



جامعة عين شمس
معهد الدراسات العليا للطفلة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

القيم الاجتماعية بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية وعلقتها بمنظومة القيم لدى الشباب الجامعي

رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير
في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال

إعداد
أميرة عبد الرحمن محمد عبد المتجلبي

إشراف مشارك
د/ مؤمن جبر عبد الشافي
المدرس بقسم الإعلام وثقافة
الأطفال
معهد الدراسات العليا للطفلة

إشراف
د/ عبد العزيز السيد عبد العزيز
أستاذ مساعد ورئيس قسم الإعلام
بكلية الآداب بقنا
جامعة جنوب الوادي



Institute of Post Graduate Studies for Childhood
Mass communication& children culture Dep't.

Thesis Proposal:

**The Social Values Provided in Egyptian Talk Shows
and Their Relationship with Pattern of Values of
Youth in Universities**

*In partial fulfillment of the requirements to award the master
degree in mass communication& children culture studies*

Presented by

AMIRA ABDEL RAHMAN ABDEL MOTAGALLY

Supervision

Dr./Abdel Aziz El Sayed Abdel Aziz

*Associate professor and head of mass communication
department, Quena, South of the valley University*

Participated supervision

Dr. Mo'men Gabr Abdel Shafi

*Lecturer in Mass communication& children
culture Dep't., Institute of Post Graduate Studies
for Childhood, Ain Shams University*

2011

Abstract

مستخلص الدراسة

عنوان الدراسة : (القيم الاجتماعية بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية وعلاقتها بمنظومة
القيم لدى الشباب الجامعي)

اسم الباحثة : أميرة عبد الرحمن محمد عبد المتجل

جهة البحث : معهد الدراسات العليا للطفلة، جامعة عين شمس.

أولاً: مشكلة الدراسة :

تتبّلور مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: ما القيم الاجتماعية بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية
وعلاقتها بمنظومة القيم لدى الشباب الجامعي؟

ثانياً: أهداف الدراسة :

- + التعرف على القيم الاجتماعية التي تتضمنها البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية.
- + الوقوف على مدى تأثير الشباب بالقيم الاجتماعية بالبرامج الحوارية.

ثالثاً: نوع الدراسة ومنهجها:

- تنتهي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، تم استخدام منهج المسح.

رابعاً: مجتمع وعينة الدراسة:

مسح عينة من حلقات برنامجي "العاشرة مساءً" و "مصر النهاردة" لمدة شهر، وقامت الباحثة
بسحب عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة (٤٠٠ ذكور، ٢٠٠ إناث)، وتقسم بأسلوب التوزيع المتساوي
على الجامعات المصرية (عين شمس، ٦ أكتوبر) من الشباب الذين يتراوح أعمارهم من (١٧ حتى ٢١)
سنة.

خامساً: أدوات الدراسة

استماراة تحليل المضمون واستماراة الاستبيان .

سادساً: نتائج الدراسة

+ جاءت (الوعي بخطورة التسيب والإهمال داخل المجتمع) في مقدمة التأثيرات المعرفية للمبحوثين بعد
مشاهدة البرامج الحوارية بileyه (إدراك معلومات جديدة بشأن القضايا والأحداث)، ثم (زيادة الرغبة في
تحقيق العدالة الاجتماعية).

+ تمثلت التأثيرات السلوكية لدى المبحوثين بعد مشاهدة البرامج الحوارية على التوالي في (لن أجأ
للوساطة والمحسوبيّة للحصول على وظيفة) في مقدمة هذه التأثيرات، بileyها (لا أعطى الفرصة لأى
أحد يسلبني حق من حقوقى)، ثم (مساعدة أى فرد تعرض للظلم للحصول على حقه).

٤ جاءت الرفض لأى شكل من أشكال (التبسيب والإهمال فى المجتمع) فى مقدمة التأثيرات الوجданية لدى المبحوثين بعد مشاهدة البرامج الحوارية، ثم جاءت (الإحساس بالمسئولية فى عملى نحو أفراد المجتمع).

اختبار صحة الفروض:

- + ثبت صحة الفرض الأول الذى يفترض وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية ونوعية الاتجاهات (مؤيد - محайд - معارض) نحو القيم الاجتماعية التى تعكسها.
- + ثبت صحة الفرض الثانى الذى يفترض وجود علاقات ذات دلالة إحصائية بين نوعية المتغيرات الديموغرافية ودوافع الاعتماد على البرامج الحوارية بالفضائيات فى اكتساب معلومات القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعى.
- ٤ ثبت صحة الفرض الثالث الذى يفترض وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرات الديموغرافية والتأثيرات المعرفية والوجданية والسلوكية المتربطة على هذا الاعتماد.

