المسئولية الاجتماعية لمقدمي البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية

أ.د/ فاتن عبدالرحمن الطنباري

أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

أ.د/ عبدالعزيز السيد عبدالعزيز

أستاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة جنوب الوادي

هايدى إبراهيم محمد حلموش

* الملخص
* مشكلة الدراسة:

يمكن بلورة مشكلة البحث فى التساؤل التالي: ما مدى التزام مقدمي البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية بالمسئولية الاجتماعية.

* أهمية الدراسة:
1. التعرف على البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية ودورها فى تدعيم المسئولية الاجتماعية.
2. التعرف على العلاقة بين مقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية والمسئولية الاجتماعية.
* هدف الدراسة:
1. التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية.
2. التعرف على الجوانب المهنية والأخلاقية التي تعكسها تلك البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية.
* نوع ومنهج الدراسة:

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

عينة الدراسة:

تم تطبيقها على عينة تحليلية عمدية من البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية (علي

مسئوليتي تقديم أحمد موسي، كل يوم تقديم عمرو أديب، صفحة جديدة تقديم أحمد سمير، من ماسبيرو تقديم عاطف كامل). وذلك من خلال دورة برامجية لمدة 3 شهور من كل برنامج بالأسبوع الصناعي في الفترة من شهر 1/10/2016 الى 30/12/2016.

* أدوات الدراسة:

تتمثل فى أداة صحيفة تحليل المضمون: علي عينة عمدية من البرامج الحوارية - عينة الدراسة - فى الفضائيات المصرية.

* نتائج الدراسة:
1. أظهرت النتائج أن المضامين المثارة التي التزام مقدميها بالمسئولية الاجتماعية محل الدراسة حيث جاء فى المقدمة (الاجتماعية) بنسبة 73.8%، ثم فى المرتبة الثانية (الحوادث والجريمة) بنسبة 60%، ثم فى المرتبة الثالثة (السياسية) بنسبة 44.4%.
2. أن المضامين المثارة التي لم يلتزم مقدميها بالمسئولية الاجتماعية محل الدراسة حيث جاء فى المقدمة (السياسية) بنسبة 27.2%، ثم فى المرتبة الثانية (الاجتماعية) بنسبة 19.1%، ثم فى المرتبة الثالثة (الاقتصادية) بنسبة 11.7%.
3. أن اتجاه المعالجة الإعلامية محل الدراسة حيث جاء فى المقدمة (التجهيل علي مستوي المصدر) بنسبة 5.7% ، ثم فى المرتبة الثانية (التجهيل بنشر الشائعات) بنسبة 1.1%، ثم فى المرتبة الثالثة (التجهيل علي مستوي الفاعل) بنسبة 0.8%.

Social Responsibility of talk shows Interviewers in the Egyptian Satellite Channels

- Problem of the study:

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

- The objective of the study:

1- Identify the talk shows in Egyptian satellite channels and their role in strengthening social responsibility.

2- Feeding on the relationship between the providers of talk shows and social responsibility.

- The importance of the study:

1- To identify the quality of topics and issues covered by the talk shows on satellite channels.

2- The definition of the professional and ethical aspects reflected by these talk shows in the Egyptian satellite channels.
- The type and the methodology of the study:

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

- The study sample:

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

- Tools of the study:

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

- Results of the study:

1- The social responsibility introduction by 73.8%, followed by accidents and crime by 60%, and then by 44.4%.

2- The social responsibility, where the political introduction by 27.2%, followed by social affairs 19.1%, and economy 11.7%.

3ـ The introduction to ignorance at the source level by 5.7%, and ignorance spread rumors by 1.1%, and ignorance on the level of actor by 0.8%.

- Key word:

1- Social responsibility.

2- Talk shows.

3- Satellite TV.

4- Credibility.

