

التعرض للبرامج الحوارية وعلاقته بصورة مصر والمصريين لدى الجاليات العربية المقيمة في مصر .

دراسة ميدانية

إعداد

د/ جيهان سيد يحيى

المدرس في قسم الإعلام

كلية الدراسات الإسلامية والعربية - جامعة الأزهر

موضوع الدراسة :

تحظى دراسات الاتجاهات والصور التي تشكلها وسائل الإعلام لدى جماهيرها باهتمام الباحثين ومراكز الدراسات الاستراتيجية لمعرفة أبعادها وتأثيراتها سلباً وإيجاباً. فالصورة الإعلامية التي تقدم من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية المختلفة تسهم في تشكيل اتجاهات الأفراد وترسم صوراً ذهنية لديهم لملامح الواقع بحقيقته وزيفه. وقد باتت وسائل الإعلام تقوم بدور مهم وجوهري في نقل المعلومات المختلفة لجميع القطاعات الجماهيرية التي تستهدفها، ولم يعد دورها يقتصر على نقل المعلومات فقط، بل أصبحت تؤدي دوراً لا يستهان به في رسم الصور وتشكيلها للشعوب والدول والمنظمات على حد سواء^(١).

ويؤكد ذلك أن هناك قطاعات جماهيرية عديدة تلجأ إلى الاحتجاج ضد ما تقدمه وسائل الإعلام من تصورات حول شعب ما أو قضايا معينة خاصة به^(٢)، كما أن الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام تشارك في صياغة الاتجاهات حول المضامين التي تبثها عن الأفراد أو الشعوب وحتى الدول. وباتت وسائل الإعلام عاملاً مهماً في تشكيل الصورة الذهنية عن الأفراد والشعوب من خلال ما تبثه من أحداث إخبارية ومضامين مختلفة^(٣).

وفي ظل الثورات التكنولوجية الهائلة التي يشهدها عالم اليوم تحرص الدول المختلفة على تقديم صورتها بشكل إيجابي لدى جماهير الدول الأخرى في الخارج والداخل، وأصبحت تخصص قنوات تليفزيونية تستهدف الجمهور الأجنبي سوء داخل أراضيه أو خارجها لتقديم صورة إيجابية عن الوطن لديه^(٤).

ومن هنا جاء اهتمام الفضائيات العربية عامة والمصرية خاصة بالبرامج الحوارية الجماهيرية، وذلك لدورها المهم في تشكيل آراء واتجاهات ومعارف الجمهور حول ما يحيط بهم من قضايا داخلية وخارجية، وهو ما اتضح بصورته المركزة في السنوات القليلة الماضية، الأمر الذي أسهم في تعدد البرامج الحوارية الجماهيرية في القنوات التليفزيونية ما بين صباحية ومساءلية،

نظراً لأهمية هذه البرامج في مساعدة الرأي العام في الحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية على كافة الأصعدة وطرح وجهات نظر متعددة حول هذه الأحداث، وهو ما يمكن أن يتسبب في إحداث تأثير مباشر على تشكيل آراء الجمهور نحو القضايا محل النقاش، وليس بالضرورة أن يكون هذا الأمر دائماً إيجابياً ولكن ربما يكون له تأثيراته السلبية^(٥).

لذا تعد البرامج الحوارية أحد أكثر الأشكال التليفزيونية شعبية وانتشاراً لدى الجماهير بوجه عام، فهي تركز على الموضوعات التي تحظى باهتمام قطاعات عريضة من المشاهدين، وتعمل على زيادة الخبرات الشخصية للأفراد بما يتعلق بالأحداث والقضايا المهمة التي تشغل الرأي العام، وذلك من خلال إبراز الجوانب العاطفية والعقائدية والنزاع بين أطرافها^(٦).

وقد أصبح المشاهد المصري في حيرة من أمره وهو يتنقل بين البرامج الحوارية «التوك شو»، التي طغى حضورها في أعقاب ثورة ٢٥ يناير، مع انطلاق الكثير من القنوات الفضائية المصرية، وسبب تلك الحيرة أن التغيير الذي نادت به الثورة لم يصل إلى هذه البرامج، بل كان على العكس تغييراً سلبياً طرأ على طبيعة عملها، حيث لم يلمس المشاهد المصري أي اختلاف في الموضوعات التي تقدمها تلك البرامج، أو الأهداف التي تسعى إليها.

