أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس

دور القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين

د/ مؤمن جبر عبدالشافى

مدرس الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس

السيد لطفى حسن زايد

الملخص

مقدمة:

تستطيع البرامج الحوارية عن طريق القائم بالاتصال فى الوقت الحالى أن تقوم بدور مهم وفعال فى تعريف المراهقين بمشكلات وقضايا المجتمع السياسية وخاصة مع زيادة تقديم تلك النوعية من البرامج ومع مناقشتها للعديد من المشكلات السياسية الموجودة فى المجتمع وعرض جوانب القضايا مما يؤكد على الدور الذى تستطيع هذه البرامج أن تقوم به من نقل مشكلات المجتمع وبناء على هذا فإنه يمكن من خلال القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية خاصة مع إرتفاع نسبة من يشاهدون هذه البرامج من المراهقين أن يسهم فى تشكيل اتجاهات المراهقين السياسية.

مشكلة الدراسة: تحددت فى التساؤل الرئيسى التالى (ما دور القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين ؟

أهمية الدراسة: تستمد الدراسة أهميتها من خلال التعرف على دور القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين .

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة الى التعرف على دور القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين.

نوع ومنهج الدراسة:تنتمي هذه الدراسة إلىالدراسات الوصفية وتستخدم منهج المسح الميدانى.

مجتمع وعينة الدراسة:فئة المراهقين سن 18 عاماً فى جامعتى: ( جامعةعين شمس. جامعة 6 اكتوبر). وقام الباحث بسحب عينةعشوائية قوامها (200 ) مبحوث (100ذكور، 100إناث).

أدوات الدراسة: استمارة الإستبيان.

أساليب المعالجة الإحصائية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.

نتائج الدراسة:

ارتفاع مشاهدة المبحوثين (الذكور والإناث) عينة الدراسة للقنوات الفضائية، فيشاهد 34,2% منهم هذه القنوات بصفة دائمة، ويشاهدها63% أحياناً.

برنامج (العاشرة مساءاً) جاء فى مقدمة البرامج الحوارية التى يحرص المبحوثون على مشاهدتها فى القنوات الفضائية المصرية بنسبة 68,5%، ثم برنامج (الحياة اليوم) فى المرتبة الثانية بنسبة55,9%.

يتأثر 15,6% من المبحوثين بالأفكار والمعلومات السياسية التى تقدمها البرامج الحوارية بصفة دائمة، ويتأثر 81,6% منهم بهذه الأفكار أحياناً، وفى المقابل لا يتأثر 2,7% منهم بهذه الأفكار والمعلومات التى تقدمها البرامج الحوارية.

The Role of The Communicator in the Talk-Show Programs in Egyption Satelite Channels in Forming Adoleseents Political Attitudes

Introduction:

You may talk shows by existing contact at the moment, can play an important and active role in teens define the problems and issues of the political community, especially with the increase in provision of those types of programs and with the discussion of many of the political problems existing in the community and display aspects of the issues, which emphasizes the role that these programs play of the transport problems of society.

Study Problem: Defined in the following main question (what role-based contact in talk shows Egyptian satellite channels in the formation of political trends for teenagers?

Study Significance: The study draws its importance by recognizing the role of the contact-based talk shows in the Egyptian satellite channels in the formation of political trends for teenagers, especially with the increased competition between those programs and focus on many political issues

Study Objectives: The study aims to identify the role of the contact-based talk shows in the Egyptian satellite channels in the formation of political trends for adolescents.

Type & Method: A qualitative study using the sample survey method.

Sample & Population: Represented in youth aged (18 year olds) in (Ain Shams University-6 october University). It is administered on a random sample of (200) items (100 males/100 females).

Instruments: A Questionnaire Form.

Statistical Treatment Approaches: Frequencies and percentages

Results:

- Viewing height respondents (male and female) of the study sample of satellite channels, Vichahd 34.2% of them these channels on a permanent basis, and sometimes watched by 63%

- High intensity Show respondents programs talk shows, where he watched 12.6 percent of the respondents talk shows on a permanent basis, and watched by 81.2% of them sometimes, and in return not seen 6.2% of the respondents talk shows Egyptian satellite TV.

مقدمة:

مع تطور البث التليفزيونى سعت الكثير من القنوات الفضائية العربية الى وجود برنامج حوارى (برنامج التوك شو ) خاص بها وثابت يوميا ضمن هيكلها البرامجى تعرض فيه كل ما يهم المشاهد المصرى من قضايا مجتمعية فى مختلف المجالات، وتستطيع البرامج الحوارية عن طريق القائم بالاتصال فى الوقت الحالى أن تقوم بدور مهم وفعال فى تعريف المراهقين بمشكلات وقضايا المجتمع السياسية وخاصة مع زيادة تقديم تلك النوعية من البرامج ومع مناقشتها للعديد من المشكلات السياسية الموجودة فى المجتمع وعرض جوانب القضايا مما يؤكد على الدور الذى تستطيع هذه البرامج أن تقوم به من نقل مشكلات المجتمع وبناء على هذا فإنه يمكن من خلال القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية خاصة مع إرتفاع نسبة من يشاهدون هذه البرامج من المراهقين أن يسهم فى تشكيل اتجاهات المراهقين السياسية.

أولاً- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تحددت فى التساؤل الرئيسى التالى (ما دور القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين ؟)، وينبثق من هذا التساؤل الرئيسى عدة تساؤلات فرعية كالتالى:

ما معدل مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية المصرية؟

ما مدى انتظام المبحوثين فى مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ؟

ما البرامج الحوارية التى يحرص المبحوثون على مشاهدتها فى القنوات الفضائية المصرية ؟

ما أسباب (دوافع) مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية ؟

ما أهم القضايا التى يحرص المبحوثون على مشاهدتها فى البرامج الحوارية ؟

ما مدى تأثر المبحوثين بالأفكار والمعلومات السياسية التى تقدمها البرامج الحوارية؟

ما أهم السمات التى يجب توافرها فى مقدم البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية ؟

ما أبرز عناصر الاستوديو التى تجذب المبحوثين فى البرامج الحوارية السياسية المقدمة فى الفضائيات المصرية؟

ما التأثيرات المختلفة لمشاهدة المبحوثين للقضايا السياسية بالبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية ؟

ثانياً- أهمية الدراسة: تستمد الدراسة أهميتها من خلال التعرف على دور القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين وخاصة مع ازدياد حدة المنافسة بين القنوات الفضائية من جهة وتلك البرامج والتركيز على العديد من القضايا السياسية من جهة أخرى.

