العمرية الموجودة في المجتمع إلى جانب التمثيل النوعي للجمهور المشار إليه سابقاً؛ حيث مثل غالبية الضيوف في البرامج الحوارية عينة الدراسة الفئة العمرية الناضجة المتجاوزة للأربعين عاماً.

- التركيز بشكل أساسي على استضافة الخبراء والمسؤولين والموظفين الحكوميين، وكذلك الشخصيات السياسية البارزة، لكن لا يوجد إبراز بشكل متساوى للخبراء في القطاع الخاص، والعاملين في الهيئات الخاصة.

#### الخلاصة:

- بلغ (إجمالي القضايا والموضوعات) التي تمت معالجتها إعلامياً في البرامج الحوارية عينة الدراسة (هنا العاصمة) /25-30/ آخر النهار مع محمود سعد)، بلغ خلال فترة التحليل (1489)، وتصدرتها القضايا السياسية بنسبة (41,8%).
- برنامج (آخر النهار) مع محمود سعد، كان في مقدمة البرامج الحوارية عينة الدراسة من حيث تناول القضايا المجتمعية على مدار فترة التحليل بنسبة (55,7%)، وكذلك الأكثر اهتماماً بتناول القضايا السياسية بنسبة (58,4%).
- شهر (إبريل) 2014، أكثر الشهور تناولاً لقضايا المجتمع المصري في البرامج الحوارية عينة الدراسة بنسبة (40%).
- اعتمدت البرامج الحوارية عينة الدراسة على (الفقرات الإخبارية) بنسبة (66,4%) في تناول القضايا المجتمعية.
- اعتمدت البرامج الحوارية عينة الدراسة على (قالب الحوار عبر الاتصال الهاتفي أو البث المباشر) في المقدمة بنسبة (49,2%) في مناقشة القضايا المجتمعية المثارة.
- بلغ (عدد الضيوف) المُستعان بهم في مناقشة القضايا المجتمعية خلال فترة التحليل (1225) على مستوى البرامج الثلاثة عينة الدراسة.
- تنوعت تخصصات الضيوف في البرامج الحوارية عينة الدراسة، وبشكل عام فإن غالبية تخصصات الضيوف كانت مرتبطة بطبيعة القضايا المثارة، وجاء في المقدمة تخصص (مسئول تنفيذي) بنسبة (23,7%)، وجاء برنامج (هنا العاصمة) في مقدمة البرامج عينة الدراسة التي اعتمدت على التخصص المذكور.

### التوصيات:

- أثبتت نتائج الدراسة أن البرامج الحوارية التليفزيونية تعتمد على الحوارات عبر الاتصالات الهاتفية أو البث المباشر بنسبة تصل إلى (49,2%) من معالجتها للقضايا المختلفة. وفي هذا الإطار توصى الباحثة أن يكون الغرض الرئيسى من هذه الوسائل الاتصالية الحصول على معلومات سريعة أو تفسير مختصر متعلق بالمعلومة؛ حيث أصبحت أغلب البرامج الحوارية فى السنوات الأخيرة تعتمد على هذا القلب لإجراء حوارات مطولة مع الضيوف وقد تُجرى أحياناً مناظرات كاملة بهذه الطريقة، باعتبار أنها أسهل وأوفر فى الوصول للضيوف، مع العلم أن الاتصالات الهاتفية المطولة بدون ضرورة ملحة تصيب المشاهد بالملل، بالإضافة إلى أن البث المباشر فى البرامج الحوارية التليفزيونية فى مصر يعتمد على تقنية ضعيفة فى نقل الصورة وبالتالي دائماً ما تحدث مشاكل فى توقف البث لفترة أو تجميد صورة الضيف أو وصول سؤال المذيع للضيف متأخر والعكس صحيح، وهو ما يتسبب فى إرباك المشاهد والقائمين على البرنامج على حدٍ سواء.