ويرى بعض خبراء الإعلام أن هذه البرامج لا تصب في مصلحة المصريين، بل إنها خلقت فوضى إعلامية، من مناقشة الفضائح والتشهير بالأفراد، من خلال مصادر معلومات مشوشة، مما يؤدي إلى إفساد الوعي والمعرفة. كما أن برامج «التوك شو» لا تزال تعتمد على «المذيع النجم»، الذي يحاول فرض شخصيته على برنامجه وضيوفه ويبدى رأيه، في مخالفة صريحة لقواعد العمل الإعلامي، إلى جانب التحيز لوجهة نظر واحدة و«تجييش» الضيوف الذين يعبرون عنها، مما يؤثر على الرأي العام. وقد وصل هذا الحد إلى وصف البرامج الحوارية ببرامج النظارة السوداء^(٧)، لتركيزها على السلبيات وتشويهها لصورة الدولة والمواطنين أمام العالم الخارجي وسط انتقادات عديدة للأداء الإعلامي لبعض مقدمي هذه البرامج إلى درجة التهكم من جانب مشاهدي هذه البرامج داخل مصر وخارجها، وهو ما قد يعمل على تشويه صورة مصر والمصريين لدى الشعوب الأخرى، ومن ثم كانت هناك حاجة لدراسة صورة مصر والمصريين لدى الشعوب العربية وعلاقتها بالتعرض للبرامج الحوارية المصرية

وتؤكد العديد من الدراسات والبحوث العلمية في مجال الاتصال الدور الحيوي الذي تقوم به وسائل الاتصال في تكوين الصورة الذهنية لدينا عن دول العالم وشعوبه وذلك من خلال ما تقدمه هذه الوسائل من معلومات تصور جوانب الحياة المختلفة في هذه الدول.

وتلعب وسائل الاتصال المصرية والعربية دوراً مهماً في تكوين صورة ذهنية عن العرب لدى شعوب العالم الأخرى من خلال ما تقدمه من محاكاة للحياة على أرض الواقع للدول العربية، وأيضاً من خلال ما تسهم به وسائل الاتصال الوطنية المحلية والدولية في تقديم صورتنا لشعوب العالم المختلفة.

وقد تعاظم الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال في تدفق الصور عن الشعوب والدول الأخرى في ظل التطور التكنولوجي الهائل الذي يشهده عالم الاتصال حالياً والذي يسمى بعصر السماوات المفتوحة نظراً لتعدد مصادر المعلومات وتزايد قدر الانفتاح على العالم الخارجي^(١).

وتساعد دراسة هذه الصورة لدى الشعوب في التعرف على طبيعة وملامح هذه الصورة وكيفية تكوينها، ومعرفة الجوانب المتصلة بصورة مصر والمصريين على المستوى السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي والتاريخي والسياحي، وذلك لمعرفة طبيعة الصورة المتشكلة لمصر والمصريين لدى الشعوب العربية وعلاقتها بالتعرض للبرامج الحوارية المصرية، وذلك في ظل ما تتعرض له البرامج الحوارية المصرية من إتهامات تتعلق بتقديم محتوى إعلامي لا يتناسب مع مكانة الإعلام المصري وأداء إعلامي من جانب بعض مقدمي هذه البرامج لا يتفق ومواثيق الشرف الإعلامي، حيث عمدت بعض البرامج إلى أسلوب الإثارة وعرض التفاصيل والصور الفاضحة وتبادل الاتهامات، وهو ما يسهم في تشويه صورة مصر لدى شعوب الدول الأخرى.

الدراسات السابقة :

تسعى عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي للوقوف على الجوانب النظرية، والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما يؤدي إلى إثراء البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة، وقد قامت الباحثة بمراجعة الدراسات السابقة في مجال دراستها وقسمتها إلى محورين من خلال ترتيبها ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم

كالتالي :

المحور الأول: الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية

دراسة أحمد أحمد أحمد عثمان (٢٠١٥) (٩).

استهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل دور البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري في بث قيم العدالة الاجتماعية لدى الشباب، من خلال منهج المسح الإعلامي بأداة الاستبيان المطبق على الشباب المصري، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية بين مشاهدة الشباب للبرامج الحوارية بالتلفزيون وإدراكهم لمفهوم العدالة الاجتماعية، كما أظهرت النتائج تأثير متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي ومتغير نوع البيئة سلباً على كثافة مشاهدة الشباب للبرامج الحوارية بالتلفزيون وإدراكهم لمفهوم العدالة الاجتماعية.

دراسة راجية إبراهيم عوض عطالله (٢٠١٥) (١٠).

استهدفت الدراسة رصد وتحليل دور البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة في ترتيب أولويات قضايا المواطنة لدى الشباب المصري، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بأداة تحليل المضمون، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كل من الأجندة وترتيب أولويات قضايا المواطنة كما تعكسها البرامج الحوارية عينتها الدراسة وبين الأجندة وترتيب أولويات قضايا المواطنة لدى الشباب الجامعي، كما أثبتت الدراسة أن كل من المتغيرات الديموغرافية ودرجة الاعتماد ودرجة الثقة في مصداقية البرامج تؤثر على العلاقة بين ترتيب أولويات قضايا المواطنة التي تعرضها البرامج الحوارية وترتيب أولويات ذات القضايا لدى الباحثين.