ثالثاً- أهداف الدراسة: تهدف الدراسة الى التعرف على دور القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين.

رابعا- الإطار المعرفى:

المسئولية الاجتماعية الإعلامية: يعرف مدخل المسئولية الاجتماعية بأنه: "الاهتمام بالصالح العام أو الاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته عبر اتصاف الصحافة بسداد الرأى والدقة والعدل ومراعاة النواحى الأخلاقية والقيم".5 أى أن يلتزم القائم بالاتصال سواء كان معدا أو مخرجا أو مقدما للبرنامج بالقيم المهنية المتعارف عليها كالدقة والموضوعية والأمانة ومراعاة ثقافة المجتمع ومعتقداته، إضافة لقيامها بوظائف تتصل بتلبية حاجات المجتمع.

ويكتسب هذا المدخل أهميته لأسباب متعددة أبرزها:4.

أن مدخل المسئولية الاجتماعية يعتنى بالسياق أو بالبيئة الاجتماعية المحيطة وتأخذها بعين الاعتبار أثناء ممارسة العمل الإعلامي.

أنه يعتنى بعملية تنمية المجتمع عموماً من خلال الإقرار بأن استمرار عمل المؤسسة بغض النظر عن تخصصها يشترط عملها على تنمية المجتمعات المحيطة بها.

أنه يشدد على التزام العاملين فى المجال الاعلامى بقيم عديدة أهمها: الدقة، الموضوعية، العدل، والحفاظ على ثقافة المجتمع.

القائم بالاتصال والشأن السياسى فى البرامج الحوارية:لقد عمل شومكر ورايس Shoemaker & Reese على بيان التأثيرات التى يعمل فى إطارها القائم بالاتصال فيما يعرف بهرم التأثيرات وقد وصفا على قمة هذه التأثيرات: تأثير الأيدلوجية حيث تؤثر سياسة الدولة وطبيعة النظام السياسى على محتوى ما تقدمه وسائل الإعلام.ويأتى فى المرتبة الثانية: التأثير على المضمون من خارج المؤسسة الإعلامية حيث تأثيرات القوانين المنظمة وجماعات الضغط، ثم تأثير المؤسسة الإعلامية على المضمون المقدم من خلال سياستها والأهداف الموضوعة لها وسعيها نحو تحقيق المصلحة العامة أو الربح أو الموازنة بينهما.وفى المرتبة الرابعة من هرم التأثيرات: تأثير نظام العمل حيث قيود الوقت والإذاعة والقيم الإخبارية والمصادر التى يعتمد عليها القائم بالاتصال ثم التأثيرات التى يحدثها القائم بالاتصال فى المضمون من خلال خصائصه وصفاته واتجاهاته وكفاءته المهنية9 .وقد أوضح شو وهام Shaw & Hamm أن الجمهور الباحث عن الخبر أنهى عصر القائم بالاتصال التقليدي.. فلم يعد من الممكن أن نفصل من يقدم الخبر عن مكوناته ومعتقداته الشخصية، فقد أوضحت العديد من الأحداث المهمة ومنها احداث الربيع العربى والحرب فى سوريا واليمن أن وسائل الإعلام لديها القوة الكافية لتركيز انتباه الجمهور نحو أولويات قضية عامة10.

خامساً- الدراسات السابقة:

1-دراسة عمر فايز اتاتى Omar Fayez Atati(2015) 8 بعنوان "برامج التوك شو السياسية التليفزيونية فى العالم العربى" وقداستهدفت الدراسة تناول طريقة التفاعل بين مقدم البرنامج التليفزيونى والشخصيات المستضافة ومدى اتساق الاطار المرجعى الثقافى بينهم وتحديد تأثير أنماط مختلفة من التفاعل على الأداء الإعلامى ومدى توافر شروط المهنية بالنسبة لمقدم البرنامج الحوارى والضيوف، وقد توصلت الدراسة الى عدة من النتائج منها:التفاعل بين مقدم

البرنامج والشخصيات المستضافة على النحو القائم يبتعد بالأداء الاعلامى عن دائرة الحياد المرغوب تحقيقها.كما أن هناك ألفاظا لا تليق بالأداء المهنى الاعلامى بين الضيوف وبعض المشاركين عبر الاتصال الهاتفى.

2- دراسة محمود مصطفى محمود الجمل (2014)6:بعنوان العوامل المؤثرة على ترتيب أولويات قضايا القائم بالإتصال فى البرامج الحوارية وعلاقتها بإتجاهات الشباب الجامعى نحوها"هدفت الدراسة الى التعرف على طبيعة ومهام عمل القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية ( التوك شو ) والضغوط التى يتعرض لها والتى تؤثر على اتخاذه قرارات بتقديم أفكار وإعداد قضايا وموضوعات معينة واستبعاد قضايا أخرى ومدى تأثير هذه الضغوط على كيفية المعالجة لهذه الموضوعات وذلك بهدف الوقوف على نقاط القوة والقصور والضعف فى الرسالة الإعلامية وتهتم الدراسة على الجانب الأخر باتجاهات الشباب الجامعى نحو هذه البرامج ودوافع متابعته لبعضها وإحجامه عن البعض الأخر منها والمقارنة بين ترتيب أولويات الشباب الجامعى للقضايا المجتمعية وقد توصلت توصلت الدراسة الى عدد من النتائج اهمها: نسبة 20% من عينة الشباب الجامعى تتابع البرامج الحوارية اليومية بشكل منتظم ونسبة 80% تتابعها بشكل غير منتظم . وأهم دوافع متابعة الشباب الجامعى للبرامج الحوارية الخاصة استقلاليتها وعدم تبعيتها للحكومة مما يجعلها تتناول كل القضايا المجتمعية، وتوفر مساحة كبيرة من الحرية والتعبير عن الرأي ان أكثر القضايا التى تناولتها البرامج الحوارية ويشعر الشباب الجامعى أنها مهمة قضية مصر تحارب الإرهاب وقضية أزمة الوقود والطاقة

3-دراسة سارة محمد ابراهيم طه (2013)3 بعنوان"دور البرامج الحوارية التليفزيونية فى تشكيل الميول السياسية لدى عينة من المراهقين".تهدف هذه الدراسة الى التعرف على الدور الذى تقوم به البرامج الحوارية التليفزيونية فى تشكيل الميول السياسية لدى المراهقين, وتنتمى هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التى تعتمد على منهج المسح الاعلامى بشقيه التحليلى والميداني, ويتمثل مجتمع الدراسة الميدانى فى (400مفردة) من جمهور المراهقين من طلبة المدارس الثانوية ممن تتراوح اعمارهم بين 15-18 عاما فى محافظتى القاهرة والشرقية، وقد توصلت الدراسة إلى:وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين تعرض المراهقين للبرامج الحوارية وبين تشكيل ميولهم السياسية، عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية فى استجابات المبحوثين حول البرامج الحوارية التى يفضلون مشاهدتها طبقا للنوع فيما عدا البرامج السياسية التى يفضلها الذكور بنسبة اكبر عن الاناث، ارتفاع معدل القضايا السياسية المطروحة فى كلا من البرنامجين عينة الدراسة التحليلية.