مقدمة الدراسة:

يعتبر التليفزيون أحد أهم وسائل الإعلام وأكثرها انتشارا بين الناس لما يتميز به من توافر عاملي الجذب والإثارة، كما أنه يتسم بالتنوع والتعدد في المواد والموضوعات التي يعرضها على شاشته الصغيرة، والتي يتم تناولها بمختلف الأشكال والقوالب كبرامج المنوعات أو الأعمال الدرامية أو المسابقات أو البرامج الإعلامية من تحقيقات وبرامج خاصة ونشرات الأخبار، فالتليفزيون أصبح نافذة مفتوحة لجميع البشر على العالم على اختلاف مستوياتهم وثقافتهم ولغاتهم (محمد معوض إبراهيم 2008).

وتعد البرامج الحوارية التلفزيونية أحد أهم ما يعرض على التليفزيون وايضاً مقدم هذه البرامج يجعل من نفسه مركزا موجِّها لمسار الحوار قد لا يعنيه ايصال الحقيقة او تنوير المشاهد الا بالقدر الذي يخدم اهداف وغايات اصحاب القناة الفضائية التي يعمل فيها. ولكن هناك جانب آخر مهم وهو جانب يتعلق مباشرة بشخص مقدم البرامج وكيفية تفاعل المشاهد مع شخص مقدم البرامج وصورته كانسان مؤثر وفاعل (نايف الشبول 2010).

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

وتعكس هذه البرامج مدى أهمية المسئولية الاجتماعية التى ينبغي التعرف عليها لمقدمي البرامج حيث ظهرت نظرية المسئولية بسبب الاستخدام الخاطئ لمفهوم الحرية حيث أفرطت نظرية الحريةFreedom Theory في إعلاء حرية الفرد على حساب مصلحة المجتمع وبالغت فيمنح الفرد الحق في التنصل والتحرر من أي مسئولية اجتماعية أو قيمة أخلاقية في ظل هذه النظرية، بينما ترى نظرية المسئولية الاجتماعية أن للفرد حقاً وللمجتمع أيضاً حقوقاً بوصفهم أفراد لهم حقوقهم وينخرطون في مؤسسات اجتماعية تسعى لخدمة الصالح العامل تحقيق التوازن بين حرية التعبير ومصلحة المجتمع وهذا سر قوتها كعنصر أساسي لتمكين روابط العلاقات الانسانية (2008 (Seider, Scott.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

شهد الشارع المصري وتيرة من الاحداث السياسية والأزمات الداخلية وتصاعد حدة الخلاف والانقسام بين القوي السياسية والآراء نحو مختلف القضايا، حيث أصبحت القنوات الفضائية – علي اختلاف ملكيتها وتوجهاتها – ساحة ومنبراً رئيسياً لمناقشة هذه الخلافات والصراعات من خلال برامجها المختلفة خاصة البرامج الحوارية، ونجد أيضاً الخلاف بين البرامج ومقدميها وبعضهم انعكس هذا علي الممارسة الإعلامية وأخلاقيات العمل الإعلامي.

تتلخص مشكلة الدراسة في ما مدى التزام مقدمي البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية بالمسئولية الاجتماعية.

أهمية الدراسة:

1. التعرف على البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية ودورها فى تدعيم المسئولية الاجتماعية.
2. الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة فى البرامج الحوارية وعلاقتها بالمسئولية الاجتماعية.
3. التعرف على العلاقة بين مقدمي البرامج الحوارية والمسئولية الاجتماعية.
4. معرفة مدى موضوعية وحيادية البرامج الحوارية التى تعرض فى الفضائيات المصرية.
5. تستمد هذه الدراسة اهميتها من ندرة الدراسات التى تناولت المسئولية الاجتماعية لمقدمي البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية.

أهداف الدراسة:

1. التعرف علي المسئولية الاجتماعية لمقدمي البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية.
2. التعرف علي ردود الأفعال التى تصدر من مقدمي البرامج الحوارية فى حالة الخروج عن دائرة الحوار المحدد أو المتفق عليه.
3. التعرف على الجوانب المهنية والأخلاقية التي تعكسها تلك البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية.
4. التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج الحوارية اليومية على القنوات الفضائية.
5. التعرف على حدود أبعاد المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في إطار نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وخاصة التليفزيونية.