دراسة وريا رستم محمد (٢٠١٥) (١١).

استهدفت الدراسة اختبار العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية الكردية والوعي السياسي لدى طلاب الجامعة في إقليم كردستان العراق من خلال دراسة تحليلية وميدانية اعتماداً على منهج المسح بأداتي تحليل المضمون والاستبيان. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ممارسة الإدراك السياسي سلوكياً لدى الباحثين هو أقل من ممارسة الإدراك السياسي معرفياً من حيث الحصول على المعلومات من مصادر متعددة، كما أبرزت الدراسة وجود اتجاه إيجابي

عام لدى طلاب الجامعات، واتَّفَقهم على أنَّ البرامج الحوارية تقومُ بأدوارٍ إيجابية في تشكيل وعيهم السياسي.

دراسة منال العارف أحمد أحمد (٢٠١٤) (١٢).

استهدفت الدراسة التعرف على ورصد وتحليل البرامج الحوارية الجماهيرية في الفضائيات المصرية الخاصة وعلاقتها بالسخط السياسي لدى الجمهور من خلال دراسة تحليلية وميدانية اعتماداً على منهج المسح بأداتي تحليل المضمون والاستبيان، وأبرزت نتائجها تصدراً للقضايا السياسية مقدمة القضايا التي تناولتها البرامج الحوارية الجماهيرية في البرامج الحوارية محل الدراسة، تلتها القضايا الاجتماعية ثم القضايا الاقتصادية. وانتهت الدراسة إلى ارتفاع مستوى السخط السياسي لدى أفراد العينة؛ حيث بلغت (٩٤.٢ %) في حين بلغ نسبة من لديهم سخط سياسي منخفض نسبة (٥.٨ %).

دراسة هبه صلاح الدين (٢٠١٤) (١٣).

استهدفت الدراسة التعرف على ورصد وتحليل دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في اتجاهات الشباب الجامعي نحو بعض قضايا الإصلاح السياسي في مصر عقب ثورة ٢٥ يناير من خلال دراسة تحليلية ميدانية اعتماداً على منهج المسح بأداتي تحليل المضمون والاستبيان، وأسفرت نتائج الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو قضايا الإصلاح السياسي تبعاً لاختلاف مستويات تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية. كذلك وجود ارتباط موجب دال إحصائياً بين كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية ومستويات الاتجاه نحو قضايا الإصلاح السياسي في مصر.

دراسة إبراهيم صابر أحمد (٢٠١٣) (١٤).

استهدفت الدراسة رصد وتحليل الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية في التلفزيون لدى عينة معينة من المراهقين وعلاقتها بتقبلهم الرسالة الإعلامية من خلال دراسة ميدانية اعتماداً على منهج المسح بأداة الاستبيان، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية وتقبل الرسالة الإعلامية لدى عينة المراهقين. وكذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في الريف والحضر ومدى تقبلهم للرسالة الإعلامية.

دراسة محمود حسن إسماعيل (٢٠١٣) (١٥).

استهدفت الدراسة رصد وتحليل دور البرامج الحوارية بالفضائيات العربية في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول أحداث ثورة ٢٥ يناير من خلال دراسة ميدانية اعتماداً على منهج المسح بأداة الاستبيان، وأظهرت النتائج أن أغلبية الشباب الجامعي يعتمدون على البرامج الحوارية كمصدر مهم للحصول على المعلومات حول الأحداث المتعلقة بثورة ٢٥ يناير، كما أشارت إلى التأثيرات المختلفة (الوجدانية والمعرفية والسلوكية) المترتبة على تعرض الشباب الجامعي المعتمدين للبرامج الحوارية بالفضائيات العربية في الحصول على المعلومات حول أحداث ثورة ٢٥ يناير.

دراسة سعيد النادي سعد محمد (٢٠١١) (١٦).

استهدفت الدراسة التعرف على سمات صورة السياسي في البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري وعلاقتها بإدراك الجمهور والصفوة لصورته الواقعية من خلال دراسة تحليلية ميدانية اعتماداً على منهج المسح بأداتي تحليل المضمون والاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور والصفوة في البعد الأول لمقياس إدراك الصورة الذهنية المتكونة عن السياسيين من خلال البرامج الحوارية والخاصة (بأداء السياسيين) لصالح الصفوة، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في باقي الأبعاد والدرجة الكلية.