سابعاً : الكلمات المفتاحية

Social Values • القيم الاجتماعية:

Talk Shows • البرامج الحوارية :

Universities Youth • شباب الجامعات :

الفهرس

الصفحة	الموضوع
١	مقدمة الدراسة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
٣	أولاً: مشكلة الدراسة
٣٢ ٤	ثانياً: الدراسات السابقة
٣٢	ثالثاً: أهمية الدراسة
٣٣	رابعاً: أهداف الدراسة
٣٣	خامساً: تساؤلات الدراسة
٣٤	سادساً: فروض الدراسة
٤٠ ٤٤	سابعاً: الإطار النظري للدراسة "نظيرية الاعتماد على وسائل الإعلام"
٤١ ٤٠	ثامناً: المفاهيم الإجرائية للدراسة
٤١	تاسعاً: نوع ومنهج الدراسة
٤٣ ٤١	عاشرًا: مجتمع وعينة الدراسة
٤٣	الحادي عشر: أدوات الدراسة
٤٤	الثاني عشر: إجراءات الصدق والثبات
٤٥ ٤٤	الثالث عشر: أساليب المعالجة الإحصائية الإطار المعرفي للدراسة
	الفصل الثاني: علاقة القيم الاجتماعية لدى الشباب بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
	أولاً: أبعاد منظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب
٤٦	تمهيد
٥١ ٤٧	مفاهيم القيم الاجتماعية
٥٣ ٥١	المفاهيم المرتبطة بمفهوم القيم الاجتماعية
٥٤	أهمية القيم الاجتماعية لدى الشباب
٥٦ ٥٥	خصائص القيم الاجتماعية

الصفحة	الموضوع
٥٩ +٦٧	مصادر حصول الشباب على القيم الاجتماعية
٦٠ +٦٩	القيم الاجتماعية والقيم الأخرى لدى الشباب
٦٣ +٧١	تغير القيم الاجتماعية بالمجتمع المصري
٧٠ +٧٣	ثانياً: تأثير وسائل الإعلام في القيم الاجتماعية لدى الشباب
	الفصل الثالث: علاقة الفضائيات المصرية والبرامج الحوارية بالقيم الاجتماعية لدى الشباب
	المحور الأول: القنوات الفضائية المصرية
٧١	▪ تمهيد
٧٢ +٧١	▪ نشأة القنوات الفضائية.
٧٢	▪ أهداف القنوات الفضائية.
٨٠ +٧٣	▪ القنوات الفضائية المصرية
٨٢ +٨٠	▪ تأثير القنوات الفضائية على القيم الاجتماعية لدى الشباب.
	المحور الثاني: البرامج الحوارية Talk Shows
٨٤ +٨٣	▪ مفهوم البرامج الحوارية.
٨٩ +٨٤	▪ نشأة البرامج الحوارية.
٩٨ +٩٩	▪ أنواع وأشكال البرامج الحوارية.
١٠٩ +٩٨	▪ العوامل المؤثرة على البرامج الحوارية.
١١٢ +٩٩	▪ خصائص البرامج الحوارية.
١١٦ +١١٣	▪ معالجة البرامج الحوارية للقضايا المجتمعية البارزة.
١١٧ +١٦	▪ تأثير البرامج الحوارية.
١٢٣ +١٧	الصعوبات والتحديات التي تواجه البرامج الحوارية.
	الفصل الرابع: نتائج الدراسة وتفسيرها
١٥٦ +٢٤	أولاً: نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها
١٨٧ +٥٧	ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها
١٩١ +٨٨	ثالثاً: اختبار صحة الفروض
	خاتمة الدراسة
١٩٤ +٩٢	▪ أهم نتائج الدراسة التحليلية

