



كلية الإعلام
قسم الإذاعة و التلفزيون

معالجة القضايا المحلية في برامج الحوار الجماهيرية في
القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية و الخاصة

دراسة مقارنة
رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام

إعداد الباحثة
غادة مروان محمود
المعيدة بكلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

إشراف
أ.د. عادل عبد الغفار
الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون
كلية الإعلام - جامعة القاهرة

٢٠١٦م / ١٤٣٧هـ

اعوذ بالله من الشيطان الرجيم

"يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ
أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ"

صدق الله العظيم

{المجادلة آية ١١}

شكر وتقدير

عن أبي هريرة "رضي الله عنه" قال رسول الله صلى الله عليه وسلم "من سلك طريقاً يلتمس فيه علماً سهل الله له به طريقاً إلى الجنة". رواه الإمام مسلم وأصحاب السنن.

الحمد لله حمداً كثيراً طيباً لأن وفقني ويسر لي من عنده، لأتم عملي هذا، والذي أدعو الله عز وجل أن يجعله في ميزان حسناتي.

أبدأ الشكر والتقدير لأستاذي الكريم الأستاذ الدكتور عادل عبد الغفار الذي شرفني التعامل معه على مدار سنوات العمل في جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، وزاد من شرفي واعتزازي وفخري أن يكون مشرفاً على رسالتي، فقدم لي العلم والنصيحة بسعة صدر وتفهم لكي أواصل العمل على إتمامها... أستاذي الدكتور عادل لقد كنت دوماً مثلاً يحتذى به في الخلق والعلم... شكراً أستاذي العزيز أدعو الله أن يجازيك عني وعن غيري خير جزاء، وأن يديم عليك التوفيق والمحبة.

الشكر والتقدير لأمي وأبي الغاليين فلولا رضاهم ودعاؤهم ما كان لمجهودي أن يصبح واقعاً ملموساً وكل أمني أن تسر هذه الرسالة قلبهما.

أما أخوتي وصديقاتي فبكل الحب أشكر لكم حبكم وتشجيعكم لي دائماً. وأخص بالشكر والتقدير وأرسل لها رسالة حب وعرفان الصديقة الغالية د. لمياء سامح فكانت ولازالت عوناً لي في هذه الحياة، ودوماً مثلاً يحتذى به في الاجتهاد والمثابرة.

كما أود أن أشكر أعضاء لجنة المناقشة أ.د. وسام نصر الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، وأ.د. دينا فاروق أبو زيد الأستاذ المساعد بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة عين شمس، وهي ابنة أستاذي أ.د. فاروق أبو زيد (رحمه الله) وهو من كان له الفضل في تعييني كمعيدة وشرفت بالعمل معه لسنوات في كلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، فكل الشكر والتقدير لتسريتهما لي بمناقشة الرسالة.

كما أقدم بالشكر والتقدير لجميع موظفي المكتبة في كلية الإعلام جامعة القاهرة، فلولا ذوقهم ونصيحتهم المخلصة لما استطعت أن أجمع الكثير من المادة العلمية التي أثرت حصيلتي المعرفية في مجال الدراسة.

ولكي يكون ختامه مسك ويكون لشكري وتقديري معنى؛ وجب عليّ تقديم أسمى معاني الشكر والتقدير للزوج والحبيب لكونه يعتبر أن نجاحي وتقديمي هو نجاح له شخصياً. قال رسول الله صلى الله عليه وسلم "خيركم خيركم لأهله، وأنا خير الناس لأهلي"، زوجي الغالي الدكتور حمزة كنت ولازلت خير الناس لأهلك، أدامك الله لي ولأولادنا، شكراً لحبك وثقتك وتشجيعك ومساندتك.

إهداء

كنت قد نويت أن أهدي الرسالة إلى حبي وسندي في الحياة
زوجي الحبيب د. حمزة

وإلى نور عيوني أولادي

نادية ياسين دارين

"ولكني أود أن أهديها لروح أستاذي الدكتور فاروق أبو زيد
"رحمه الله" عرفانا مني بفضلته، لعل كل من يمر بهذه الكلمات
يدعو له بالرحمة والمغفرة والعفو"

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	المحتوى
أ	آية قرآنية
ب	شكر وتقدير
ج	إهداء
د-ط	فهرس المحتويات
ي-ل	فهرس الجداول
م	فهرس الأشكال
ن	الكلمة
س-ر	المقدمة
٨١-١	الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة
٢	تمهيد
٢	مقدمة
٤	المشكلة البحثية
٥	أهمية الدراسة
٦	أهداف الدراسة
٨	الدراسات السابقة
٨	دراسات اعتمدت في إطارها النظري على تطبيق نظرية الأطر الإعلامية في معالجة القضايا في القنوات التليفزيونية
٣٢	دراسات انتهجت التحليل الاجتماعي من خلال منظور المسؤولية الاجتماعية ومحددات الوعي الإعلامي
٤٢	دراسات تناولت المعالجة الإعلامية في القنوات التليفزيونية من حيث نمط الملكية (حكومي - خاص)
٦٩	تعليق على الدراسات السابقة
٧١	تساؤلات الدراسة
٧٢	فروض الدراسة