الدراسات السابقة:

1. دراسة (هبه شاهين 2015) بعنوان: المسئولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب. دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة الإعلامية والأمنية هدفت الدراسة الى التعرف على رصد المسئولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام المصرية في تناول قضايا الإرهاب. وتعتمد على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني باستخدام أداة الاستبيان علي ٢٠٠ مبحوث، بالإضافة إلى عينة قوامها ١٠ مفردات من خبراء الإعلام، تتبنى الدراسة مدخلين نظريين الأول: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والثاني: نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام. وأظهرت النتائج وجود بين متوسط درجات اعتماد المبحوثين على الفضائيات المصرية لدى المبحوثين من ذوي مستويات المصداقية للفضائيات المصرية كمصادر للأخبار المتعلقة بالأحداث الإرهابية.
2. دراسة (آمال حسن الغزاوي 2009) بعنوان: المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التليفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي. هدفت الدراسة الى التعرف على التعرف على المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التليفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي. تنتمى الدراسة الى البحوث الوصفية بأسلوب المسح بالعينة لثلاث برامج حوارية "البيت بيتك، العاشرة مساءاً، القاهرة اليوم"، واعتمدت الدراسة على نظرية المسئولية الاجتماعية. وأظهرت النتائج أن 68.3% من فقرات البرامج الحوارية عينة الدراسة بها انتقادات للأداء الحكومي مقابل 31.7% من الفقرات ليس بها انتقادات.
3. دراسة (نسمة أحمد البطريق 2007) بعنوان: المسئولية الاجتماعية للإعلام تجاه قضايا العائد على التعليم. هدفت الدراسة الى التعرف على المسئولية الاجتماعية للإعلام تجاه قضايا العائد على التعليم. واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وعينة الدراسة أداة تحليل المضمون لمسلسل حضرة المتهم أبي، واعتمدت الباحثة فى هذه الدراسة على نظرية المسئولية الاجتماعية. وأظهرت النتائج أن القيم الاجتماعية الإيجابية هي أكثر القيم ظهوراً في شخصية "عبد الحميد دراز" بنسبة 47.24%، وقد انعدم في شخصيته أي قيم سياسية واقتصادية سلبية.
4. دراسة (راجية إبراهيم عوض 2015) بعنوان: دور البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية الخاصة فى ترتيب أولويات قضايا المواطنة لدي الشباب المصري. استهدفت الدراسة التعرف علي دور البرامج فى ترتيب أولويات قضايا المواطنة لدي الشباب الجامعي المصري. واعتمدت علي نظرية ترتيب الأولويات، وطبقت الدراسة التحليلية علي برامج (الحياة اليوم، 90 دقيقة، هنا العاصمة)، والميدانية علي عينة من الشباب الجامعي (450) مفرده. وأظهرت النتائج جاء قالب الحوار فى المرتبة الأولي فى البرامج واحتل "صفة مسؤول حكومي" الرتبة الأولي فى الضيوف يليه "صفة أكاديمي".
5. 5- دراسة (زينب الحسيني رجب بلال 2014) بعنوان: الاساليب الاقناعية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى معالجة أحداث المرحلة الانتقالية. هدفت الدراسة الى التعرف على دور الأساليب الاقناعية فى البرامج فى معالجة أحداث المرحلة الانتقالية، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وعينة الدراسة الميدانية بلغت 500 مفردة، وتم استخدام صحيفة تحليل المضمون، وصحيفة الاستقصاء كأداة من أدوات جمع البيانات. وأظهرت النتائج التوصل الى الأساليب الاقناعية التى تم استخدامها بالبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية خلال أحداث المرحلة الانتقالية.

الإطار النظري:

النظرية المستخدمة فى هذه الدراسة هي نظرية المسئولية الاجتماعية.

أولاً: تعريف المسئولية الاجتماعية

عرفها (الغالبي والعامري) بأنها تعاريف متباينة ومختلفة بسبب اكتساب الموضوع أهمية متزايدة يوماً بعد يوم، وأن هذا الأمر يعبر عن كون المسؤولية الاجتماعية فى حقيقتها تركيب معقد وليس مفهوما "مبسطاً" قابلا" للقياس بمعايير موحدة عالمياً أو اقليميا، ويعود السبب فى ذلك إلي دخول متغيرات حضارية وثقافية ودينية وأمور أخري.