4-دراسة رانده عاشور عبدالعزيز بسيونى (2013)1 بعنوان"دور مواقع القنوات التليفزيونية الاخبارية فى تشكيل الاتجاهات لدى الشباب المصرى نحو القضايا السياسية".

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على الدور الذى تقوم به مواقع القنوات التليفزيونية الاخبارية فى تشكيل اتجاهات الشباب المصرى عينة الدراسة نحو القضايا السياسية المطروحة, تنتمى هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية وقد استخدمت منهج المسح الاعلامى بشقيه التحليلى والميدانى, ويتمثل مجتمع الدراسة الميدانى فى هذه الدراسة فى الشباب المصرى الذى تتراوح اعماره بين 18-21 عاما بواقع (400 مفردة) ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة،عكست الدراسة متابعة الشباب الجامعى عينة الدراسة للمواقع الخاصة بالقنوات الاخبارية التليفزيونية لما تحمله من رسائل ومضامين ومعلومات مهمة تدعم وتفسر سلوكهم تجاه العديد من القضايا والاحداث السياسية وفهم ما يدور حولهم فى المجتمع المصرى، كما كشفت الدراسة عن أهم القضايا المتابعة من جانب الشباب الجامعى عينة الدراسة للمواقع الخاصة بالقنوات الاخبارية التليفزيونية وجاء فى مقدمتها قضية انهيار الانظمة العربية وقضية قتل المتظاهرين .

5-دراسة ياسمين سعد (2011) 7 بعنوان دور برامج الرأى بقناة مصر الاخبارية فى تكوين المعرفة عن القضايا العامة لدى الجمهور المصري" اهتمت هذه الدراسة للتعرف على مدى اعتماد الجمهور المصرى على برامج الراى بقناة مصر الاخبارية ودورها فى تكوين المعرفة لديهم وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت الدراسات منهج المسح معتمد على صحفية الاستبيان فى جمع البيانات وطبقت الدراسة على عينة قوامها 400 فرد من مشاهدى قناة مصر.وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج منها هناك مجموعة من برامج القناه ساهمت فى جعل المشاهدين على معرفة عليا بكل من القضية الفلسطينية والازمة المالية العالمية وانفلونزا الخنازير هذه البرامج هى (من القاهرة- المشهد- البعد الاخر- السيناريو القادم)كما كشفت الدراسة عن اكثر البرامج متابعة من قبل الجمهور هو برنامج صباح جديد من قناه مصر الاخبارية برنامج الحياة اليوم من برامج شبكة تليفزيون الحياة.

6- دراسة رحاب محمد سراج الدين (2011) 2 بعنوان دور البرامج السياسية فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو المشاركة السياسية: هدفت الدراسة الى معرفة طبيعة الدور الذى يمكن ان تقوم به البرامج السياسية فى الفضائيات العربية نحو تشكيل اتجاهات الجماهير نحو المشاركة السياسية فى مجتمعاتهم والتعرف على العلاقة بين معدل الثقى فيما تقدمة البرامج السياسية من معلومات وووجهات نظر والاتجاهات نحو المشاركة السياسية واعتمد الباحث على المنهج المسحى وقد توصلت الدراسة الي: غلبة المضمون السياسى عن الباقى المضامين الاخرى سواء فى القنوات الاخبارية المتخصصة او فى القنوات العامة، ولم يتجاوز الاهتمام بقضايا المشاركة السياسية نسبة 16.7% وهذه يعنى ضعف الدور الذى تساعد فيه الفضائيات المدروسة فى دعم المشاركة السياسية

سادساً- المفاهيم الإجرائية للدراسة:

- القائم بالاتصال: يقصد به منتج المادة الاعلامية بالبرامج الحوارية التليفزيونية ومقدمها بمعنى اخر الكوادر البشرية الاعلامية التى تعمل على انتاج المادة الاعلامية.

- البرامج الحوارية: هى تلك البرامج التى تقدم بالفضائيات التليفزيونية المصرية وتقوم على الحوار لتناول قضية من القضايا سواء سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو صحية أو فنية وذلك من خلال استضافة الخبراء المتخصصين أو غير المتخصصين ومحاورة الجمهور سواء كانت بطريقة مباشرة داخل أستوديو أو بطريقة غير مباشرة باللقاءات الخارجية والاتصالات الهاتفية .

- المراهقون: هم طلاب جامعتى عين شمس و6 اكتوبر سن 18 عاما بالفرقة الأولى.

سابعاً- منهجية الدراسة:

أ) نوع الدراسة ومنهجها: تنتمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتعتمد على استخدام منهج المسح بالعينة بهدف مسح عينة من المراهقين فى المرحلة العمرية 18 عاما .

ب) مجتمع وعينة الدراسة: يمثل المجتمع البشرى فى هذه الدراسة االمراهقين سن(18 ) عاما طلاب الفرقة الأولى فى الجامعات المصريةالتالية: ( جامعةعين شمس لتمثل االجامعات الحكومية،جامعة 6 اكتوبر: لتمثل االجامعات الخـاصـة). وقام الباحث بسحب عينةعشوائية قوامها (400 ) مفردة (200ذكور، 200إناث)، وتقسم بأسلوب التوزيع المتساوى بين الجامعتين بواقع 200 مفردة لكل جامعة فى الفترة من 15/10/2016 إلى 15/11/2016 .

ج) أدوات الدراسة:تم جمع بيانات الدراسة الميدانية من خلال استمارة إستبيان لجمع البيانات الكمية والكيفية وقام الباحث بإعدادها وتصميمها من خلال تحديد البيانات المطلوب جمعها، ثم وضع التصور المبدئى لإستمارة الإستبيان وإختبارها وتم إجراء التعديلات اللازمة ووضعها فى شكلها النهائى لكى تغطى أهداف الدراسة.

د) أساليب المعالجة الإحصائية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.