دراسة فائزة طه عبد الحميد (٢٠١١) (١٧).

استهدفت الدراسة التعرف على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية، من خلال دراسة ميدانية اعتماداً على منهج المسح بأداة الاستبيان، وأبرزت نتائج الدراسة ارتفاع مستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية من خلال البرامج الحوارية. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية.

دراسة ريهام سامي حسين (٢٠٠٨) (١٨).

استهدفت الدراسة التعرف على دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري من خلال دراسة تحليلية ميدانية اعتماداً على منهج المسح بأداتي تحليل المضمون والاستبيان، وأظهرت الدراسة نجاح البرامج الحوارية في ترتيب أولويات القضايا التعليمية، الدينية، وقضايا المرافق والخدمات، بينما لم تنجح بالنسبة

للقضايا الاعلامية والبيئية. كما أبرزت النتائج اعتماد الجمهور في الحصول على معلومات عن القضايا المجتمعية المصرية بالترتيب على: القنوات الفضائية العربية ثم القنوات المصرية الخاصة ثم الصحف القومية، التلفزيون المصري الحكومي فالانترنت.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الصورة الإعلامية

دراسة ملك إسماعيل (٢٠١٦) (١٩).

استهدفت الدراسة التعرف على صورة مصر في المواقع الإخبارية العالمية منذ ثورة يناير، وتضمنت الدراسة سبعة مواقع إخبارية بالرصد والتحليل من خلال دراسة تحليلية اعتماداً على منهج المسح بأداة تحليل المضمون، وأظهرت نتائج البحث تعزيز الصورة الإيجابية عن مصر في التغطية السودانية الإخبارية لمختلف الأحداث المحلية بنسبة ٣٥.٩٪، وغلبت الصورة السلبية عن مصر في التغطية الأمريكية بنسبة ٤٨.٧٪، كذلك طغت الصورة السلبية عن مصر على تغطية موقع إنجلترا الإخبارية بنسبة ٤٤.٨٪.

دراسة رانيا فوزي (٢٠١٥) (٢٠).

سعت الدراسة إلى تحليل الصورة الإعلامية لمصر في صحيفة "بديعوت أحرانوت" العبرية خلال الأشهر الأولى من حكم الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي، من خلال دراسة تحليلية اعتماداً على منهج المسح بأداة تحليل المضمون، وأظهرت نتائج البحث تغليب الصورة الإعلامية السلبية عن مصر في الصحف الإسرائيلية عينة البحث بنسبة ٤٦.٢٪ من إجمالي الصورة الكلية للدولة وأن أكثر الفئات التي طالها التشويه المتعمد كان الرئيس السيسي يليه رجال الشرطة والجيش ثم السياسيين والشخصيات العامة.

دراسة أماني محمد بدر (٢٠١٥) (٢١).

سعت الدراسة إلى تحليل صورة المجلس العسكري في الصحف المصرية المطبوعة والإلكترونية من خلال دراسة تحليلية اعتماداً على منهج المسح بأداة تحليل المضمون، وأسفرت الدراسة عن تكون صورة إيجابية عن المجلس العسكري في صحف ومواقع الدراسة، بسبب دوره الوطني في حماية المتظاهرين وحماية الدولة والحفاظ عليها من التفكك والانحيار، برغم التحديات التي واجهها خلال إدارته لشؤون الدولة في الفترة الانتقالية بعد ثورة يناير ٢٠١١.

دراسة مرزوق عبد الحكم العادلي (٢٠١٤) (٣٢).

سعت الدراسة إلى تحليل الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور المصري بعد ثورة ٣٠ يونيو من خلال دراسة تحليلية اعتمداً على منهج المسح بأداة تحليل المضمون، وأبرزت الدراسة أن طبيعة الصورة الذهنية التي يحملها مجتمع البحث عن الجيش المصري، 'إيجابية' بعد ثورة ٣٠ يونيو، وأن هناك عوامل كثيرة أدت إلى تشكيل هذه الصورة، منها الإعلامية، ومنها الخبرات الشخصية، وأن مجتمع البحث نتيجة لهذه الصورة الذهنية التي يحملها للجيش؛ فإنه يثق فيه، ويؤيده بنسبة كبيرة.

دراسة ياسمين محم محمود أبو العلا (٢٠١٣) (٣٣).

