



جامعة عين شمس
معهد الدراسات العليا للطفولة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

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

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

إعداد

أميرة عبد الرحمن محمد عبد المتجلي

إشراف مشارك

د/ مؤمن جبر عبد الشافي
المدرس بقسم الإعلام وثقافة
الأطفال
معهد الدراسات العليا للطفولة

إشراف

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

٢٠١١م/١٤٣٢هـ



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

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

اسم الباحثة : أميرة عبد الرحمن محمد عبد المتجلى

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

أولاً: مشكلة الدراسة :

تتبلور مشكلة الدراسة فى التساؤل التالى: ما القيم الاجتماعية بالبرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية وعلاقتها بمنظومة القيم لدى الشباب الجامعى؟

ثانياً: أهداف الدراسة :

١ التعرف على القيم الاجتماعية التى تتضمنها البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية.

٢ الوقوف على مدى تأثر الشباب بالقيم الاجتماعية بالبرامج الحوارية.

ثالثاً: نوع الدراسة ومنهجها:

• تنتمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية، تم استخدام منهج المسح.

رابعاً: مجتمع وعينة الدراسة:

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

خامساً: أدوات الدراسة

استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان .

سادساً: نتائج الدراسة

١ جاءت (الوعى بخطورة التسليب والإهمال داخل المجتمع) فى مقدمة التأثيرات المعرفية للمبحوثين بعد مشاهدة البرامج الحوارية يليه (إدراك معلومات جديدة بشأن القضايا والأحداث)، ثم (زيادة الرغبة فى تحقيق العدالة الاجتماعية).

٢ تمثلت التأثيرات السلوكية لدى المبحوثين بعد مشاهدة البرامج الحوارية على التوالى فى (لن ألجأ للوساطة والمحسوبية للحصول على وظيفة) فى مقدمة هذه التأثيرات، يليها (لا أعطى الفرصة لأى أحد يسلبنى حق من حقوقى)، ثم (مساعدة أى فرد تعرض للظلم للحصول على حقه).

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

اختبار صحة الفروض:

- ١ ثبت صحة الفرض الأول الذى يفترض وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية ونوعية الاتجاهات (مؤيد - محايد - معارض) نحو القيم الاجتماعية التى تعكسها.
- ٢ 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.
- ٣ ثبت صحة الفرض الثالث الذى يفترض وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرات الديموغرافية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

Key words

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 ٣٤	سابعاً: الإطار النظري للدراسة "نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"
٤١ ٤٠	ثامناً: المفاهيم الإجرائية للدراسة
٤١	تاسعاً: نوع ومنهج الدراسة
٤٣ ٤١	عاشراً: 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

الموضوع	الصفحة
مصادر حصول الشباب على القيم الاجتماعية	٥٧ ٥٩
القيم الاجتماعية والقيم الأخرى لدى الشباب	٥٩ ٦٠
تغير القيم الاجتماعية بالمجتمع المصري	٦١ ٦٣
ثانياً: تأثير وسائل الإعلام في القيم الاجتماعية لدى الشباب	٦٣ ٧٠
الفصل الثالث: علاقة الفضائيات المصرية والبرامج الحوارية بالقيم الاجتماعية لدى الشباب	
المحور الأول: القنوات الفضائية المصرية	
■ تمهيد	٧١
■ نشأة القنوات الفضائية.	٧٢ ٧١
■ أهداف القنوات الفضائية.	٧٢
■ القنوات الفضائية المصرية	٧٣ ٨٠
■ تأثير القنوات الفضائية على القيم الاجتماعية لدى الشباب.	٨٠ ٨٢
المحور الثاني: البرامج الحوارية Talk Shows	
■ مفهوم البرامج الحوارية.	٨٣ ٨٤
■ نشأة البرامج الحوارية.	٨٤ ٨٩
■ أنواع وأشكال البرامج الحوارية.	٨٩ ٩٨
■ العوامل المؤثرة على البرامج الحوارية.	٩٨ ١٠٩
■ خصائص البرامج الحوارية.	١٠٩ ١١٢
■ معالجة البرامج الحوارية للقضايا المجتمعية البارزة.	١١٣ ١١٦
■ تأثير البرامج الحوارية.	١١٦ ١١٧
الصعوبات والتحديات التي تواجه البرامج الحوارية.	١١٧ ١٢٣
الفصل الرابع: نتائج الدراسة وتفسيرها	
أولاً: نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها	١٢٤ ١٥٦
ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها	١٥٧ ١٨٧
ثالثاً: اختبار صحة الفروض	١٨٨ ١٩١
خاتمة الدراسة	
■ أهم نتائج الدراسة التحليلية	١٩٢ ١٩٤