ثانياً: عناصر نظرية المسئولية الاجتماعية

يرى (حامد زهران 2002) أن المسئولية الاجتماعية تتكون من ثلاثة عناصر يكمل كل منهما الآخر، ويدعمه ويقويه، ولا يغنى واحد دون الآخر، هذه العناصر هي:

أ- الاهتمام : وهو يتضمن الارتباط العاطفي بالجماعة، وحرص الفرد على سلامتها وتماسكها واستمرارها وتحقيق أهدافها.

ب- الفهم: ومسئولية الفهم تتضمن فهم الفرد للجماعة، وللمغزى الاجتماعي لسلوكه.

ج- المشاركة: ويقصد بها مشاركة الفرد مع الآخرين فى عمل ما يمليه الاهتمام وما يتطلبه الفهم من أعمال تساعد الجماعة فى تحقيق أهدافها، حين يكون مؤهلا اجتماعياً لذلك، أي إنها تقوم على الاهتمام والفهم، وهى ايضاً تتم من خلال ما تقتضي رعاية الجماعة وهدايتها وإتقان أمورها، والمشاركة تظهر قدرة الفرد وتبرز مكانته.

ثالثاَ: أبعاد المسئولية الاجتماعية

ويوضح (فؤاد حسين الحمدي 2003) أهمية المسئولية بشكل اكبر، من خلال التعرف على أبعاد المسئولية الاجتماعية والمتمثلة فيما يلى:

أ- المسئولية الإنسانية: أي أن تكون المنظمة صالحة، وأن تعمل على الإسهام وتطوير المجتمع، وأن تعمل على تحسين نوعية الحياة.

ب- المسئولية الأخلاقية: بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين.

ج- المسئولية القانونية: أي أن المنظمة يجب أن تلتزم بإطاعة القوانين، وأن تكسب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون.

د- المسئولية الاقتصادية: ويقصد بها أن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصادياً، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين.

مصطلحات الدراسة:

1. المسئولية الاجتماعية للبرامج Social responsibility for programs تعرفها (آمال حسن الغزاوي 2009): يقصد بها مجموعة القيم المهنية الواجب مراعاتها في العمل الإعلامي وخاصة التليفزيوني والتي تتصل بمعايير الأداء الأخلاقية المكتوب والغير مكتوب والتي ينبغي أن توجه أسلوب العمل الإعلامي.
2. البرامج الحوارية Talk shows يعرفها (ممدوح عبد اللطيف 2009): والمقصود بها ما تبثه القنوات الفضائية من برامج علي شاشات التلفزيون وتستهدف إلقاء الضوء على الموضوعات والقضايا المهمة للمجتمع وتتنوع تلك القضايا ما بين (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، نقابية، مهنية، دينية، .. ).
3. الفضائيات :Satellite TV هي وسيلة اتصال فضائية تقوم بعملية البث التلفزيوني مباشرة عبر الفضاء، حيث يقوم جهاز الاستقبال فى التلفزيون باستقبال البث عن طريق طبق هوائي مباشرة من القمر الاصطناعي دون الحاجة إلي محطة إرسال أرضية.
4. ما مدى التزام مقدمي البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية بالمسئولية الاجتماعية. وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية يمكن تحديدها فيما يلي :-
5. ما الأطر التي تناولها البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية من خلالها الموضوعات (محل الدراسة) ؟
6. ما هي أساليب الإقناع المقدمة في البرامج الحوارية علي الفضائيات المصرية (محل الدراسة) ؟
7. ما هي المضامين المثار التي التزام مقدميها بالمسئولية الاجتماعية في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية (محل الدراسة) ؟
8. ما هي المضامين المثار التي لم يلتزم مقدميها بالمسئولية الاجتماعية في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية (محل الدراسة) ؟
9. ما هي اتجاه المعالجة الإعلامية للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية ؟
10. فروض الدراسة:
11. توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين المسئولية الاجتماعية والبرامج الحوارية التي تعرض في الفضائيات المصرية.
12. توجد علاقة ارتباطيه دالة احصائيا بين نوعية المتغيرات الديموجرافية والبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية.
13. توجد علاقة ارتباطيه دالة احصائيا بين المسئولية الاجتماعية ومقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية.
14. توجد علاقة ارتباطيه دالة احصائيا بين المستوي الاجتماعي والاقتصادي والتعليمي لمقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية والمسئولية الاجتماعية.