الصفحة	الموضوع
١٩٦ +٩٥	▪ أهم نتائج الدراسة الميدانية
١٩٦	▪ نتائج اختبار صحة الفروض
١٩٧	▪ التوصيات والمقترنات
	▪ مراجع الدراسة
٢٠٤ +٩٨	▪ المراجع العربية
٢٠٦ +٠٥	▪ المراجع الأجنبية
٢٠٦	▪ موقع الإنترت
	ملحق الدراسة
٢٢٢ +٠٨	ملحق رقم (١) : استماراة تحليل المضمون
٢٢٧ +٢٣	ملحق رقم (٢) : التعريفات الإجرائية لاستماراة تحليل المضمون
٢٣٩ +٣٠	ملحق رقم (٣) : صحيفه استقصاء
٢٤٠	ملحق رقم (٤) : أسماء السادة المحكمين لاستمارتي تحليل المضمون والاستبيان
	ملخص الدراسة
٢٤٤ +٤١	أولاً: ملخص الدراسة باللغة العربية
	ثانياً: ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	م
١٢٥	ال قالب الفني المستخدم في عرض فقرات البرنامجين	٤
١٢٧	مصادِر الحصول على المعلومات في البرنامجين	٤
١٢٨	نوع الضيف في البرنامجين	٤
١٢٩	تخصُص الضيف في البرنامجين	٤
١٣١	شكل مشاركة الجمهور في البرنامجين	٥
١٣٣	أسباب المدخلات التليفونية في البرنامجين	٧
١٣٤	وسائل الإيضاح المستخدمة في عرض القضايا بالبرنامجين	٤
١٣٦	مضمون القضايا المطروحة في البرنامجين	٨
١٣٩	أسلوب معالجة القضايا في البرنامجين	٤
١٤٠	المعالجة الإعلامية للقضايا المطروحة في البرنامجين	١٠
١٤١	نوعية المستويات اللغوية المصاحبة للبرنامجين	١١
١٤٢	أهداف المعالجة الإعلامية في البرنامجين	١٢
١٤٣	مسارات الإنفاذ المستخدمة في البرنامجين	١٣
١٤٤	مسارات الإنفاذ المنطقية المستخدمة في البرنامجين	١٤
١٤٥	مسارات الإنفاذ غير المنطقية المستخدمة في البرنامجين	١٥
١٤٦	القيم الاجتماعية المقدمة في إطار إيجابي في البرنامجين	١٦
١٤٨	القيم الاجتماعية المقدمة في إطار سلبي في البرنامجين	١٧
١٤٩	أسلوب عرض القيم الاجتماعية في البرنامجين	١٨
١٥٠	طريقة تناول القيم الاجتماعية في البرنامجين	١٩
١٥١	اتجاه المعالجة الإعلامية في البرنامجين	٢٠
١٥٢	استعمالات الإنفاذ في البرنامجين	٢١
١٥٣	وظائف المضامين المثارة في البرنامجين	٢٢
١٥٥	التوزيع الجغرافي للقضايا المطروحة	٢٣
١٥٧	معدل مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية المصرية وفقاً لنوع	٢٤

الصفحة	عنوان الجدول	٦
١٥٩	القنوات الفضائية المصرية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها وفقاً لنوع	٤٥
١٦١	مدى انتظام المبحوثين في مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وفقاً لنوع	٤٦
١٦٢	مدى انتظام المبحوثين في مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وفقاً للجامعة	٤٧
١٦٣	أسباب (دافع) مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية وفقاً لنوع	٤٨
١٦٥	البرامج الحوارية التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها في القنوات الفضائية المصرية وفقاً لنوع	٤٩
١٦٧	البرامج الحوارية التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها في القنوات الفضائية المصرية وفقاً للجامعة	٤٠
١٦٨	أهم الموضوعات أو القضايا التي يحرص المبحوثين على مشاهدتها في البرامج الحوارية وفقاً لنوع	٤١
١٧٠	الأشخاص الذين يشاهد معهم المبحوثين البرامج الحوارية وفقاً لنوع	٤٢
١٧١	مدى مناقشة المبحوثين مع الآخرين حول القضايا والأحداث التي تتناولها البرامج الحوارية وفقاً لنوع	٤٣
١٧٢	الأشخاص الذين يتناقش معهم المبحوثين حول القضايا والأحداث التي تتناولها البرامج الحوارية وفقاً لنوع	٤٤
١٧٣	مدى استفادة المبحوثين من النقاش حول الموضوعات التي تتناولها البرامج الحوارية وفقاً لنوع	٤٥
١٧٤	أسباب عدم مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية وفقاً لنوع	٤٦
١٧٥	المصادر التي يعتمد عليها الباحثون للحصول على المعلومات عن القضايا والأحداث الجارية وفقاً لنوع	٤٧
١٧٧	المصادر التي يعتمد عليها الباحثون للحصول على المعلومات عن القضايا والأحداث الجارية وفقاً للجامعة	٤٨