سعت الدراسة إلى تحليل صورة مصر في الصحافة الإيرانية وصورة إيران في الصحافة المصرية، دراسة تحليلية مقارنة على عينة من الصحف الإيرانية والمصرية الناطقة باللغتين العربية والإنجليزية، وخلصت الدراسة إلى أن الصورة المكونة عن مصر في الصحف الإيرانية تكونت من جوانب إيجابية وأخرى سلبية وإن كانت أكثر ميلاً للتركيز على الجوانب السلبية الذهنية، في المقابل كانت الصورة المقدمة عن إيران في الصحف المصرية لها جوانب إيجابية وأخرى سلبية وإن كنت أكثر ميلاً للتركيز على الجوانب السلبية، حيث تم تقديم إيران كدولة تعمل على قمع وكبت الحريات وحبس الصحفيين والمعارضة والسعي لامتلاك السلاح النووي.

دراسة هبة شاهين (٢٠١١) (٣٤).

سعت الدراسة إلى تحليل دور القنوات الإخبارية في تشكيل صورة مصر لدى الجمهور العربي من خلال دراسة تحليلية ميدانية اعتمداً على منهج المسح بأداتي تحليل المضمون والاستبيان، وأوضحت الدراسة قيام القنوات الإخبارية العربية محل الدراسة بدور انتقائي في إبراز بعض جوانب صورة مصر وإغفال البعض الآخر، وغلبة الطابع السلبي على الموضوعات المتعلقة بمصر، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين الصورة الإعلامية المقدمة عن مصر عبر القنوات الإخبارية والصورة الذهنية المكونة لدى الجمهور العربي عن مصر.

دراسة ممدوح عبد اللطيف (٢٠٠٩) (٣٥).

استهدفت الدراسة التعرف على الصورة الإعلامية للحكومية المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات من خلال

دراسة تحليلية ميدانية اعتمداً على منهج المسح بأداتي تحليل المضمون والاستبيان، وأبرزت نتائجها أن الصورة الذهنية للحكومة المصرية جاءت سلبية لدى المبحوثين، حيث أنهم يروا أن الحكومة تهدر أموال طائلة في مشروعات غير مجدية في الترتيب الأول بمتوسط ١.٤٧، كما أشارت النتائج إلى وجود فروق فردية ذات دلالة إحصائية لمتغير (نوع التعليم، تعليم الوالد، المستوى الاجتماعي الاقتصادي) حول الصورة الذهنية للحكومة المصرية.

دراسة وسام فاضل راضي (٢٠٠٧) (٢٦).

استهدفت الدراسة التعرف على دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل الصورة الإعلامية والسياسية عن العراق من خلال دراسة ميدانية على طلبة جامعتي الانبار والكوفة، وأكدت الدراسة سعي القنوات الإخبارية الى رسم صورة سلبية عن الدور الذي تقوم به دول جوار العراق إزاء القضايا العراقية الرئيسية، كما ركزت قناة الجزيرة على إظهار الجوانب السلبية في الشأن العراقي وإعطاء الدعم المعنوي للجماعات المسلحة مقابل رفع الشرعية عن المؤسسات الرسمية العراقية مقابل صورة معكوسة في قناة الحرة وهي صورة (إيجابية) بشأن ما يجري في العراق مقابل صورة أقل وضوحاً وتبلوراً إزاء الشأن العراقي في قناة العربية وهي صورة تستند إلى المواقف السياسية التي تعتمدها الدول والمؤسسات التي تقف خلف القنوات الإخبارية تلك.

دراسة محسوب حجاجي عبد الله (٢٠٠٧) (٢٧).

استهدفت الدراسة التعرف على دور وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية عن الصعيد لدى الشباب المصري من خلال دراسة تحليلية ميدانية اعتمداً على منهج المسح بأداتي تحليل المضمون والاستبيان، وأكدت الدراسة أن التليفزيون جاء في المركز الأول في عملية تكوين الصورة الذهنية للمجتمع الصعيدى لدى الشباب. وأن التليفزيون بوجه عام والدراما بوجه خاص من أهم مصادر تكوين وبناء صورة المجتمع الصعيدى لدى الشباب. كما أظهرت النتائج تغليب النماذج السلبية على النماذج الإيجابية للشخصيات الصعيدية في المسلسلات عينة الدراسة حيث جاءت معظم الشخصيات الصعيدية في الأدوار السلبية.

دراسة حنان بدر (٢٠٠٥) (٢٨).

استهدفت الدراسة التعرف على صورة مصر والمصريين في الصحافة الألمانية، دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، اعتماداً على منهج المسح بأداتي تحليل المضمون والاستبيان، وأكدت الدراسة عدم توازن مرتكزات صورة مصر كما تقدمها صحف الدراسة الألمانية، حيث تراجع الاهتمام بعدد من الجوانب الإيجابية، وزاد التركيز على الجوانب السلبية المدعمة للصورة النمطية، أما فيما يتعلق بصناع هذه الصورة فقد اتضح وجود تأثير لخصائصهم مثل عدم الإلمام التام باللغة العربية على قدراتهم الاتصالية ومدى فهمهم للمجتمع الذي يعملون به.