ثامناً- نتائج الدراسة الميدانية:

معدل مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية المصرية:

جدول (1)

معدل مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وفقاً للنوع

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  العينةمعدل المشاهدة  | الذكور | الإناث | الإجمالي |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| دائماً | 66 | 33 | 71 | 35,5 | 137 | 34.2 |
| أحياناً | 128 | 64 | 124 | 62 | 252 | 63 |
| لا أشاهدها | 6 | 3 | 5 | 2,5 | 11 | 2.8 |
| الإجمالي | 200 | 100 | 200 | 100 | 400 | 100 |

 قيمة كا2 =0.337 درجة الحرية =2 مستوى الدلالة =غير دالة

يتضح من الجدول السابق ارتفاع مشاهدة المبحوثين (الذكور والإناث) عينة الدراسة للقنوات الفضائية، فيشاهد 34,2% منهم هذه القنوات بصفة دائمة، ويشاهدها63% أحياناً.وبحساب قيمة كا2بلغت (0,337) عند درجة حرية= (2)، وهى قيمة غير دالة إحصائيا ويعنى ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومعدل مشاهدتهم للقنوات الفضائية المصرية.

2- مدى انتظام المبحوثين فى مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وفقاً للنوع:

جدول (2)

مدى انتظام المبحوثين فى مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وفقاً للنوع

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  العينةمدى الإنتظام | الذكور | الإناث | الإجمالي |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| دائماً | 20 | 10,3 | 29 | 14,9 | 49 | 12,6 |
| أحياناً | 159 | 82 | 157 | 80,5 | 316 | 81,2 |
| لا | 20 | 7,7 | 15 | 4,6 | 35 | 6,2 |
| جملة من سئلوا | 199 | 100 | 201 | 100 | 400 | 100 |

 قيمة كا2 =3,163 درجة الحرية =2 مستوى الدلالة =غير دالة

يتضح من الجدول السابق ارتفاع كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية، حيث يشاهد 12,6% من المبحوثين البرامج الحوارية بصفة دائمة، ويشاهدها 81,2% منهم أحياناً، وفى المقابل لا يشاهد 6,2% من المبحوثين البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية.ويلاحظ الباحث من الجدول السابق أن نسبة 93,8% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية والتى تتمثل فى المشاهدة (دائماً) بنسبة 12,6% و(أحياناً) بنسبة 81,2%.

وبحساب قيمة كا2بلغت (3,163) عند درجة حرية= (2)، وهى قيمة غير دالة إحصائيا، ويعنى ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين(الذكور والإناث) ومدى انتظامهم فى مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية.

3-البرامج الحوارية التى يحرص المبحوثون على مشاهدتها فى القنوات الفضائية المصرية وفقاً للنوع:

جدول (3)

البرامج الحوارية التى يحرص المبحوثون على مشاهدتها

فى القنوات الفضائية المصرية وفقاً للنوع

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  العينةالبرامج | الذكور | الإناث | الإجمالي | قيمة Z | الدلالة |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| العاشرة مساءاً | 113 | 63,1 | 137 | 73,7 | 250 | 68,5 | 2,161 | 0,05 |
| الحياة اليوم | 91 | 50,8 | 113 | 60,8 | 204 | 55,9 | 1,905 | غير دالة |
| 90 دقيقة | 98 | 54,7 | 100 | 53,8 | 198 | 54,2 | 0,189 | غير دالة |
| مصر النهارده | 43 | 24 | 52 | 28 | 95 | 26 | 0,855 | غير دالة |
| هنا العاصمة | 50 | 27,9 | 34 | 18,3 | 84 | 23 | 2,187 | 0,05 |
| 48 ساعة | 36 | 20,1 | 27 | 14,5 | 63 | 17,3 | 1,412 | غير دالة |
| على مسئوليتى | 25 | 14 | 37 | 19,9 | 62 | 17 | 1,505 | غير دالة |
| جملة من سئلوا | 179 | 186 | 365 |

يتضح من الجدول السابق أن برنامج (العاشرة مساءاً) جاء فى مقدمة البرامج الحوارية التى يحرص المبحوثون على مشاهدتها فى القنوات الفضائية المصرية بنسبة 68,5%، ثم برنامج (الحياة اليوم) فى المرتبة الثانية بنسبة55,9%، وبرنامج (90 دقيقة) فى المرتبة الثالثة بنسبة 54,2%، ثم برنامج (مصر النهارده) فى المرتبة الرابعة بنسبة 26%، وبرنامج (هنا العاصمة) فى المرتبة الخامسة بنسبة 23%، ثم برنامج (48 ساعة) فى المرتبة السادسة بنسبة 17,3%، وأخيراً برنامج (على مسئوليتى) بنسبة 17% .

4-أسباب (دوافع) مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية وفقاً للنوع:

جدول (4)

أسباب (دوافع) مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية

فى القنوات الفضائية المصرية وفقاً للنوع

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  العينةالأسباب | الذكور | الإناث | الإجمالي | قيمة Z | الدلالة |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| متابعة القضايا والأحداث الجارية | 139 | 77,7 | 162 | 87,1 | 301 | 82,5 | 2,369 | 0,05 |
| تساعدنى فى تكوين رأى تجاه القضايا المجتمعية | 87 | 48,6 | 85 | 45,7 | 172 | 47,1 | 0,555 | غير دالة |
| التعرف على اراء الناس حول القضايا المجتمعية | 67 | 37,4 | 78 | 41,9 | 145 | 39,7 | 0,878 | غير دالة |
| حلقة وصل بين المسئولين والجمهور | 74 | 41,3 | 69 | 37,1 | 143 | 39,2 | 0,829 | غير دالة |
| اسلوب العرض فى البرامج فيه تشويق واثارة للقضيه المعروضة | 73 | 40,8 | 59 | 31,7 | 132 | 36,2 | 1,799 | غير دالة |
| عرض المشكلات والحلول  | 60 | 33,5 | 68 | 36,6 | 128 | 35,1 | 0,608 | غير دالة |
| تزيد من معارفى من الناحية السياسية والاجتماعية | 60 | 33,5 | 57 | 30,6 | 117 | 32,1 | 0,587 | غير دالة |
| أداء مقدمى البرامج ممتع | 45 | 25,1 | 56 | 30,1 | 101 | 27,7 | 1,059 | غير دالة |
| التسلية وقضاء وقت الفراغ | 50 | 27,7 | 41 | 22 | 91 | 24,9 | 1,299 | غير دالة |
| أسلوب المذيعين | 48 | 26,8 | 34 | 18,3 | 82 | 22,5 | 1,951 | غير دالة |
| مناقشة حلول هذه القضايا والأحداث | 40 | 22,3 | 40 | 21,5 | 80 | 21,9 | 0,194 | غير دالة |
| الحرية فى تناول القضايا | 33 | 18,4 | 36 | 19,4 | 69 | 18,9 | 0,116 | غير دالة |
| الموضوعية والصدق فى عرض الأحداث | 35 | 19,6 | 15 | 8,1 | 50 | 13,7 | 3,187 | 0,001 |
| جملة من سئلوا | 179 | 186 | 365 |