الصفحة	عنوان الجدول	٦
١٧٩	مدى تأثير المبحوثين بالأفكار والمعلومات التي تقدمها البرامج الحوارية وفقاً لنوع	٤٩
١٨٠	أثر مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية على الجانب المعرفي	٤٠
١٨١	اختبار T.Test لدلاله الفروق بين(الذكور والإإناث) في التأثيرات المعرفية بعد مشاهدتهم للبرامج الحوارية	٤١
١٨٢	اختبار T.Test لدلاله الفروق بين المبحوثين في التأثيرات المعرفية بعد مشاهدتهم للبرامج الحوارية وفقاً للجامعة	٤٢
١٨٣	مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية على الجانب الوجداني وفقاً لنوع	٤٣
١٨٤	اختبار T.Test لدلاله الفروق بين(الذكور والإإناث) في التأثيرات الوجدانية بعد مشاهدتهم للبرامج الحوارية	٤٤
١٨٤	اختبار T.Test لدلاله الفروق بين المبحوثين في التأثيرات الوجدانية بعد مشاهدتهم للبرامج الحوارية وفقاً للجامعة	٤٥
١٨٥	أثر مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية على الجانب السلوكي وفقاً لنوع	٤٦
١٨٦	اختبار T.Test لدلاله الفروق بين(الذكور والإإناث) في التأثيرات السلوكية بعد مشاهدتهم للبرامج الحوارية	٤٧
١٨٧	اختبار T.Test لدلاله الفروق بين المبحوثين في التأثيرات السلوكية بعد مشاهدتهم للبرامج الحوارية وفقاً للجامعة	٤٨
١٨٨	معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية وبين نوعية الاتجاهات نحو القيم الاجتماعية التي تعكسها	٤٩
١٨٩	معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين نوعية المتغيرات الديموغرافية وبين دوافع الاعتماد على البرامج الحوارية بالفضائيات في اكتساب معلومات القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي	٥٠
١٩٠	معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين نوعية المتغيرات الديموغرافية وبين درجة الاعتماد على البرامج الحوارية والتأثيرات المرتبطة على التعرض لقيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي	٥١

مقدمة الدراسة:

تعتبر القيم الاجتماعية معتقدات دائمة بأن نوع معين من السلوك مفضل شخصياً أو اجتماعياً على السلوكيات الأخرى، فنقيم من خلالها سلوكنا وسلوك الآخرين، ولذلك فتحتلت كثيراً بين الأفراد وتعتبر مصدراً آخر للفروق الفردية، فضلاً عن أنها تعطينا شعور بالصواب والخطأ، والخير والشر، فإن القيم الاجتماعية هي "أحد المحددات الرئيسية لشخصية الفرد" و"أدلة للحكم على الأشياء" ومن هذا المنطلق فإن القيم الاجتماعية تقوم بدور هام ومؤثر داخل المجتمع، كما أنها تجعل الفرد لديه قدرة الحكم على الصواب والخطأ فيصبح سلوكه مقبولاً اجتماعياً وأيضاً علاقته بباقي أفراد المجتمع، وتقوم بدور هام في جعل الفرد يتواافق مع مجتمعه من خلال إكتسابه خصائصه وتدعمه انتقامه للمجتمع، ومن ناحية أخرى فإن القيم الاجتماعية ذات أهمية بالنسبة للمجتمع فتحافظ على وحدته وتماسكه من خلال ربط أجزاء ثقافته، وتساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه مما يحافظ على استقراره، وبالتالي فإن القيم تؤثر في المجتمع وتتأثر بأي تغير يحدث فيه.