نوع ومنهج الدراسة:

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

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع وعينة الدراسة التحليلية: ويتمثل فى عينة عمدية من حلقات البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية وهى: برامج "من ماسبيرو" تقديم أحمد كامل- خالد سعد- داليا ناصر- عواطف أبو السعود- أمنية مكرم علي القناة الأولي، "صفحة جديدة" تقديم أحمد سمير- هند القاضي- لبنا شاكر- تامر الشيخ علي قناة النيل لايف، ايضاً برامج "كل يوم" تقديم عمرو أديب على قناة ON E، "علي مسئوليتي" تقديم أحمد موسي على قناة صدي البلد. حيث تم تحليل البرامج الحوارية محل الدراسة باستخدام دورة برامجية لمدة ثلاثة شهور متتالية في الفترة من 1/10/2016 الى 30/12/2016.

حدود الدراسة:

1. الحدود الموضوعية: وتتمثل في دراسة المسئولية الاجتماعية لمقدمي البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية.
2. الحدود الزمنية: الفترة التي استغرقتها الباحثة في الدراسة من بداية شهر يناير 2015 حتى نهاية شهر اغسطس 2017.

أدوات الدراسة:

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

فئات الشكل والمضمون:

1. المسئولية الاجتماعية للبرامج يقصد بها مجموعة القيم المهنية الواجب مراعاتها في العمل الإعلامي وخاصة التليفزيوني والتي تتصل بمعايير الأداء الأخلاقية المكتوب والغير مكتوب والتي ينبغي أن توجه أسلوب العمل الإعلامي.
2. المضامين التي ألتزم مقدميها بالمسئولية الاجتماعية محل الدراسة: (اجتماعية – سياسية – أمنية – اقتصادية – دينية – عسكرية – رياضية – ثقافية).
3. مستويات تجهيل المعلومات فى الممارسة الإعلامية محل الدراسة: (التجهيل علي مستوي المصدر) - (التجهيل بنشر الشائعات) - (التجهيل علي مستوي الفاعل).
4. أساليب المعالجة الاحصائية:

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

وتم اللجوء إلي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:.

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

- اختبار كا2 Chi Square Test .

لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

نتائج الدراسة التحليلية

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

جدول رقم (1)

الأطر التي تناول البرنامج من خلالها الموضوعات محل الدراسة

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| البرنامجالأطر | علي مسئوليتي | كل يوم | صفحة جديدة | من ماسبيرو | الاجمالي |
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| سياسية | 100 | 85.5 | 72 | 71.3 | 26 | 27.7 | 31 | 56.4 | 229 | 62.4 |
| اقتصادية  | 21 | 18 | 37 | 36.6 | 16 | 17 | 26 | 47.3 | 100 | 27.2 |
| ثقافية | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 9.1 | 5 | 1.4 |
| عسكرية | 24 | 20.5 | - | - | 1 | 1.6 | - | - | 25 | 6.8 |
| اجتماعية | 111 | 94.9 | 90 | 89.1 | 93 | 98.9 | 48 | 87.3 | 342 | 93.2 |
| امنية | 54 | 46.2 | 37 | 36.6 | 14 | 14.9 | 17 | 30.9 | 122 | 33.2 |
| دينية | 0 | 0 | 9 | 8.9 | 58 | 61.7 | 3 | 5.5 | 70 | 19.1 |
| رياضية | 7 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1.8 | 8 | 2.2 |
| أخري  | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| المجموع  | 117 | 100 | 101 | 100 | 94 | 100 | 55 | 100 | 367 | 100 |