٧٣	متغيرات الدراسة
٧٣	التعريفات الإجرائية
٧٥	الإجراءات المنهجية
٧٥	نوع الدراسة ومنهجها
٧٦	مجتمع الدراسة
٧٦	عينة الدراسة
٧٧	أداة جمع البيانات
٧٧	القياس المنهجي لمتغيرات الدراسة
٧٨	أولاً: متغير أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المطروحة
٧٨	ثانياً: متغير ديموقراطية الإعلام
٧٩	ثالثاً: متغير المسؤولية (الاجتماعية – الأخلاقية – المهنية)
٨٠	الصدق والثبات
٨١	المعالجة الإحصائية للبيانات
٨٢ - ١٣٦	الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة
٨٣	تمهيد
٨٤	المبحث الأول: نظرية الأطر الإعلامية
٨٤	مقدمة
٨٤	التوثيق التاريخي لنظرية الأطر
٨٦	علاقة نظرية الاطر بنظرية وضع الأجندة
٨٧	ما هو الإطار الخبري
٨٩	التأطير والإطار
٨٩	مراحل عملية التأطير
٩٠	بناء الإطار

٩٠	وضع الإطار
٩١	العواقب الشخصية والاجتماعية للتأطير
٩١	إعادة التأطير
٩٢	العوامل المؤثرة في تشكيل الإطار
٩٢	آليات وأدوات التأطير
٩٥	أنواع الأطر
١٠٤	الأطر المرجعية
١٠٥	النماذج التفسيرية لعملية التأطير
١١٤	نقاط القوة ونقاط الضعف لنظرية الأطر
١١٥	الاتجاهات الحديثة في نظرية الأطر
١١٨	المبحث الثاني: نظرية المسؤولية الاجتماعية
١١٨	مقدمة
١١٨	الأداء الإعلامي ما بين الحكومي والخاص
١٢٠	نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية
١٢١	مفهوم حرية وسائل الاتصال وأبعاده
١٢١	الأبعاد الرئيسية التي يتحقق من خلالها مفهوم حرية وسائل الاتصال
١٢٢	الانتقادات التي وجهت لنظرية الحرية
١٢٣	ظروف نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية
١٢٧	مفهوم المسؤولية الاجتماعية
١٢٩	صفات المسؤولية الاجتماعية
١٣٠	الهدف الرئيسي لنظرية المسؤولية الاجتماعية
١٣٠	المبادئ والاسس التي تركز عليها النظرية
١٣١	إلى ما يشير مفهوم الإعلام المسئول؟

١٣٢	أبعاد المسؤولية الاجتماعية للأداء الإعلامي
١٣٢	تحديد مستوى الالتزام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية للإعلام كما تعكسه البرامج في تناولها للموضوعات المختلفة
١٣٣	محددات الوعي الإعلامي
١٣٤	النماذج التفسيرية لأداء وسائل الإعلام بين الحرية المطلقة والمسؤولية الاجتماعية
١٣٥	الأسباب التي تمنع بعض وسائل الإعلام من تطبيق مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية
١٣٥	الانتقادات التي واجهتها نظرية المسؤولية الاجتماعية
١٣٥	مواثيق الشرف الإعلامية ونظرية المسؤولية الاجتماعية
١٣٥	الدراسة في ضوء نظريتي الأطر الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية
١٩١-١٣٧	الفصل الثالث الإطار المعرفي للإعلام المصري المرحلة الانتقالية (فترة حكم المجلس الأعلى للقوات المسلحة)
١٣٨	تمهيد
١٣٩	تولي المجلس الأعلى للقوات المسلحة للحكم
١٤٠	المرحلة الانتقالية
١٤٠	خصائص المرحلة الانتقالية
١٤١	الإعلام المصري
١٤٢	أشكال ملكية وسائل الإعلام
١٤٢	البنية الأساسية الإعلامية في مصر
١٤٣	أ- التنظيم القانوني و ملكية وسائل الإعلام المرئي والسموع في مصر
١٤٤	التنظيم القانوني للقنوات الحكومية
١٤٥	التنظيم القانوني للقنوات الخاصة
١٤٦	الإشكاليات المتصلة بالملكية والتنظيم القانوني للإعلام المرئي والسموع في مصر وانعكاساتها على قرارات التخطيط البرامجي