التعقيب على الدراسات السابقة :

- اتجهت العديد من الدراسات الأخيرة الخاصة بالبرامج الحوارية إلى تحليل مضمون هذه البرامج والتعرف على القضايا التي تقدمها والإشكاليات التي تثيرها دون الاهتمام بربط محتويات هذه البرامج وأدائها الإعلامي بتشكيل صورة مصر والمصريين لدى الجاليات العربية واتجاهات هذه الجاليات نحو البرامج الحوارية المصرية ومعدلات وأنماط تعرضهم لها.
- أما الدراسات الخاصة بالصورة الذهنية والإعلامية فقد أجريت لتحليل صورة مصر لدى الآخر ولدى الذات، وتمركز أغلبها على دور الصحف المصرية في تشكيل هذه الصورة، دون الاهتمام بدور البرامج الحوارية التي تعد الأكثر تعرضاً من جانب الشعوب الأخرى لمن يريد التعرف على القضايا المصرية، إلى جانب ندرة الاهتمام بدراسة الجيانات العربية المقيمة في مصر.

أهمية الدراسة :

تكتسب الدراسة أهميتها من الاعتبارات التالية :

- على المستوى المجتمعي يعاني المجتمع المصري في الآونة الأخيرة من حالة الفوضى الإعلامية، حيث أن هناك العديد من السلبيات في الأداء الإعلامي للبرامج الحوارية المصرية على وجه الخصوص سواء بانتهاك ميثاق الشرف الإعلامي أو حتى قوانين النشر والبث التليفزيوني والاعتداء على حرمة الحياة الخاصة للمواطنين وتبادل الاتهامات بين مقدمي البرامج الحوارية وضعف أداء بعض مقدمي هذه البرامج.
- وعلى المستوى الأكاديمي تضيف الدراسة الحالية رصيماً معرفياً حول ظاهرة البرامج الحوارية، حيث أن هذه البرامج أصبحت من الأشكال الإعلامية الأكثر جماهيرية وانتشاراً بين

الفنون والأشكال التليفزيونية، وقد تصدت العديد من الدراسات الإعلامية لدراسة البرامج الحوارية ولكن دون الربط بين ضعف الأداء الإعلامي لهذه البرامج ومحتواها وبين صورة مصر والمصريين خارجياً.

- كما توفر الدراسة الجالية اختباراً لفرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لقياس مدى تأثير التعرض للبرامج الحوارية من جانب الجاليات العربية المقيمة في مصر على الصورة الذهنية لديهم عن مصر والمصريين.

تحديد مشكلة الدراسة:

وفي ضوء ذلك تحددت مشكلة الدراسة في: رصد وتحليل وتفسير أبعاد صورة مصر والمصريين لدى الجاليات العربية المقيمة بمصر وعلاقتها بالتعرض للبرامج الحوارية المصرية في ضوء فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

أهداف الدراسة:

وفي ضوء ما تقدم؛ تتمثل أهداف الدراسة في التالي:

- ١) رصد وتحليل وتفسير طبيعة وأنماط تعرض الجاليات العربية المقيمة في مصر للبرامج الحوارية المصرية.
- ٢) الكشف عن طبيعة صورة مصر والمصريين لدى الجاليات العربية المقيمة في مصر.
- ٣) التعرف على أبعاد وسمات الصورة المقدمة عن مصر والمصريين (سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً وحضارياً) لدى الجاليات العربية المقيمة في مصر.
- ٤) رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجاليات العربية المقيمة في مصر نحو البرامج الحوارية المصرية.
- ٥) اختبار العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية المصرية وبين الصورة الذهنية عن مصر والمصريين لدى الجاليات العربية المقيمة في مصر.

الإطار النظري للدراسة:

أشارت الدراسات الإعلامية التي ركزت على تأثيرات وسائل الإعلام على معارف ومعلومات واتجاهات الجمهور إلى أن هناك دوافع وأسباباً تحفز الجمهور للتعرض للمضمون الإعلامي، لعل

أهمها دافع مراقبة البيئة من حوله، والرغبة في معرفة ما يحدث في العالم، أو دوافع الحاجة للتوجيه، والإلمام بالشئون العامة، والقضايا المثارة؛ مما يدفعهم إلى الاعتماد بشكل متزايد على وسائل الإعلام للحصول على تلك المعلومات عن الموضوعات والقضايا المثارة^(٢٩).

ويعد مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام أحد المدخل التكاملية التي تربط بين العوامل النفسية والاجتماعية في إطار مرجعي اجتماعي وثقافي يفرض نفسه على طبيعة وسائل الاتصال وطبيعة تأثيرها على الجمهور.

وتعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نظرية بيئية ترى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً وهي تبحث في كيف أن أجزاء من النظم الاجتماعية سواء الصغيرة أو الكبيرة يرتبط كل منها بالأخر ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات^(٣٠).

وتوضح النظرية أنه كلما زادت مصادر المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام وكلما زادت درجة الاستقرار داخل المجتمع؛ كلما زاد تأثير وسائل الإعلام على معارف الأفراد واتجاهاتهم وسلوكياتهم^(٣١).

وتكتسب هذه النظرية أهميتها العلمية من أهدافها الأساسية التي تسعى لتفسير لماذا يكون لوسيلة الإعلام تأثيرات قوية ومباشرة أحياناً وتأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما أحياناً أخرى^(٣٢).

ومن الآثار الأساسية للتعتمد على وسائل الإعلام العمليات الوجدانية والتي تشير إلى الفئات المختلفة من المشاعر والعواطف، والمكونات الإنسانية من الحب والكره، وفي المجتمعات التي يتم فيها تطوير الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات؛ نجد أن التأثير العاطفي لدى الناس يمكن أن يحدث عندما تقدم معلومات معينة من خلال رسائل إعلامية تؤثر على مشاعرهم^(٣٣)، وتقوم الدراسة بتطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من خلال دراسة آثار تعرض الجاليات العربية في مصر للبرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية على صورة مصر والمصريين لديهم.

نشأة وتطور البرامج الحوارية:

رغم انتشارها في السنوات الأخيرة بعد أن أصبحت ظاهرة واسعة الانتشار، فإنها لم تكن جديدة، فربما يتصور البعض أن بدايتها كانت في بداية التسعينيات أو الألفية الجديدة، لكن

الحقيقة أن أول برنامج توك شو فى العالم العربى بمعناه الإعلامى ظهر فى سبعينيات القرن العشرين على شاشة التلفزيون المصرى، والذي شارك فى تقديمه كل من سمير صبرى وسلمى الشماخ وفريدة الزمر، والذي استمر عدة سنوات تحت اسم النادى الدولى.

وبدأت بعد ذلك برامج التوك شو فى الانتشار إلى أن أصبحت المنابر الرئيسية للإعلام المصرى، فباتت برامج «التوك شو» واحدة من أكثر أنواع البرامج التلفزيونية شعبية فى العالم أجمع، حيث تحظى هذه النوعية من البرامج بنسبة مشاهدة كبيرة.

وتعد البداية الحقيقية لبرامج التوك شو فى الولايات المتحدة الأمريكية، فلهذا النوع من البرامج تاريخ طويل، حيث بدأت برامج التوك شو من محطات الإذاعة حيث لم يكن التلفزيون شائعاً كثيراً فى كل البيوت بأحاء العالم فى ١٩٣٠، واعتاد معظم الناس فى هذا الوقت معرفة الأخبار والأحداث عن طريق الراديو.

وبدأ أول برنامج «توك شو» فى العالم لأول مرة على الهواء فى الإذاعة، ومع ظهور جهاز التلفزيون فى العالم، أى فى عام ١٩٥٠، تحول الاهتمام من الإذاعة إلى التلفزيون ففضل معظم مقدمى البرامج الإذاعية تقديم برنامج حوارى على شاشة التلفزيون، وبدأ أول برنامج حوارى على الهواء على شاشات التلفزيون فى عام ١٩٥١، وحينها أصبح المذيع «إدوارد مورو» اسماً مألوفاً ببرنامج الذى ناقش السياسة والحياة فى أمريكا كل يوم أحد ببرنامج "تونايت شو".

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

(١) ما معدلات تعرض الجاليات العربية عينة الدراسة للبرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية؟

(٢) ما دوافع تعرض الجاليات العربية عينة الدراسة للبرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية؟

(٣) ما أهم البرامج الحوارية التى يتابعها أفراد الجاليات العربية عينة الدراسة؟

(٤) ما مدى الاعتماد على البرامج الحوارية كمصدر لمعلومات أفراد الجاليات العربية عينة الدراسة؟

(٥) ما طبيعة اتجاهات أفراد الجاليات العربية عينة الدراسة نحو البرامج الحوارية المصرية؟

٦) ما طبيعة الصورة الذهنية عن مصر والمصريين لدى أفراد الجاليات العربية عينة الدراسة؟
فروض الدراسة :

تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض التالية :

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية وصورة مصر والمصريين لديهم.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين حجم تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية واتجاهاتهم نحو هذه البرامج.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين جنسية أفراد الجاليات العربية وبين صورة مصر والمصريين لديهم.