يوضح الجدول السابق الأطر التي تتناولها الموضوعات محل الدراسة وذلك علي النحو التالي: حيث جاء فى المقدمة (اجتماعية) بنسبة 93.2% ، ثم فى المرتبة الثانية (سياسية) بنسبة 62.4% ، ثم فى المرتبة الثالثة (امنية) بنسبة 33.2% ، ثم فى المرتبة الرابعة (اقتصادية) بنسبة 27.2%، ثم فى المرتبة الخامسة (دينية) بنسبة 19.1% ، ثم فى المرتبة السادسة (عسكرية) بنسبة 6.8% ، ثم فى المرتبة السابعة (رياضية) بنسبة 2.2% ، ثم فى المرتبة الثامنة (ثقافية) بنسبة 1.4%

ما هي اتجاه المعالجة الإعلامية للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية ؟

جدول رقم (2)

اتجاه المعالجة الإعلامية محل الدراسة

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| البرنامجاتجاه المعالجة | علي مسئوليتي | كل يوم | صفحة جديدة | من ماسبيرو | الاجمالي |
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| ايجابي | 36 | 30.8 | 25 | 24.8 | 26 | 27.7 | 0 | 0 | 87 | 23.7 |
| سلبي | 34 | 29.1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 12.7 | 44 | 12 |
| محايد | 40 | 34.2 | 52 | 51.5 | 31 | 33 | 34 | 61.8 | 157 | 42.8 |
| غير واضح  | 4 | 3.4 | 24 | 23.8 | 37 | 39.4 | 8 | 14.5 | 73 | 19.9 |
| المجموع  | 117 | 100 | 101 | 100 | 94 | 100 | 55 | 100 | 367 | 100 |

قيمة كا2 = 122.801 درجة الحرية =9 مستوي المعنوية = 0.001مستوي الدلالة = دالة

يوضح الجدول السابق اتجاه المعالجة الاعلامية المقدمة محل الدراسة وذلك علي النحو التالي: حيث جاء فى المقدمة (محايد) بنسبة 42.8%، ثم المرتبة الثانية (ايجابي) بنسبة 23.7%، ثم فى المرتبة الثالثة (غير واضح) بنسبة 19.9%، ثم فى المرتبة الرابعة (سلبي) بنسبة 12%.

1. ما هي الأساليب الإقناع المقدمة في البرامج الحوارية علي الفضائيات المصرية (محل الدراسة) ؟

جدول رقم (3)

أساليب الإقناع المقدمة محل الدراسة

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| البرنامجأساليب الاقناع  | علي مسئوليتي | كل يوم | صفحة جديدة | من ماسبيرو | الاجمالي | كا2 | الاتجاه |
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| الترغيب | 89 | 76.1 | 70 | 69.3 | 90 | 95.7 | 45 | 81.8 | 294 | 80.1 | 33.265\*\* | صفحة جديد |
| الترهيب | 25 | 21.4 | 29 | 28.7 | 17 | 18.1 | - | - | 71 | 19.3 | 11.900\*\* | كل يوم |
| ضرب أمثلة | 108 | 92.3 | 91 | 90.1 | 72 | 76.6 | 48 | 87.3 | 319 | 86.9 | 31.187\*\* | علي مسئوليتي |
| الاستشهاد بآيات قرآنية | 15 | 12.8 | 10 | 9.9 | 13 | 13.8 | - | - | 38 | 10.4 | 4.413 | علي مسئوليتي |
| الاستشهاد بأحاديث نبوية | 0 | 0 | 2 | 2 | 50 | 53.2 | 3 | 5.5 | 55 | 15 | 54.070\*\* | صفحة جديد |
| الحجة والبرهان | 106 | 90.6 | 79 | 78.2 | 85 | 90.4 | 44 | 80 | 314 | 85.6 | 11.356\*\* | علي مسئوليتي  |
| المجموع  | 117 | 100 | 101 | 100 | 94 | 100 | 55 | 100 | 367 | 100 |  |