١٤٨	مصادر تمويل القنوات التلفزيونية المصرية
١٥١	المشهد الإعلامي المصري قبل الثورة
١٥١	ثورة ٢٥ يناير والأداء الإعلامي
١٥٥	إشكالية القوائم بالاتصال (الإعلامي)
١٥٧	البرامج الحوارية الجماهيرية
١٥٧	الخصائص العامة للبرامج الحوارية الجماهيرية
١٥٩	العناصر الأساسية التي تتكون منها برامج الحوار الجماهيرية
١٦٦	أهمية البرامج الحوارية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة
١٦٨	تأثير برامج الحوار الجماهيرية
١٧٠	أسباب جذب برامج الحوار الجماهيرية لعدد كبير من المشاهدين
١٧٠	مراحل بناء برامج الحوار الجماهيرية
١٧٢	أخلاقيات برامج الحوار الجماهيرية
١٧٢	أساليب خرق أخلاقيات برامج الحوار الجماهيرية
١٧٧	عوامل نجاح برامج الحوار الجماهيرية
١٧٨	الانتقادات الموجهة إلى برامج الحوار الجماهيرية
١٨١	العوامل المؤثرة في مصداقية برامج الحوار الجماهيرية
١٨٢	برامج الحوار الجماهيرية في فترة ما بعد ثورة ٢٥ يناير
١٨٧	تصريحات خبراء الإعلام والأداء الإعلامي المصري الحكومي والخاص
٣٣٧-١٩٢	الفصل الرابع نتائج الدراسة
١٩٣	تمهيد
١٩٣	نتائج التحليل الكمي للدراسة
٢٣٨	نتائج التحليل الكيفي

٣١٨	اختبارات الفروض
٣٢٣	النتائج العامة
٣٣٠	التوصيات
٣٣٣	ما تنثيره الدراسة من دراسات مستقبلية
٣٣٤	خاتمة وملخص الدراسة
٣٤١-٣٣٨	الملاحق
٣٦٢-٣٤٢	المراجع

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول
١٩٣	جدول رقم (١): المعلومات الأساسية عن القنوات والبرامج محل الدراسة.
١٩٤	جدول رقم (٢): العلاقة بين ملكية البرامج محل الدراسة وتقديم فقرة إخبارية عن الأحداث اليومية.
١٩٤	جدول رقم (٣): عدد الأخبار المقدمة من خلال الفقرة الإخبارية.
١٩٥	جدول رقم (٤): العلاقة بين ملكية القناة ومدى مصاحبة الخبر تقرير.
١٩٥	جدول رقم (٥): العلاقة بين ملكية القناة ومدى جود اتصالات هاتفية للتوضيح.
١٩٦	جدول رقم (٦): العلاقة بين ملكية القناة ومدى الاستعانة بضيف لتحليل الأحداث في الفقرة الإخبارية.
١٩٧	جدول رقم (٧): العلاقة بين ملكية القناة ونوع القضية المطروحة.
١٩٨	جدول رقم (٨): العلاقة بين ملكية القناة والمدة الزمنية لمعالجة القضية.
١٩٩	جدول رقم (٩): العلاقة بين ملكية القناة ومدى حالة القضية المطروحة للمعالجة.
١٩٩	جدول رقم (١٠): العلاقة بين ملكية القناة والقوالب الفذية المستخدمة في البرنامج.
٢٠١	جدول رقم (١١): العلاقة بين ملكية القناة والأساليب الفذية المستخدمة في البرنامج.
٢٠٣	جدول رقم (١٢): العلاقة بين ملكية القناة وأسباب تناول القضية المثارة في البرنامج.
٢٠٥	جدول رقم (١٣): العلاقة بين ملكية القناة وبين الأدوات المستخدمة في عملية التأطير للقضايا المحلية.
٢٠٧	جدول رقم (١٤): العلاقة بين ملكية القناة ونوع الإطار المستخدم لعرض القضية.