وشهد المجتمع المصري خلال الفترة الأخيرة عدة تحولات جذرية في كافة المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، مما انعكس بطبيعة الحال على منظومة "القيم الاجتماعية" لدى أفراد المجتمع، فتراجع العديد من القيم الاجتماعية ومنها قيمة الإحساس بالأمان والطمأنينة، قيمة القدوة، قيمة العلم، قيمة الأسرة، قيمة الانتفاء للوطن، وغياب قيمة العدالة، في مقابل ظهور سلوكيات سلبية كالرشوة والفساد الإداري والمالي، والنفاق الاجتماعي، التملق للسلطة، سيادة الفهلوة والشطارة، مما انعكس بطبيعة الحال على منظومة "القيم الاجتماعية" لدى أفراد المجتمع وخاصة الشباب الذين يمثلون قطاعاً عريضاً داخل المجتمع المصري، فوفقاً لتقرير التنمية البشرية لعام ٢٠١٠ فإن الشباب الذين يتراوح أعمارهم بين ١٨ و ١٩ عاماً يمثلون حوالي "٢٠ مليون نسمة" أي ما يقرب من ربع سكان مصر^(١)، وهؤلاء الشباب هم قادة المستقبل في مختلف المجالات فلابد من الاهتمام بتنشئتهم ورعايتها حتى يستطيعوا تحمل بناء هذا الوطن في المستقبل ورفعه وعمل على تطبيقه وتقديمه في كافة المجالات السياسية، الاقتصادية، العلمية.

وتعتبر مرحلة الشباب فترة تكوين الشخصية والثقافة والميول إلى الاستقلالية عن الأسرة، وفي الوقت نفسه تتشكل لديهم القيم الاجتماعية والتي يستقيها الشباب من العديد المصادر والتي تتمثل في الأسرة، الأصدقاء، الجامعة، وسائل الإعلام.

^(١) تقرير التنمية البشرية ٢٠١٠، متاح على:

<http://www.undp.org.eg/portals/NHDR/2010/20english.pdf> 5/11/2010 03:45pm.

ويتعرض الشباب لوسائل الإعلام بشكل متزايد ومستمر خاصة مع التطور الذي يحدث في البنى التكنولوجية لهذه الوسائل، مما يزيد من تأثيرها على القيم الاجتماعية لدى الشباب، وهذا من خلال قيامها بالتنشئة الاجتماعية للفرد بتناولها لمختلف المضامين الإعلامية طبقاً لخصائص كل وسيلة إعلامية، وبالتالي تؤثر وسائل الإعلام في سلوك الأفراد داخل المجتمع وتقوم بدور أساسي في تكوين الشخصية والتطبيع الاجتماعي.

ويتميز التليفزيون بأنه أكثر قرابةً وقدرة على جذب الجمهور من وسائل الإعلام الأخرى لاعتماده على الصورة والحركة وال الفورية في نقل الأحداث مما يحقق مزيداً من الألفة والقرب للجمهور، مما يدعم من مصداقية الرسالة الإعلامية المقدمة، فيعتبر التليفزيون مصدراً للأخبار والمعلومات لقطاع عريض من الجمهور وخاصة الشباب الذين يعتمدون على الثقافة السمعبصرية بدرجة أكبر من المقرؤة (أوالمسموعة) وخاصة مع ظهور القنوات الفضائية التي تبث مختلف المضامين الإعلامية سواء السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الدينية أو الرياضية أو الفنية، ولقد توأكب وجود هذه القنوات الفضائية على الساحة الإعلامية مع ظهور قالب برامجي جديد وهو "البرامج الحوارية" التي تتمتع بنسبة مشاهدة عالية من قبل الجمهور وخاصة الشباب، فتشير إحدى الدراسات^(١) إلى أن البرامج الحوارية في مقدمة المصادر التي يحصل الشباب من خلالها على معلومات عن مشكلات المجتمع المصري بنسبة ٣٦٪٢٢، ويقبل الشباب على مشاهدة البرامج الحوارية باعتبارها نافذة إخبارية فتناول مختلف القضايا والأحداث مدعومة بالتحليل والتفسير وعرض مختلف وجهات النظر، مما يجعل المشاهد يتعرف على جميع أبعاد الموضوع، فتعتبر هذه البرامج الملاذ الأكبر للشباب كبديل للتفاعل مع الأسرة والأصدقاء والأساتذة في الجامعة، ومن ناحية أخرى، فإن هذه البرامج تعتمد على تناول مختلف الموضوعات وتقدمها في قالب شيق وجذاب، وذلك من خلال تدعيم المضامين الإعلامية بالتقارير المصورة والمعالجة السريعة للأحداث، وتناول البرامج الحوارية مختلف المضامين الإعلامية التي تتضمن العديد من القيم الاجتماعية، وفي ضوء ما سبق تكشف هذه الدراسة عن القيم الاجتماعية التي تعكسها البرامج الحوارية وتأثيرها على المنظومة القيمية للشباب الجامعي.