- أثبتت نتائج الدراسة أن البرامج الحوارية تعتمد على التقارير المصورة بنسبة تصل إلى (11,1%). وفى هذا الإطار توصى الباحثة بضرورة الاعتماد على التقارير المصورة بشكل أكبر بشقيها أو ما يطلق عليه (تقارير داخلية وتقارير خارجية)، لأنها تغنى فى كثير من الأحيان عن حديث مطول من جانب مقدم البرنامج لا داعى له، وتقدم المعلومة بطريقة أكثر سلاسة ورقى، مع الأخذ فى الاعتبار ضرورة تنفيذها على الأسس المهنية السليمة لأنه فى أغلب البرامج أصبح هناك خلط ما بين التقرير والتحقيق والفيلم التسجيلى، وهو ما يتضح فى طريقة التمهيد لتقديم التقرير وعرض التقرير نفسه. فإن كانت البرامج الحوارية فى القنوات العامة تعتمد على أسلوب البرامج الإخبارية فى السنوات الأخيرة فلا بد من إعادة تدريب العاملين بها مرةً أخرى وعدم ترك الأمر للهواه أو غير المتخصصين فى الإعلام الإخبارى.

- أثبتت نتائج الدراسة التحليلية ان تناول القضايا السياسية يتصدر قائمة القضايا فى البرامج الحوارية بنسبة (41,8%). وفى هذا الإطار توصى الباحثة بضرورة إعادة النظر فى الموضوعات المُعالجة بالبرامج الحوارية، فالواقع لا يقتصر فقط على

- السياسية، خاصةً إذا كانت هناك رغبة حقيقية للنهوض بالمجتمع، وعدم التعامل مع تناول القضايا السياسية باعتبارها وسيلة لملء ساعات الهواء المباشر.
- ضرورة اهتمام القائمين على البرامج الحوارية بأن يكون هناك تنوع نوعي وعمري في الضيوف البرامج الحوارية.
- توصي الباحثة بضرورة وجود جهاز لرصد آراء الجمهور يتبع لكل قناة على حدة، حتى وإن لم يكن على نطاق واسع أو بإمكانيات ضخمة، حتى تتمكن كل قناة من الوقوف على الآراء الحقيقية للجمهور حول برامجها والقائمين عليها، دون الاعتماد فقط على الشركات الخاصة ببحوث المشاهدين والتي يوجه إليها دائماً تهمة التحيز في التقييم ونسب المشاهدة لأسباب تسويقية.
- أن يكون هناك متابعة للرأي العام المصري من حيث طبيعة احتياجاته المعرفية والمعلوماتية من خلال إجراء استطلاعات رأي شهرية بخصوص القضايا التي يُفضل متابعتها، وكذلك رأيه فيما تم بثه من مضامين، حتى تُراعي هذه النتائج فيما سيتم التخطيط له برامجياً حتى يكون هناك مراعاة دقيقة وواعية لاحتياجات الجمهور.

## المراجع :

- (1) حسن عماد مكتوى . تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى عصر المعلومات ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، الطبعة الثانية ، 1997م ، ص 99 .
- (2) التلفزيون المصرى .. مسيرة خمسون عاماً . القاهرة ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصرى ، تقرير شهرى ، العدد 43 ، السنة الرابعة ، يوليو 2010م ، ص 2 .
- (3) وصف مصر بالمعلومات . القاهرة ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصرى ، الاصدار الحادى عشر، 2014م ، ص ص 28-29 .
- (4) ليلي حسين . اتجاهات الجمهور نحو الفضائيات المصرية الخاصة ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، مركز بحوث الرأى العام ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، المجلد الرابع ، العدد المزدوج ، يناير / ديسمبر 2003 م . ص 2 .
- (5) منتصر حمدان . دور الإعلام الفلسطينى لتعزيز الانقسام ، فضائيات فلسطين والأقصى نموذجاً ، فلسطين ، المركز الفلسطينى للتنمية والحريات الإعلامية " مدى " ، 2012 م ، ص 5 .
- (6) صباح ياسين . الإعلام الفضائى فى الوطن العربى ، تحليل للمضمون والتأثير فى النخب والرأى العام ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، الطبعة الأولى ، 2013 ، ص 63 .
- (7) العجيلي عصمان سرکز . البرامج الحوارية السياسية فى القنوات الفضائية الليبية، مجلة المجلة، العدد 16، المجلد الثانى، 2014 م .
- (8) Nabila Naz, Yasir Nawaz, Muhammad Ali. NisarHussain, ShahzadKhaverMushtaq, Rab Nawaz. Role of Talk Shows Raising Political Awareness among Youth: (Study Conducted in District Toba Tek Singh), **Academic Journal of Interdisciplinary Studies**, MCSER Publishing, Rome-Italy, Vol. 3 No. 1, 2014.
- (9) SamiaRahman, Syed MahfujulHaqueMarjan. Politicization of Talk shows in Bangladeshi Satellite TV Channels: Audience Perceptions and Perspectives, 2014. <http://research.daffodilvarsity.edu.bd/wp-content/uploads/2014/03/article-3.pdf>.
- (10) حنان صلاح عبد العليم جوهر . التفاعلية فى برامج الرأى بالقنوات الفضائية المصرية وعلاقتها بأداء القائم بالاتصال من وجهة نظر النخبة ، دراسة تطبيقية ، أسيوط ، جامعة أسيوط ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، رسالة ماجستير غير منشورة ، 2012 م .
- (11) هدى مالك شبيب . التسويق فىا لبرامج التلفزيونية الحوارية Oprah Show : دراسة تحليلية، مجلة الأستاذ، العدد 201، 2012م.