يتضح من الجدول السابق أن أسباب مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية تمثلت فى (متابعة القضايا والأحداث الجارية) فى مقدمة هذه الأسباب بنسبة 82,5%، ثم (تساعدنى فى تكوين رأى تجاه القضايا المجتمعية) فى المرتبة الثانية بنسبة47,1%، و(التعرف على اراء الناس حول القضايا المجتمعية) فى المرتبة الثالثة بنسبة 39,7%، ثم (حلقة وصل بين المسئولين والجمهور) فى المرتبة الرابعة بنسبة 39,2%، و(اسلوب العرض فى البرامج فيه تشويق واثارة للقضيه المعروضة) فى المرتبة الخامسة بنسبة 36,2%، ثم (عرض المشكلات والحلول) فى المرتبة السادسة بنسبة 35,1%، و(تزيد من معارفى من الناحية السياسية والاجتماعية) فى المرتبة السابعة بنسبة 32,1%، ثم (أداء مقدمى البرامج ممتع) فى المرتبة الثامنة بنسبة 27,7%، و(التسلية وقضاء وقت الفراغ) فى المرتبة التاسعة بنسبة 24,9%، (أسلوب المذيعين) فى المرتبة العاشرة بنسبة 22,5%، ثم (مناقشة حلول هذه القضايا والأحداث) فى المرتبة الحاديةعشر بنسبة 21,9%، و(تبنى وجهات نظر صحيحة) و(الحرية فى تناول القضايا) فى المرتبة الثانية عشر بنسبة 18,9%، و(الموضوعية والصدق فى عرض الأحداث) فى المرتبة الثالثة عشر بنسبة 13,7% .

5-أهم الموضوعات التى يحرص المبحوثون على مشاهدتها فى البرامج الحوارية وفقاً للنوع

جدول (5)

أهم الموضوعات التى يحرص المبحوثون على مشاهدتها

فى البرامج الحوارية وفقاً للنوع

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  العينةالموضوعات | الذكور | الإناث | الإجمالي | قيمة Z | الدلالة |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| السياسية | 140 | 78,2 | 139 | 74,7 | 279 | 76,4 | 0,782 | غير دالة |
| الإقتصادية | 73 | 40,8 | 96 | 51,6 | 169 | 46,3 | 2,072 | 0,05 |
| الاجتماعية  | 82 | 45,8 | 87 | 46,8 | 169 | 46,3 | 0,184 | غير دالة |
| الرياضية | 96 | 53,6 | 52 | 28 | 148 | 40,5 | 4,987 | 0,001 |
| الدينية  | 75 | 41,9 | 56 | 30,1 | 131 | 35,9 | 2,345 | 0,05 |
| الفنية | 62 | 34,6 | 63 | 33,9 | 125 | 34,2 | 0,154 | غير دالة |
| الثقافية | 53 | 29,6 | 48 | 25,8 | 101 | 27,7 | 0,811 | غير دالة |
| الصحية | 52 | 29,1 | 43 | 23,1 | 95 | 26 | 1,289 | غير دالة |
| الإعلامية | 31 | 17,3 | 56 | 30,1 | 87 | 23,8 | 2,863 | 0,01 |
| جملة من سئلوا | 179 | 186 | 365 |

يتضح من الجدول السابق أن الموضوعات (السياسية) جاء فى مقدمة أهم الموضوعات التى يحرص المبحوثين على مشاهدتها بنسبة 76,4%، ثم الموضوعات(الاقتصادية) فى المرتبة الثانية بنسبة 46,3% لكل منهما، ثم (الموضوعات الاجتماعية) فى المرتبة الثالثة بنسبة 40,5%، ثم (الموضوعات الرياضية) فى المرتبة الرابعة بنسبة 35,9%، و(الموضوعات الدينية) فى المرتبة الخامسة بنسبة 34,2%، ثم (الموضوعات الفنية) فى المرتبة السادسة بنسبة 27,7%، ثم (الموضوعات الثقافية) فى المرتبة السابعة بنسبة 26%، ثم الموضوعات الصحية فى المرتبة الثامنة بنسبة 26%، وأخيراً (الموضوعات الاعلامية) بنسبة 23,8% .

6-مدى تأثر المبحوثين بالأفكار والمعلومات السياسية التى تقدمها البرامج الحوارية:

جدول (6)

مدى تأثر المبحوثين بالأفكار والمعلومات السياسية التى تقدمها البرامج الحوارية وفقاً للنوع

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  العينةمدى التأثر  | الذكور | الإناث | الإجمالي |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| دائماً | 26 | 14,5 | 31 | 16,7 | 57 | 15,6 |
| أحياناً | 150 | 83,8 | 148 | 79,6 | 298 | 81,6 |
| لا  | 3 | 1,7 | 7 | 3,8 | 10 | 2,7 |
| الإجمالي | 179 | 100 | 186 | 100 | 365 | 100 |

يتضح من الجدول السابق أن 15,6% من المبحوثين يتأثرون بالأفكار والمعلومات السياسية التى تقدمها البرامج الحوارية بصفة دائمة، ويتأثر 81,6% منهم بهذه الأفكار أحياناً، وفى المقابل لا يتأثر 2,7% منهم بهذه الأفكار والمعلومات التى تقدمها البرامج الحوارية.