يوضح الجدول السابق أساليب الإقناع المقدمة محل الدراسة وذلك علي النحو التالي: حيث جاء فى المقدمة (ضرب أمثلة) بنسبة 86.9% ، ثم فى المرتبة الثانية (الحجة والبرهان) بنسبة 85.6% ، ثم فى المرتبة الثالثة (الترغيب) بنسبة 80.1% ، ثم فى المرتبة الرابعة (الترهيب) بنسبة 19.3% ، ثم فى المرتبة الخامسة (الاستشهاد بأحاديث نبوية) بنسبة 15%، ثم فى المرتبة السادسة (الاستشهاد بآيات قرآنية) بنسبة 10.4%

1. ما هي المضامين المثار التي التزام مقدميها بالمسئولية الاجتماعية في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية (محل الدراسة) ؟

جدول رقم (4)

المضامين المثار التي التزام مقدميها بالمسئولية الاجتماعية محل الدراسة

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| البرنامجالمضامين  | علي مسئوليتي | كل يوم | صفحة جديدة | من ماسبيرو | الاجمالي | كا2 |
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| السياسية | 72 | 61.5 | 38 | 37.6 | 19 | 20.2 | 34 | 61.8 | 163 | 44.4 | 8.410\*\* |
| الاقتصادية | 21 | 17.9 | 27 | 26.7 | 5 | 5.3 | 21 | 38.2 | 74 | 20.2 | 27.024\*\* |
| الاجتماعية | 78 | 66.7 | 71 | 70.3 | 81 | 86.2 | 41 | 74.5 | 271 | 73.8 | 11.186\*\* |
| الثقافية | 0 | 0 | 11 | 10.9 | 0 | 0 | 8 | 14.5 | 19 | 5.2 | 28.070\*\* |
| الدينية | 7 | 6 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 | 3 | 8.513\* |
| الرياضية | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 18.2 | 10 | 2.7 | - |
| الحوادث والجريمة | 0 | 0 | 9 | 8.9 | 0 | 0 | 8 | 14.5 | 17 | .6 | 26.670\*\* |
| الصحية | 5 | 4.3 | 8 | 7.9 | 15 | 16 | 23 | 41.8 | 51 | 13.9 | 48.239\*\* |
| التكنولوجية | 7 | 6 | 31 | 30.7 | 20 | 21.3 | 4 | 7.3 | 62 | 16.9 | 28.532\*\* |
| الاثار | 10 | 8.5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 18.2 | 20 | 5.4 | 30.722\*\* |
| البيئية | 0 | 0 | 2 | 1.9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0.5 | 5.269 |
| الفنية | 1 | 0.8 | 6 | 5.9 | - | - | - | - | 7 | 1.9 | 15.918 |
| التعليمية | 0 | 0 | 18 | 17.8 | 2 | 2.1 | - | - | 20 | 5.4 | 33.00\*\* |
| أخري | 69 | 59 | 28 | 27.7 | 21 | 22.3 | 22 | 40 | 140 | 38.1 | 9.905\*\* |
| المجموع  | 117 | 100 | 101 | 100 | 94 | 100 | 55 | 100 | 367 | 100 |

يوضح الجدول السابق المضامين المقدمة التي التزام مقدميها بالمسئولية الاجتماعية محل الدراسة وذلك علي النحو التالي: حيث جاء فى المقدمة (الاجتماعية) بنسبة 73.8% ، ثم فى المرتبة الثانية (الحوادث والجريمة) بنسبة 60% ، ثم فى المرتبة الثالثة (السياسية) بنسبة 44.4% ، ثم فى المرتبة الرابعة (أخري) بنسبة 38.1% ، ثم فى المرتبة الخامسة (الاقتصادية) بنسبة 20.2%

1. ما هي المضامين المثار التي لم يلتزم مقدميها بالمسئولية الاجتماعية في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية (محل الدراسة) ؟

جدول رقم (5)