الموضوع	الصفحة
▪ أهم نتائج الدراسة الميدانية	١٩٦ + ٩٥
▪ نتائج اختبار صحة الفروض	١٩٦
▪ التوصيات والمقترحات	١٩٧
▪ مراجع الدراسة	
▪ المراجع العربية	٢٠٤ + ٩٨
▪ المراجع الأجنبية	٢٠٦ + ٥٠
▪ مواقع الإنترنت	٢٠٦
ملاحق الدراسة	
ملحق رقم (١): استثمار تحليل المضمون	٢٢٢ + ٥٨
ملحق رقم (٢): التعريفات الإجرائية لاستثمار تحليل المضمون	٢٢٧ + ٢٣
ملحق رقم (٣): صحيفة استقصاء	٢٣٩ + ٣٠
ملحق رقم (٤): أسماء السادة المحكمين لاستمارتي تحليل المضمون والاستبيان	٢٤٠
ملخص الدراسة	
أولاً: ملخص الدراسة باللغة العربية	٢٤٤ + ٤١
ثانياً: ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية	

قائمة الجداول

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

م	عنوان الجدول	الصفحة
٤٥	القنوات الفضائية المصرية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها وفقاً للنوع	١٥٩
٤٦	مدي انتظام المبحوثين في مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وفقاً للنوع	١٦١
٤٧	مدي انتظام المبحوثين في مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وفقاً للجامعة	١٦٢
٤٨	أسباب (دوافع) مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية وفقاً للنوع	١٦٣
٤٩	البرامج الحوارية التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها في القنوات الفضائية المصرية وفقاً للنوع	١٦٥
٥٠	البرامج الحوارية التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها في القنوات الفضائية المصرية وفقاً للجامعة	١٦٧
٥١	أهم الموضوعات أو القضايا التي يحرص المبحوثين على مشاهدتها في البرامج الحوارية وفقاً للنوع	١٦٨
٥٢	الأشخاص الذين يشاهد معهم المبحوثين البرامج الحوارية وفقاً للنوع	١٧٠
٥٣	مدي مناقشة المبحوثين مع الآخرين حول القضايا والأحداث التي تتناولها البرامج الحوارية وفقاً للنوع	١٧١
٥٤	الأشخاص الذين يتناقش معهم المبحوثين حول القضايا والأحداث التي تتناولها البرامج الحوارية وفقاً للنوع	١٧٢
٥٥	مدي استفادة المبحوثين من النقاش حول الموضوعات التي تتناولها البرامج الحوارية وفقاً للنوع	١٧٣
٥٦	أسباب عدم مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية وفقاً للنوع	١٧٤
٥٧	المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات عن القضايا والأحداث الجارية وفقاً للنوع	١٧٥
٥٨	المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات عن القضايا والأحداث الجارية وفقاً للجامعة	١٧٧

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

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 فتختلف 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"أداة 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 يتوافق مع مجتمعه من خلال إكسابه خصائصه وتدعيم انتمائه 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 وتتناثر 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، فتراجعت العديد من القيم الاجتماعية ومنها قيمة الإحساس بالأمان والطمأنينة، قيمة القدوة، قيمة العلم، قيمة الأسرة، قيمة الانتماء للوطن، وغياب قيمة العدالة، في مقابل ظهور سلوكيات سلبية كالرشوة والفساد الإداري والمالي، والنفاق الاجتماعي، التملق للسلطة، سيادة الفهولة والسطارة، 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 فلا بد من الاهتمام بتنشئتهم ورعايتهم حتى يستطيعوا تحمل بناء هذا الوطن في المستقبل ورفعته والعمل على تنميته وتقديمه في كافة المجالات السياسية، الاقتصادية، العلمية.

وتعتبر مرحلة الشباب فترة تكوين الشخصية والثقافة والميل 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/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 التلفزيون بأنه أكثر قرباً وقدرة على جذب الجمهور من الوسائل الإعلامية الأخرى لاعتماده على الصورة والحركة والفورية في نقل الأحداث مما يحقق مزيداً من الألفة والقرب للجمهور، مما يدعم من مصداقية الرسالة الإعلامية المقدمة، فيعتبر التلفزيون مصدراً للأخبار والمعلومات لقطاع عريض من الجمهور وخاصة الشباب الذين يعتمدون على الثقافة السمعية بدرجة أكبر من المقروءة (أو المسموعة) وخاصة مع ظهور القنوات الفضائية التي تبث مختلف المضامين الإعلامية سواء السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الدينية أو الرياضية أو الفنية، ولقد تواكب 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 ٢٢،٣٦%.