7- أهم السمات التى يجب توافرها فى مقدم البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية تبعا لآراء المبحوثين:

جدول رقم (7)

السمات التى يجب توافرها فى مقدم البرامج الحوارية مرتبة وفقا لآراء المراهقين

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| السمة | الوزن النسبى | الرتبة |
|  |  |  |
| ثقافته ومعلوماته الشخصية حول القضية السياسية  | 2720 | 1 |
| قدرته على تبسيط الامور لتسهيل فهمها | 2695 | 2 |
| أسلوب إدارته للحوار | 2242 | 3 |
| الحيادية فى طرح القضية | 2188 | 4 |
| لباقته فى الحديث والتحاور مع الضيوف  | 2171 | 5 |
| موضوعيته وعدم التحيز لطرف ما | 2128 | 6 |
| سماته الشخصية وجاذبيته | 2079 | 7 |
| خياله وابتكاره لأساليب جديدة | 1993 | 8 |
| أسلوب تقديم البرنامج الحاورى | 1927 | 9 |
| خبرته فى اختيار الضيوف | 1892 | 10 |

 يتضح من الجدول السابق:أن النسبة الأكبر من المبحوثين مهتمين بثقافة المقدم ومعلوماته حول القضية السياسية المطروحة, بوزن مرجح نسبى 2720, وجاءت قدرته على تبسيط الامور لتسهيل فهمها بالدرجة الثانية بوزن مرجح نسبى يبلغ 2695, وفى المرتبة الثالثة جاء أسلوب إدارته للحوار بوزن مرجح نسبى يبلغ 2242, فيما جاءت حيادته فى طرح القضية بالمرتبة الرابعة بوزن مرجح نسبى 2188،اما لباقته فى الحديث والتحاور مع الضيوف والمداخلات بالدرجة الخامسة بوزن مرجح يبلغ 2171, حيث أشارت إحدى الدراسات عن هذا العامل حيث حصل هذا العامل على اعلى نسبة من الأهمية،اما سماته الشخصية جاءت بالمرتبة السابعة بوزن مرجح يبلغ 2079، يليها خياله وابتكاره لأساليب جديدة بوزن مرجح يبلغ 1993،وجاء أسلوب المذيع فى تقديم البرنامج بالمرتبة التالية بوزن مرجح نسبى يبلغ 1972, فى حين جاءت بالمرتبة الأخيرة خبرته فى اختيار الضيوف بوزن مرجح نسبى يبلغ 1892.

8- أبرز عناصر التشويق التى تجذب المبحوثين فى البرامج الحوارية السياسية المقدمة فى الفضائيات المصرية:

جدول رقم (8)

أبرز العناصر فى الاستديو التى تجذب المبحوثين فى البرامج الحوارية المقدمة فى الفضائيات المصرية

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| السمة | الوزن النسبى | الرتبة |
| الإضاءة | 2032 | 1 |
| التقنيات المادية والتكنولوجية الموجودة | 1975 | 2 |
| الديكور المناسب | 1960 | 3 |
| وضعية الكاميرات | 1747 | 4 |
| البوستات الملونة  | 1742 | 5 |
| الألوان  | 1710 | 6 |
| أناقة المقدم والحضور | 1652 | 7 |
| موقع الضيوف داخل الاستوديو | 1638 | 8 |

يتضح من الجدول السابق: أن النسبة الأكبر من المبحوثين يهتمون بالإضاءة المناسبة فى البرنامج الحوارى المقدم, بوزن مرجح نسبى 2032, حيث إن استخدام المثيرات البصرية مضافة إلى المثيرات الصوتية, من أهم العوامل التى تؤثر على المتلقى, وعلى فهم وتذكر المعلومات المقدمة، فى حين جاء استخدام التقنيات والتكنولوجيا المتاحة بالمرتبة الثانية بوزن مرجح نسبى 1975, وقد جاء الديكور المستخدم بالدرجة الثالثة بوزن مرجح 1960, يليه وضعية الكاميرات بوزن مرجح نسبى بلغ 1747, وقد جاء استخدام البوستات الملونة بالدرجة الخامسة من الأهمية بوزن مرجح نسبى 1742.ويليها استخدام الألوان بوزن مرجح نسبى يبلغ 1710, حيث إن الاستخدام الألوان دورا مهما, لما يحمله من دلالات نفسية, وبما يشكله من أهمية فى إعداد البرنامج المقدم ويليه أناقة المقدم بوزن مرجح نسبى يبلغ 1652, وجاء بالمرتبة الثامنة والأخيرة موقع الضيوف داخل الاستوديو بوزن بوزن مرجح نسبى يبلغ 1638

9- التأثيرات المختلفة لمشاهدة المبحوثين للقضايا السياسية بالبرامج الحوارية .

أ- التأثيرات المعرفية السياسية لدى المبحوثين بعد مشاهدة البرامج الحوارية:

جدول (9) أثر مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية على الجانب المعرفى

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  الموافقةالاستجابات  | موافق  | محايد | معارض | المتوسط | الإنحراف المعياري |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| افهم ما يدور حولى من أحداث سياسية  | 267 | 73,2 | 83 | 22,7 | 15 | 4,1 | 2,77 | 1,67 |
| تزيد من معارفى السياسية بالأحداث والقضايا والشخصيات | 286 | 78,4 | 73 | 20 | 6 | 1,6 | 2,76 | 0,46 |
| زيادة الرغبة فى القضاء على الارهاب  | 283 | 77,5 | 65 | 17,8 | 17 | 4,7 | 2,72 | 0,54 |
| إدراك مدى أهمية تعطيل المظاهرات لتقدم المجتمع | 285 | 78,1 | 59 | 16,2 | 21 | 5,8 | 2,72 | 0,56 |
| الرغبة فى تحقيق الأمان لأفراد المجتمع | 274 | 75,1 | 59 | 16,2 | 32 | 8,8 | 2,66 | 0,63 |
| زيادة إنتمائى لوطني | 260 | 71,2 | 79 | 21,6 | 26 | 7,1 | 2,64 | 0,61 |
| الوعى بأهمية تفعيل تطبيق القوانين  | 254 | 69,6 | 92 | 25,2 | 19 | 5,2 | 2,64 | 0,57 |
| التعرف على أبعاد المشكلات السياسية | 258 | 70,7 | 81 | 22,2 | 26 | 7,1 | 2,63 | 0,61 |
| التعرف على أفكار الارهابين المنحرفة | 212 | 58,1 | 130 | 35,6 | 23 | 6,3 | 2,51 | 0,61 |
| التعريف بقضايا الحقوق والحريات الأساسية | 233 | 63,8 | 86 | 23,6 | 46 | 12,6 | 2,51 | 0,70 |
| جملة من سئلوا | 365 |

يتضح من الجدول السابق أن (افهم ما يدور حولى من أحداث سياسية) جاءت فى مقدمة التأثيرات المعرفية لدى المبحوثين بعد مشاهدة البرامج الحوارية بمتوسط 2,77، وجاءت (تزيد من معارفى السياسية بالأحداث والقضايا والشخصيات) فى المرتبة الثانية بمتوسط 2,76، ثم جاءت(زيادة الرغبة فى القضاء على الارهاب) فى المرتبة الثالثة بمتوسط 2,72، ثم (الرغبة فى تحقيق الأمان لأفراد المجتمع) فى المرتبة الرابعة بمتوسط 2,72، و(زيادة إنتمائى لوطني) فى المرتبة الخامسة بمتوسط 2,66.