٢١١	جدول رقم (١٥): العلاقة بين ملكية القناة والأطر المرجعية التي تستخدم في المعالجة للقضايا المحلية.
٢١٥	جدول رقم (١٦): العلاقة بين ملكية القناة ومدى المشاركة الجماهيرية.
٢١٦	جدول رقم (١٧): العلاقة بين ملكية القناة ووسائل المشاركة الجماهيرية في البرنامج.
٢١٧	جدول رقم (١٨): العلاقة بين ملكية القناة وكيفية المشاركة الجماهيرية.
٢١٧	جدول رقم (١٩): العلاقة بين ملكية القناة وزمن المشاركة الجماهيرية.
٢١٨	جدول رقم (٢٠): العلاقة بين ملكية القناة ونوع الجمهور المشارك.
٢١٩	جدول رقم (٢١): العلاقة بين ملكية القناة ووظيفة/ تخصص الجمهور المشارك.
٢٢٠	جدول رقم (٢٢): العلاقة بين ملكية القناة ومكان إقامة المشارك.
٢٢١	جدول رقم (٢٣): العلاقة بين ملكية القناة والمصادر التي اعتمدت عليها القناة في تناول القضية.
٢٢٣	جدول رقم (٢٤): العلاقة بين ملكية القناة ومدى ذكر خلفية معلوماتية عن القضية المطروحة.
٢٢٤	جدول رقم (٢٥): العلاقة بين ملكية القناة واتجاه المعالجة للقضية المطروحة.
٢٢٥	جدول رقم (٢٦): العلاقة بين ملكية القناة وأنواع الاستمالات المستخدمة في عرض القضية.
٢٢٦	جدول رقم (٢٧): العلاقة بين ملكية القناة ومدى شمولية / توازن عرض جوانب القضية.
٢٢٨	جدول رقم (٢٨): العلاقة بين ملكية القناة والصفات الأكثر استخداماً في معالجة القضية المثارة.
٢٢٩	جدول رقم (٢٩): العلاقة بين ملكية القناة ومدى وجود ضيوف.

٣٣٠	جدول رقم (٣٠): العلاقة بين ملكية القناة ونوع الضيوف.
٣٣١	جدول رقم (٣١): العلاقة بين ملكية القناة ووظيفة وتخصص الضيوف المشاركين
٢٣٢	جدول رقم (٣٢): العلاقة بين ملكية القناة وحجم الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي
٢٣٣	جدول رقم (٣٣): نتائج تقييم مستوى الأداء المهني للبرامج محل الدراسة: عناصر المسؤولية / إعداد البرامج
٢٣٤	جدول رقم (٣٤): عناصر المسؤولية / تقديم البرامج
٢٣٥	جدول رقم (٣٥): عناصر المسؤولية / إخراج البرامج
٢٣٦	جدول رقم (٣٦): مستوى الكفاءة الإدارية في القنوات محل الدراسة
٢٣٧	جدول رقم (٣٧): المسؤولية المهنية والأخلاقية (محددات الوعي الإعلامي) للبرامج الحوارية في التعامل مع الشائعات كطرح إعلامي

فهرس الأشكال

الصفحة	الشكل
١٠٥	رسم توضيحي (١) نموذج خالد صلاح الدين ٢٠٠١
١٠٧	رسم توضيحي (٢) لنموذج D'Angelo, 2002
١٠٩	رسم توضيحي (٣) نموذج تنشيط الشلال Entman 2003
١١٢	رسم توضيحي (٤) نموذج أحمد زكريا ٢٠٠٧

الكلمات

يقول الحسين رضي الله عنه وأرضاه:

كَبُرَتِ الْكَلِمَةُ .. وَهَلِ الْبَيْعَةُ إِلَّا كَلِمَةٌ ..

ما دَيْنُ الْمَرْءِ سِوَى كَلِمَةٍ ..

ما شَرَفَ الرَّجُلَ سِوَى كَلِمَةٍ ..

ما شَرَفَ اللَّهَ سِوَى كَلِمَةٍ ..

أَتَعْرِفُ مَعْنَى الْكَلِمَةِ؟

مِفْتَاحُ الْجَنَّةِ فِي كَلِمَةٍ .. دُخُولُ النَّارِ عَلَى كَلِمَةٍ .. قِضَاءُ اللَّهِ هُوَ الْكَلِمَةُ

الْكَلِمَةُ نُورٌ وَبَعْضُ الْكَلِمَاتِ قُبُورٌ

بَعْضُ الْكَلِمَاتِ قِلَاعٌ شَامِخَةٌ .. يَعْتَصِمُ بِهَا النُّبَلُ الْبَشَرِيُّ ..

الْكَلِمَةُ فَرَقَانٌ مَا بَيْنَ نَبِيٍّ وَبَغِيٍّ ..

بِالْكَلِمَةِ تَتَكَشَّفُ الْعُجَّةُ ..

الْكَلِمَةُ نُورٌ وَدَلِيلٌ تَتَبِعُهُ الْأُمَّةُ ..

عِيسَى مَا كَانَ سِوَى كَلِمَةٍ ..

أَضَاءُ الدُّنْيَا بِكَلِمَاتٍ .. وَعِلْمُهَا لِلصَّيَادِينَ فَسَارُوا يَهْدُونَ الْعَالَمَ ..

الْكَلِمَةُ زَلَزَلَتْ الظَّالِمَ .. الْكَلِمَةُ حَصَنُ الْحَرِيَّةِ .. إِنَّ الْكَلِمَةَ مَسْئُولِيَّةٌ ..

إِنَّ الرَّجُلَ هُوَ الْكَلِمَةُ ..

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْكَلِمَةُ ..

شَرَفَ اللَّهَ هُوَ الْكَلِمَةُ ..