المضامين المثار التي لم يلتزم مقدميها بالمسئولية الاجتماعية محل الدراسة

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| البرنامجالمضامين  | علي مسئوليتي | كل يوم | صفحة جديدة | من ماسبيرو | الاجمالي | كا2 |
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| السياسية | 31 | 26.5 | 28 | 27.8 | 32 | 34 | 9 | 16.4 | 100 | 27.2 | 11.861\* |
| الاقتصادية | 7 | 6 | 12 | 11.9 | 16 | 17 | 8 | 14.5 | 43 | 11.7 | 30.474\* |
| الاجتماعية | 25 | 21.4 | 17 | 16.8 | 8 | 8.5 | 20 | 36.4 | 70 | 19.1 | 9.456\* |
| الثقافية | 1 | 0.9 | 4 | 4 | - | - | - | - | 5 | 1.4 | 13.371 |
| الدينية | 0 | 0 | 5 | 4.9 | - | - | - | - | 5 | 1.4 | 18.000 |
| الرياضية | 1 | 0. | - | - | 1 | 1.1 | - | - | 2 | 0.5 | 6.964 |
| الحوادث والجريمة | 0 | 0 | - | - | 10 | 10.6 | - | - | 10 | 2.7 | 23.000 |
| الصحية | 1 | 0.9 | - | - | 3 | 3.2 | - | - | 4 | 1.9 | 11.839\* |
| التكنولوجية | 1 | 0.9 | 15 | 14.9 | 1 | .1 | 3 | 5.5 | 20 | 5.4 | 29.111 |
| الاثار | 2 | 1.7 | - | - | 6 | 15.4 | - | - | 8 | 2.2 | 13.650 |
| البيئية | 1 | 0.9 | - | - | 6 | 15.4 | - | - | 6 | 1.6 | 19.00\*\* |
| الفنية | 2 | 1.7 | - | - | 1 | 2.6 | 11 | 20 | 14 | 3.8 | 20.057\*\* |
| التعليمية | 0 | 0 | - | - | 5 | 12.8 | 2 | 3.6 | 7 | 1.9 | 20.000\*\* |
| أخري | 15 | 12.8 | 7 | 6.9 | - | - | 2 | 3.6 | 24 | 6.5 | 22.252\*\* |
| المجموع  | 117 | 100 | 101 | 100 | 94 | 100 | 55 | 100 | 367 | 100 |

يوضح الجدول السابق المضامين المقدمة التي يلتزم مقدميها بالمسئولية الاجتماعية محل الدراسة وذلك علي النحو التالي: حيث جاء فى المقدمة (السياسية) بنسبة 27.2% ، ثم فى المرتبة الثانية (الاجتماعية) بنسبة 19.1% ، ثم فى المرتبة الثالثة (الاقتصادية) بنسبة 11.7% ، ثم فى المرتبة الرابعة (أخري) بنسبة 6.5% ، ثم فى المرتبة الخامسة (التكنولوجية) بنسبة 5.4%.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

1. آمال حسن الغزاوي، المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التليفزيونية فى تناول الأداء الحكومي- دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد التاسع – العدد الثالث – يناير – يوليو ، 2009.
2. حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، الطابعة الرابعة، القاهرة، 2002.
3. راجية إبراهيم عوض، دور البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة في ترتيب أولويات قضايا المواطنة لدي الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015.
4. زينب الحسيني رجب بلال ريحان، الاساليب الاقناعية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى معالجة أحداث المرحلة الانتقالية، رسالة ماجستير، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، 2014.
5. طاهر محسن الغالبي، صالح مهدي العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، دار وائل للنشر، ط2، عمان، 2008.
6. فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسئولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاسها على رضا المستهلك، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة المستنصرية، بغداد، 2003.
7. محمد معوض إبراهيم، المدخل إلى فنون العمل التليفزيوني، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2008.
8. ممدوح عبدالله محمد عبداللطيف، الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدي شباب الجامعات، رساله الماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2009.
9. نايف الشبول، أثر الدراما الفضائية في ظاهرة العنف عند الأطفال، قسم الدراما ، جامعة اليرموك، المجلة الأردنية للفنون مجلد3، عدد 1، 2010.
10. نسمة أحمد يونس البطريق، المسئولية الاجتماعية للإعلام تجاه قضايا العائد على التعليم، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
11. هبه شاهين، المسئولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب - دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة الإعلامية والأمنية، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2015.

ثانياً: المراجع الاجنبية:

- Seider Scott, Bad Things Could Happen, How Fear Impedes Social Responsibility in Privileged Adolescents, Journal of Adolescent Research, v23 n6, 2008.