ب- التأثيرات الوجدانية لدى المبحوثين بعد مشاهدة البرامج الحوارية:

جدول (43)أثر مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية على الجانب الوجدانى وفقاً للنوع

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  الموافقةالاستجابات  | موافق  | محايد | معارض | المتوسط | الإنحراف المعياري |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| زادت حماستى لمتابعة القضية السياسية فى مواقع التواصل الاجتماعى | 283 | 77,5 | 65 | 17,8 | 17 | 4,7 | 2,72 | 0,54 |
| التعاطف مع ضحايا الارهاب والنفور من الارهاب  | 278 | 76,2 | 74 | 20,3 | 13 | 3,6 | 2,72 | 0,52 |
| زيادة حبى وانتمائى لوطني | 276 | 75,6 | 68 | 18,6 | 21 | 5,8 | 2,69 | 0,57 |
| الشعور بأهمية تفعيل آلية الرقابة المجتمعية | 252 | 69 | 93 | 25,5 | 20 | 5,5 | 2,63 | 0,58 |
| الإحساس بالخوف من المستقبل فى ظل ما يعانى منه المجتمع من مشكلات سياسية  | 260 | 71,2 | 67 | 18,4 | 38 | 10,4 | 2,60 | 0,66 |
| الشعور بالقلق والتوتر | 257 | 70,4 | 73 | 20 | 35 | 9,6 | 2,60 | 0,65 |
| الرغبة فى عدم فى النقاش مع الآخرين  | 181 | 49,6 | 129 | 35,3 | 55 | 15,1 | 2,34 | 0,72 |
| الشعور بالسلبية واللامبالاة تجاه المشكلات السياسية فى المجتمع | 161 | 44,1 | 110 | 30,1 | 94 | 25,8 | 2,26 | 1,76 |
| جملة من سئلوا | 365 |

يتضح من الجدول السابق أن (زادت حماستى لمتابعة القضية السياسية فى مواقع التواصل الاجتماعى) جاءت فى مقدمة التأثيرات الوجدانية لدى المبحوثين بعد مشاهدة البرامج الحوارية بمتوسط 2,72، وجاءت (التعاطف مع ضحايا الارهاب والنفور من الارهاب) فى المرتبة الثانية بمتوسط 2,72، ثم جاءت(زيادة حبى وانتمائى لوطني) فى المرتبة الثالثة بمتوسط 2,69، ثم (زيادة حبى وانتمائى لوطني) فى المرتبة الرابعة بمتوسط 2,69، و(الشعور بأهمية تفعيل ألية الرقابة المجتمعية) فى المرتبة الخامسة بمتوسط 2,63، وأخيراً (الإحساس بالخوف من المستقبل فى ظل ما يعانى منه المجتمع من مشكلات سياسية) بمتوسط 2.60.

ج- التأثيرات السلوكية لدى المبحوثين بعد مشاهدة البرامج الحوارية:

جدول (46)أثر مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية على الجانب السلوكى وفقاً للنوع

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  الموافقةالاستجابات  | موافق  | محايد | معارض | المتوسط | الإنحراف المعياري |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| الرفض لأى شكل من أشكال العنف والارهاب فى المجتمع | 294 | 80,5 | 53 | 14,5 | 18 | 4,9 | 2,78 | 0,53 |
| عدم المشاركة فى أى أحزاب سياسية | 231 | 63,3 | 93 | 25,5 | 41 | 11,2 | 2,75 | 0,68 |
| ارسل موقفى تجاه بعض الموضوعات السياسية عبر الفيس بوك | 276 | 75,6 | 79 | 21,6 | 10 | 2,7 | 2,72 | 0,50 |
| المشاركة فى تطبيق الحلول المقترحة للمشكلات السياسية التى يعانى منها المجتمع المصري | 249 | 68,2 | 100 | 27,4 | 16 | 4,4 | 2,63 | 0,56 |
| عدم المشاركة فى المظاهرات السياسية | 231 | 63,3 | 112 | 30,7 | 22 | 6 | 2,57 | 0,60 |
| اعلن موقفى عن القضايا السياسية التى تؤثر على تقدم الوطن على مواقع التواصل الاجتماعى | 216 | 59,2 | 114 | 31,2 | 35 | 9,6 | 2,57 | 0,66 |
| عدم القيام بأى عمل من شأنه الإضرار بمصلحة الوطن | 182 | 49,9 | 125 | 34,2 | 58 | 15,9 | 2,56 | 0,73 |
| اعبر بالرأى لتسليط الضوء حول الموضوعات السياسية  | 237 | 64,9 | 98 | 26,8 | 30 | 8,2 | 2,37 | 0,64 |
| لا اتخذ أى موقف | 62 | 17 | 89 | 24,4 | 214 | 58,6 | 1,58 | 0,76 |
| جملة من سئلوا | 365 |

يتضح من الجدول السابق أن (الرفض لأى شكل من أشكال العنف والارهاب فى المجتمع) جاءت فى مقدمة التأثيرات السلوكية لدى المبحوثين بعد مشاهدة البرامج الحوارية بمتوسط 2,78، وجاءت (عدم المشاركة فى أى أحزاب سياسية) فى المرتبة الثانية بمتوسط 2,75، ثم جاءت(ارسل موقفى تجاه بعض الموضوعات) فى المرتبة الثالثة بمتوسط 2,72، ثم (المشاركة فى تطبيق الحلول المقترحة للمشكلات التى يعانى منها المجتمع المصري) فى المرتبة الرابعة بمتوسط 2,63، و(عدم المشاركة فى المظاهرات السياسية) فى المرتبة الخامسة بمتوسط 2,57.