(12) وسام نصر. رؤية مستقبلية لتطوير برامج الحوار الجماهيرية المقدمة بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة بعد ثورة 25 يناير، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الحادي عشر، العدد الثالث، يولييه/ سبتمبر ، 2012م .

(13)Eva De Smedt . “Professionalism in political broadcast talk: The performance of a distancingjournalistic self in formatted pre-election debates “discourse, context & media, 2012.

(14) Emily K. Vraga& others. “ The correspondent , the comic , and the combatant : The consequences of host style in political talk shows “ , **journalism & mass communication quarterly**, vol. 89 , no. 1 , March 2012 , pp. 15-22.

(15)Gotlieb,Melissa R., Kim, Sojung Claire., Gabay, Itay, Liang , Xuan , Hou , Chia-I. And Mcleod, Douglas. “Effects of Political Talk show Discussion on Mobilizing Citizens Applying an Approach Avoidance Motivation Framework “ , **paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication** , the Denver Sheraton , Denver , CO , Aug 04 , 2010.

(16)Hala El Saj. Discourse Analysis: Personal Pronouns in Oprah Winfrey Hosting Queen Rania of Jordan, **International Journal of Social Science and Humanity**, Vol. 2, No. 6, November 2012.

(17)Soares , Claire, "The technology / environment interface tv talk shows : Is the time appropriate for one today ?". Southern Methodist University, **M.S**, 2012.

(18) شيرين عوض خليل عوض . اعتماد الجمهور العربي على البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية العربية فى تشكيل معارفه نحو قضايا المرأة، القاهرة ، جامعة الدول العربية ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، معهد البحوث والدراسات العربية ، قسم البحوث والدراسات الإعلامية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، 2011 م

(19) ABDUL REHMAN MADNI, MUHAMMAD SHAHZAD, MUDASSAR ABDULLAH. EXPOSURE TO CURRENT AFFAIRS PROGRAMS AND VIEWERS' PERCEPTION REGARDING ROLE OF PROGRAMS & ANCHORS' PRESENTATIONAL STYLE: A CASE STUDY OF SARGODHA CITY, **The S.U. Jour. of Ed.** Vol.41, 2011 , pp 1-22 .

(20)Göran Eriksson. Politicians' performances of 'ordinariness' in talk show interviews, **School of Humanities, Education and Social Sciences (HumES)**, Orebro University, 2011, pp. 1-27.

(21) محمد عبده محمد بدوى . دور برامج الرأى بالقنوات الفضائية العربية فى دعم ثقافة الحوار بين الجمهور العربي ، دراسة مقارنة، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، رسالة ماجستير غير منشورة ، 2010 م .