ويقبل الشباب على مشاهدة البرامج الحوارية باعتبارها نافذة إخبارية فتتناول مختلف القضايا والأحداث مدعمة 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 وتقديمها في قالب شيق وجذاب، وذلك من خلال تدعيم المضامين الإعلامية بالتقارير المصورة والمعالجة السريعة للأحداث، وتتناول 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 والاجتماعي 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 فى ضوء نتائج الدراسات السابقة التي أشارت إلى أهمية وسائل الإعلام عموماً والتلفزيون خصوصاً فى غرس القيم والمفاهيم والاتجاهات، خاصة وأن المجتمع المصرى يشهد تغييراً واضحاً فى جميع المجالات سواء السياسية أو الاقتصادية، وذلك ينتج عنه تغييراً واضحاً فى جميع المجالات سواء السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية، وذلك ينتج عنه تغييراً فى ثقافة المجتمع ويتبعه تغيير فى القيم الاجتماعية لدى الأفراد، حيث أنها تتسم بالثبات النسبى ولكنها عرضة للتغيير بتغير الظروف الاجتماعية التى يعيش فى إطارها الأفراد، وتقوم وسائل الإعلام بدورها هاماً بتزويد الأفراد بالمعارف والمعلومات حول مختلف القضايا، وهذا يجعل لديها القدرة على المساهمة فى تغيير القيم الاجتماعية لدى الجمهور وخاصة الشباب، وتستطيع البرامج الحوارية فى الوقت الحالى أن تقوم بدور كبير فى تعريف الشباب بالقضايا المختلفة بالمجتمع وبالتالي تعكس العديد من القيم الاجتماعية الإيجابية والسلوكيات السلبية وخاصة مع زيادة مشاهدة الشباب لها.

وفى ضوء ما سبق تبلورت المشكلة فى التساؤل التالى :

ما علاقة القيم الاجتماعية التى يتبناها الشباب بالقيم التى تبثها 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 كالتالى : جاءت أكثر القنوات التى يحرص الشباب على مشاهدتها قناة الحياة فى المرتبة الأولى بنسبة ٦٩،٤%، يليها فى 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 ٣٥،٤%، ثم برنامج مصر النهاردة 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 عبد النبي 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، وتقييم فاعلية الصحف اليومية وكفاءتها التأثيرية في منطقة تجمع بين السمات الحضرية والريفية على القيم الاجتماعية لدى الأفراد في هذه المنطقة، باستخدام 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، فبينما 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 المقترحات 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 ٨ - 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 ٦ - ١٥٥.

(الذكور والإناث) 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، وممن تتراوح أعمارهم بين (٢٥ + ١٧ سنة)، في إطار المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق جوهريّة في متوسطات درجات القيم الاجتماعية السائدة بين طلاب المرحلة الثانوية العامة، الذين يسكنون مناطق ريفية وحضرية ونائية، ولا توجد فروق جوهريّة في متوسطات درجات القيم الاجتماعية السائدة بين طلاب المرحلة الثانوية العامة، بأقسام العلمي علوم والعلمي رياضة والأدبي.

٣ دراسة زكريا عبد العزيز ٢٠٠٢ "التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين":^(١)

تستهدف هذه الدراسة التعرف على أثر مشاهدة بعض البرامج التلفزيونية 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 بالمرحلة التعليم الجامعي، باستخدام أداة استمارة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين القيم الاجتماعية لطلبة الريف بالكلية النظرية ودرجة مشاهدتهم لبرامج الإذاعة المرئية في قيم (المشاركة الاجتماعية الأمانة الالتزام) بينما لا توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية في قيم (التعاون الولاء الإيجابية المسؤولية الاجتماعية تقدير العمل الاحترام تقدير الوقت) ودرجة مشاهدة التلفزيون. وتبين جود علاقة ارتباط موجب ودال إحصائية بين درجة مشاهدة طلبة الريف بالكلية العملية للتلفزيون والقيم الاجتماعية لديهم، عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين قيم (الولاء المشاركة الاجتماعية - الإيجابية - الأمانة المسؤولية الاجتماعية تقدير الوقت الالتزام المجموع الكلي للقيم) لدى طلبة الريف الذين يدرسون بالكلية العملية ودرجة مشاهدتهم لبرامج الإذاعة المرئية، وجدت علاقة ارتباط موجبة ودالة إحصائية بين القيم الاجتماعية لطالبات الريف بالكلية العملية ودرجة مشاهدتهن لبرامج الإذاعة المرئية في قيمة الوقت، وتبين عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين القيم الاجتماعية لدى طالبات الريف بالكلية العملية ودرجة مشاهدتهن لبرامج التلفزيون في قيم (التعاون الولاء المشاركة الاجتماعية الإيجابية الأمانة المسؤولية الاجتماعية تقدير العمل الاحترام الالتزام المجموع الكلي للقيم) وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين درجة مشاهدة برامج التلفزيون وقيم (التعاون المسؤولية الاجتماعية تقدير العمل الاحترام تقدير الوقت الالتزام) لدى طالبات الحضر بالكلية النظرية، عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين قيم (الولاء المشاركة الاجتماعية

^(١) زكريا عبد العزيز محمود، التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين (الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، ٢٠٠٢) ص ٩٧ + ٢٠١.