10-تقييم المبحوثين لدور البرامج الحوارية فى تشكيل ااتجاهاتهم السياسية:

جدول (10)تقييم المبحوثين لدور البرامج الحوارية فى تشكيل اتجاهاتهم السياسية

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  الاستجابةالعبارة | موافق | محايد | معارض | المتوسط | الانحراف المعياري | كا2 |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| البرامج الحوارية تؤثر على قناعاتى ومواقفى السياسة | 200 | 55.0 | 140 | 38.5 | 25 | 6.50 | 2.485 | 0.6170 | 145.94 |
| جعلتنى اعادى الجماعات الارهابية التى تهدد السلم المجتمعى  | 205 | 51.2 | 121 | 35.2 | 39 | 13.5 | 2.377 | 0.7115 | 86.165 |
| تسهم فى زيادة انتمائى للوطن | 157 | 46.75 | 141 | 36.5 | 67 | 16.75 | 2.300 | 0.7391 | 55.80 |
| اتبنى موقف سياسى سلبى تجاه الاحزاب والسياسية لانها سبب الانقسام المجتمعى | 150 | 43.75 | 151 | 40.2 | 64 | 16.0 | 2.277 | 0.7223 | 54.81 |
| تتيح لى الحوار والنقاش السياسى مع الآخرين | 164 | 46.0 | 121 | 32.0 | 80 | 22.0 | 2.240 | 0.7899 | 34.88 |
| جملة من سئلوا | 365 |

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين لتحديد دور البرامج الحوارية فى تشكيل اتجاهات المراهقين السياسية جاءت كالتالى:

- جاءت العبارة "البرامج الحوارية تؤثر على قناعاتى ومواقفى السياسة"فى الترتيب الأول بمتوسط حسابى 2.485، وانحراف معيارى0.6170، حيث بلغت كا2 145.94وهى قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة0.01،ثم جاءت العبارة "جعلتنى اعادى الجماعات الارهابية التى تهدد السلم المجتمعى" فى الترتيب الثانى بمتوسط حسابى 2.377وانحراف معيارى0.7115 حيث بلغت كا2 86.165 وهى قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة0.01، ثم جاءت العبارة"تسهم فى زيادة انتمائى للوطن" فى الترتيب الثالث بمتوسط حسابى 2.300، وانحراف معيارى0.7391 حيث بلغت كا2 55.80 وهى قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة0.01،ثم جاءت العبارة "اتبنى موقف سياسى سلبى تجاه الاحزاب والسياسية لانها سبب الانقسام المجتمعى" فى الترتيب الرابع بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابى 2.277، وانحراف معيارى0.7223، حيث بلغت كا2 54.81 وهى قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة0.01، وأخيراً جاءت العبارة "تتيح لى الحوار والنقاش السياسى مع الآخرين" بمتوسط حسابى 2.240، وانحراف معيارى0.7899 حيث بلغت كا2 34.88 وهى قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة0.01.

الخلاصة:

ارتفاع مشاهدة المبحوثين (الذكور والإناث) عينة الدراسة للقنوات الفضائية، فيشاهد 34,2% منهم هذه القنوات بصفة دائمة، ويشاهدها63% أحياناً.

برنامج (العاشرة مساءاً) جاء فى مقدمة البرامج الحوارية التى يحرص المبحوثون على مشاهدتها فى القنوات الفضائية المصرية بنسبة 68,5%، ثم برنامج (الحياة اليوم) فى المرتبة الثانية بنسبة55,9%، وبرنامج (90 دقيقة) فى المرتبة الثالثة بنسبة 54,2%، ثم برنامج (مصر النهارده) فى المرتبة الرابعة بنسبة 26%.

أسباب مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية تمثلت فى (متابعة القضايا والأحداث الجارية) فى مقدمة هذه الأسباب بنسبة 82,5%، ثم (تساعدنى فى تكوين رأى تجاه القضايا المجتمعية) فى المرتبة الثانية بنسبة47,1%، و(التعرف على اراء الناس حول القضايا المجتمعية) فى المرتبة الثالثة بنسبة 39,7%،

يتأثر 15,6% من المبحوثين بالأفكار والمعلومات السياسية التى تقدمها البرامج الحوارية بصفة دائمة، ويتأثر 81,6% منهم بهذه الأفكار أحياناً، وفى المقابل لا يتأثر 2,7% منهم بهذه الأفكار والمعلومات التى تقدمها البرامج الحوارية.

استجابات المبحوثين لتحديد دور البرامج الحوارية فى تشكيل اتجاهات المراهقين السياسية جاءت كالتالى:جاءت العبارة "البرامج الحوارية تؤثر على قناعاتى ومواقفى السياسة"فى الترتيب الأول ثم جاءت العبارة "جعلتنى اعادى الجماعات الارهابية التى تهدد السلم المجتمعى" فى الترتيب الثانى ثم جاءت العبارة"تسهم فى زيادة انتمائى للوطن" فى الترتيب الثالث ثم جاءت العبارة "اتبنى موقف سياسى سلبى تجاه الاحزاب والسياسية لانها سبب الانقسام المجتمعى" فى الترتيب الرابع وأخيراً جاءت العبارة "تتيح لى الحوار والنقاش السياسى مع الآخرين" .

مراجع الدراسة

أولاً:المراجع العربية:

رانده عاشور عبدالعزيز بسيوني. "دور مواقع القنوات التليفزيونية الاخبارية فى تشكيل الاتجاهات لدى الشباب المصرى نحو القضايا السياسية", رسالة دكتوراه غير منشورة, ( جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة, قسم الإعلام وثقافة الطفل, 2013).

رحاب محمد سراج الدين دور البرامج السياسية فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو المشاركة السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة, جامعة المنيا, كلية الاداب, قسم الاعلام, 2011

ساره محمد إبراهيم طه. "دور البرامج الحوارية التليفزيونية فى تشكيل الميول السياسية لدى عينة من المراهقين", رسالة ماجستير غير منشورة, (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة, قسم الإعلام وثقافة الطفل, 2013).

طاهر محسن الغالبي، وصالح مهدى العامري،: المسئولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، ( عمان: دار وائل للنشر والطباعة, 2010 ).

كريمان محمد صادق، المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة فى الوحدات الاقتصادية، رسالة دكتوراه غير منشورة، ( جامعة القاهرة: كلية الإعلام, قسم العلاقات العامة, 1989).

محمود مصطفى محمود الجمل, العوامل المؤثرة على ترتيب أولويات قضايا القائم بالإتصال فى البرامج الحوارية وعلاقتها بإتجاهات الشباب الجامعى نحوها, رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية بالمنصورة, قسم الإعلام التربوى, 2014)

ياسمين سعد. دور برامج الرأى بقناة مصر الاخبارية فى تكوين المعرفة عن القضايا العامة لدى الجمهور المصرى- رسالة ماجستير غير منشورة- القاهرة- كلية الآداب جامعة عين شمس 2011.

ثانياً:المراجع الأجنبية:

Omar Fayez Atati,”The political.V Interview with An Arab”:A venue for Reconciliation or Discord?PhD in intercultural communication with Arabs,studies in educational,,2015.

Severin, Werner and Tankard, James Communication Theories: Origins, Methods and use in the Mass Media, 4th ed, London: Longman. (1997)

Walter, T., Gray, Roger and Walters, L. Agenda Building in the Presidential Campaigns, Public Relations Review, Vol. 22, No. 1، 1996.