- (22) ياسمين سعيد محمد عبد المنعم . دور برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية فى تكوين المعرفة عن القضايا العامة لدى الجمهور المصرى . دراسة ميدانية تحليلية ، القاهرة ، جامعة عين شمس ، كلية الاداب ، قسم علوم الاتصال والإعلام ، رسالة ماجستير غير منشورة ، 2010 م .
- (23) Rameez Ahmed. The Role of News Talk shows in creating political efficacy among youth, Institute of Social & Cultural Studies, Punjab University, Lahore-Pakistan 2010. Published & available at: [http://www.sapandssrp.com/attachments/file/role\\_of\\_news\\_talk\\_shows\\_.pdf](http://www.sapandssrp.com/attachments/file/role_of_news_talk_shows_.pdf)
- (24) Mary McHugH. Live from New York: The Impact of Saturday Night Live and Late Night Talk Shows on the 2008 Presidential Election Race, Chicago, Illinois, 2009.
- (25) Nico Carpentier, Wim Hannot. To be a common hero the uneasy balance between the ordinary and ordinariness in the subject position of mediated ordinary people in the talk show Jan Publiek, *INTERNATIONAL journal of CULTURAL studies, permissions*, Vol. 12, No. 6 , 2009, PP 597-616 .
- (26) ريهام سامى حسين يوسف . دور البرامج الحوارية فى القنوات الحكومية والخاصة فى ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصرى، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، رسالة ماجستير غير منشورة ، 2008 م .
- (27) رانيا أحمد محمود . مدى اعتماد الشباب على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصرى ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المؤتمر السنوي الحادى عشر ، مستقبل وسائل الإعلام العربية ، 2005 م .
- (28) Jody Baumgartner, Jonathan S. Morris. The Daily Show Effect Candidate Evaluations, Efficacy, and American Youth, *American Politics Research*, Vol. 34, No. 3, 2006.
- (29) McGraw, Shannon k. the late Night television talk show and Political Comedy Programs: a Study of Young Voters, USA, the university of Oklahoma, *PHD*, 2006.
- (30) إيمان عز الدين محمد دواية . دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصرى فى ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأى العام ، القاهرة ، جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفول ، قسم الإعلام وثقافة الطفل ، رسالة ماجستير غير منشورة ، 2005 م .
- (31) عبد الرحمن الشامى . برامج الرأى الفضائيات العربية : دراسة حالة لبرنامج منبر الجزيرة ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المؤتمر السنوي الحادى عشر ، مستقبل وسائل الإعلام العربية ، 2005 م .
- (32) جيلان محمود عبد الرازق شرف . أساليب تغطية القضايا فى برامج الرأى المذاعة على الهواء فى القنوات الفضائية العربية، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، رسالة ماجستير غير منشورة ، 2004 م .
- (33) Nojin Kwak. "Laughing All The Way: The Relationship Between Television Entertainment Talk Show Viewing and Political Engagement among Young Adults" Paper presented to the Communication Theory and Methodology Division at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Toronto, Canada, August, *PHD*, 2004.

## معالجة البرامج الحوارية التليفزيونية بالفضائيات المصرية الخاصة للقضايا المجتمعية

---

- (34) وليد فتح الله بركات . عرض الصفوة لبرامج الرأى القنوات التليفزيونية العربية ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، مركز بحوث الرأى العام ، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام** ، المجلد الرابع ، العدد المزدوج ، يناير / ديسمبر 2003 م .
- (35) Jason Mittell. Television talk shows and cultural hierarchies, **Journal of Popular Film and Television**, 2003.
- (36)Nabi , Robin &Hendriks , Alexandra . “The persuasive effect of host & audience reaction shots in television talk shows “, **journal of mass communication**, September 2003, pp. 527 – 544.
- (37)Wittebols , James . “ More show than news : The Evolution of network television news “ , **paper presented at the annual meeting of the international communication association** , San Diego , CA , Marriott Hotel , May 27 , 2003 .
- (38)Rossler, Patric&Brosius , Hans . “Do talk shows cultivate adolescents’ view of the world: a prolonged exposure experiment “, **Journal of mass communication**, March 2001, pp 143- 163.