^(١) رانيا أحمد محمود، مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري، الإعلام والبناء الثقافي والإجتماعي للمواطن العربي، المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر مايو ٢٠٠٧، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ١٢٩٥.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة

قامت الباحثة بتحديد المشكلة من خلال إجراء الدراسة الاستطلاعية^(*) التي أشارت إلى زيادة مشاهدة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية وكذلك في ضوء نتائج الدراسات السابقة التي أشارت إلى أهمية وسائل الإعلام عموماً والتلفزيون خصوصاً في غرس القيم والمفاهيم والاتجاهات، خاصة وأن المجتمع المصري يشهد تغييراً واضحاً في جميع المجالات سواء السياسية أو الاقتصادية، وذلك ينبع عنه تغييراً واضحاً في جميع المجالات سواء السياسية أو الاجتماعية، أو الاقتصادية، وذلك ينبع عنها تغييراً في ثقافة المجتمع ويتبعه تغيير في القيم الاجتماعية لدى الأفراد، حيث أنها تتسم بالثبات النسبي ولكنها عرضة للتغيير بتغير الظروف الاجتماعية التي يعيش فيها الأفراد، وتقوم وسائل الإعلام بدوراً هاماً بتزويد الأفراد بالمعرفة والمعلومات حول مختلف القضايا، وهذا يجعل لها القدرة على المساهمة في تغيير القيم الاجتماعية لدى الجمهور وخاصة الشباب، وتستطيع البرامج الحوارية في الوقت الحالي أن تقوم بدور كبير في تعريف الشباب بالقضايا المختلفة بالمجتمع وبالتالي تعكس العديد من القيم الاجتماعية الإيجابية والسلوكيات السلبية وخاصة مع زيادة مشاهدة الشباب لها.

وفي ضوء ما سبق تبلورت المشكلة في التساؤل التالي :

ما علاقة القيم الاجتماعية التي يتبعها الشباب بالقيم التي تبناها البرامج الحوارية؟

(*) قامت الباحثة بإجراء الدراسة الاستطلاعية على عينة عشوائية من طلاب جامعة عين شمس (ذكور - إناث) قوامها ٣٠ مفردة من (٢٠١٠/٣/١٥) إلى (٢٠١٠/٣/٣٠) وذلك لتحديد عينة البرامج محل الدراسة، وجاءت النتائج كالتالي : جاءت أكثر الفنوات التي يحرص الشباب على مشاهدتها قناة الحياة في المرتبة الأولى بنسبة ٤٦٩،٤%， يليها في المرتبة الثانية قناة المحور بنسبة ١٩،٤%， ثم قناة دريم (٢) بنسبة ١١،١%， وأخيراً الفضائية المصرية بنسبة ٥،٥%， وجاءت أكبر نسبة مشاهدة لبرنامج العاشرة مساءً ٤،٣٥%， ثم برنامج مصر النهاردة و ٩٠ دقيقة بنسبة ٢٥،٨%， وأخيراً برنامج الحياة اليوم بنسبة ١٢،٩%.

ثانياً: الدراسات السابقة

- تنقسم الدراسات إلى المحورين التاليين:

المحور الأول: دراسات تتعلق بالقيم:

٤ دراسة عبد الفتاح إبراهيم محمود عبدالنبي ١٩٨٧ "دور الصحافة في تغيير القيم

الاجتماعية":^(١)

تستهدف هذه الدراسة التعرف على توجهات مضمون الرسائل الصحفية، وما إذا كانت تلك الرسائل تعمل على التغيير القيمي، وتقدير فاعلية الصحف اليومية وكفاءتها التأثيرية في منطقة تجمع بين السمات الحضرية والريفية على القيم الاجتماعية لدى الأفراد في هذه المنطقة، بإستخدام أدوات (استمارة تحليل المضمون، المقابلة، الملاحظة، استمارة الاستبيان) بالتطبيق على عينة قوامها (٣٩٠) مفردة يمثلوا مختلف فئات القراء بمنطقة السنطة التي أجريت فيها الدراسة الميدانية ، في إطار منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود اتساق فيما بين ترتيب أولويات القيم الاجتماعية عند القائم بالاتصال والمنتج الصحفي المثار على صفحات الصحف كما يكشف عنه تحليل المضمون، في بينما حظيت قيمة الحرية بالأهمية المطلقة لدى القائم بالاتصال توارت هذه القيمة على صفحات الصحف لتحتل المرتبة الرابعة من حيث الأهمية، يميل المضمون الصحفي إلى التغيير أكثر ما يميل إلى التدعيم في القيم التي ترتبط بالجوانب المادية في الحياة الاجتماعية، كلما اتفق مع رؤية الجمهور لهذه القيم، كانت قدرة الصحف على التأثير أكبر في هذه القيم.

٥ دراسة محمود فتوح محمد سعدات ٢٠٠١ "القيم الاجتماعية لدى طلاب المرحلة

الثانوية":^(٢)

تستهدف هذه الدراسة التعرف على القيم الاجتماعية لدى طلاب وطالبات المرحلة الثانوية العامة، بأقسامها الثلاث (العلمي علوم العلمي رياضة الأدبي) الذي يسكنون مناطق ريفية أو حضرية أو نائية، للوصول إلى مجموعة من المقترنات والتوصيات التي من شأنها أن تساعد على تدعيم وتنمية القيم الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية العامة، باستخدام تصميم مقياس للقيم الاجتماعية، بالتطبيق على عينة قوامها (٣٠٠) مفردة من

^(١) عبد الفتاح عبد النبي، دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٨٧، ص ص ٥٢٨.

^(٢) محمود فتوح محمد سعدات، القيم الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠١، ص ص ١٥٥.

(الذكور والإإناث) من طلاب المرحلة الثانوية العامة في الصفين الثاني والثالث الثانوي العام، بأقسامها الثلاث (العلمي علوم العلمي رياضة الأدبي) الذين يسكنون مناطق ريفية أو حضرية أو نائية، ومن تراوح أعمارهم بين (٤٥ - ١٧ سنة)، في إطار المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق جوهرية في متوسطات درجات القيم الاجتماعية السائدة بين طلاب المرحلة الثانوية العامة، الذين يسكنون مناطق ريفية وحضرية ونائية، ولا توجد فروق جوهرية في متوسطات درجات القيم الاجتماعية السائدة بين طلاب المرحلة الثانوية العامة، بأقسام العلمي علوم والعلمي رياضة والأدبي.

٤ دراسة زكريا عبد العزيز ٢٠٠٢ "التليفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين":^(١)

تستهدف هذه الدراسة التعرف على أثر مشاهدة بعض البرامج التليفزيونية على القيم الاجتماعية لدى طلبة وطالبات المرحلة الثانوية ومرحلة التعليم الجامعي بالريف والحضر، بالتطبيق على عينة قوامها ١٢٠٠ طالب وطالبة ، بواقع ٤٠٠ بالمرحلة الثانوية و ٨٠٠ بمرحلة التعليم الجامعي، باستخدام أداة استمار الاستبيان ، وتوصلت الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين القيم الاجتماعية لطلبة الريف بالكليات النظرية ودرجة مشاهدتهم لبرامج الإذاعة المرئية في قيم (المشاركة الاجتماعية الأمانة الالتزام) بينما لا توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيًا في قيم (التعاون الولاء الإيجابية المسؤولية الاجتماعية تقدير العمل الاحترام تقدير الوقت) ودرجة مشاهدة التليفزيون. وبين جود علاقة ارتباط موجب ودال إحصائيًا بين درجة مشاهدة طلبة الريف بالكليات العملية للتليفزيون والقيم الاجتماعية لديهم ، عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين قيم (الولاء المشاركة الاجتماعية - الإيجابية الأمانة المسؤولية الاجتماعية تقدير الوقت الالتزام المجموع الكلى للقيم) لدى طلبة الريف الذين يدرسون بالكليات العملية ودرجة مشاهدتهم لبرامج الإذاعة المرئية في قيم القيم الاجتماعية لطلاب الريف بالكليات العملية ودرجة مشاهدتهم لبرامج التليفزيون في قيم (التعاون الولاء المشاركة الاجتماعية الإيجابية الأمانة المسؤولية الاجتماعية تقدير العمل الاحترام الالتزام المجموع الكلى للقيم) وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين درجة مشاهدة برامج التليفزيون وقيم (التعاون المسؤولية الاجتماعية تقدير العمل الاحترام تقدير الوقت الالتزام) لدى طالبات الحضر بالكليات النظرية، عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين قيم (الولاء المشاركة الاجتماعية

^(١) زكريا عبد العزيز محمود، *التليفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين* (الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، ٢٠٠٢) ص ٤٩٧ - ٤٠١.