الإجراءات المنهجية للدراسة :

نوع الدراسة :

تُعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية ذات البعد التحليلي والتي تستهدف وصف المواقف أو الظواهر أو الأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها، بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف أو الحدث تحديداً دقيقاً ورسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية والدقة^(٢٤)، وتحليل كافة جوانب الظاهرة من خلال ربطها بغيرها من الظواهر في إطار السياق العام لها، وتستهدف هذه الدراسة رصد وتحليل أنماط تعرض أفراد الجاليات العربية عينة الدراسة للبرامج الحوارية المصرية وعلاقتها بصورة مصر والمصريين لديهم.

منهج الدراسة :

اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey Method. ولقد كان سبب اعتماد الدراسة على منهج المسح بوصفه أنسب المناهج العلمية لجمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة وتوضيحها وتفسيرها وشرح العلاقات الارتباطية بين متغيراتها، كما أنه يسمح بتعميم الظواهر العلمية، وهو ما يسمح بالخروج بتعميمات علمية واستخلاصات^(٢٥). وقد وظفت الدراسة منهج المسح بهدف الرصد العلمي لأنماط تعرض أفراد الجاليات العربية عينة الدراسة للبرامج الحوارية المصرية وعلاقتها بصورة مصر والمصريين لديهم.

مجتمع وعينة الدراسة :

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في أفراد الجاليات العربية عينة الدراسة المقيدة في مصر، وقد تم اختيار محافظتي القاهرة والإسكندرية لإجراء الدراسة الميدانية والوصول لأفراد الجاليات العربية، وذلك نظراً لتركز أغلبية الجاليات العربية في هاتين المحافظتين. وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية متعددة المراحل من الجاليات العربية المقيمة في مصر وبلغ حجم العينة ٣٠٠ مفردة ويعد حجماً مناسباً لدراسة الجماهير غير المتجانسة في خصائصها الديموغرافية. كما هو موضح في الجدول التالي :

جدول (١)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات	ك	%
النوع	ذكور	١٧٣
	إناث	١٢٧
السن	١٨ - أقل من ٣٠	١١٤
	٣٠ - أقل من ٤٠	٦٩
	٤٠ - أقل من ٥٠	٥١
	٥٠ فأكثر	٦٦
التعليم	أقل من ثانوية عامة	٦
	ثانوية عامة	٣٦
	جامعي فوق الجامعي	٢١٩
الجنسية	كويتي	١٥
	عراقي	١٢
	سوداني	٣٣
	ليبي	٢٧
	سوري	٧٥
	سعودي إماراتي	١٠٥
	٣٣	١١%

أدوات جمع البيانات :

اعتمدت الدراسة الحالية على صحيفة الاستقصاء Questionnaire كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وقد استندت الباحثة إليها كأداة بحثية للوصول إلى ما يحقق أهداف الدراسة الحالية من خلال جمع البيانات المحددة مسبقاً من أفراد العينة، وجاء ذلك في صورة الأسئلة التي تحويها هذه الصحيفة.

قياس الصدق والثبات :

تم قياس الصدق من خلال قياس الصدق الظاهري لصحيفة الاستقصاء من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين^(*)، وذلك للوقوف على مدى إلمامها بكافة المتغيرات التي تجيب على تساؤلات الدراسة وفروضها، وأيضاً حذف أو إضافة أو تعديل بعض الأسئلة حتى تتلاءم مع تساؤلات الدراسة وفروضها، أما ثبات صحيفة الاستقصاء فقد تم من خلال إعادة الاختبار على عدد ٣٠ استمارة بواقع ١٠% من إجمالي عدد المبحوثين بعد مرور أسبوعين من فترة تجميع بيانات الاستقصاء وجاء معدل الثبات بنسبة ٩٠%.

مفاهيم الدراسة وطرق قياسها :**حجم التعرض للبرامج الحوارية :**

ويقصد به معدل التعرض للبرامج الحوارية من جانب المبحوثين وتم قياسه من خلال مدى انتظام المبحوث في متابعة هذه البرامج، حيث تم اعطاء المبحوثين درجات كالتالي: دماً ثلاث درجات، أحياناً درجتان، نادراً درجة واحدة.

حجم الاعتماد على البرامج الحوارية :

ويقصد به معدل الاعتماد على البرامج الحوارية من جانب المبحوثين كمصدر للمعلومات وتم قياسه من خلال درجات اعتماد المبحوث على هذه البرامج، حيث تم اعطاء المبحوثين درجات كالتالي: بشكل كبير ثلاث درجات، بشكل متوسط درجتان، بشكل ضئيل درجة واحدة.

اتجاهات المبحوثين نحو البرامج الحوارية :

قامت الباحثة بتصميم مقياس لاتجاهات المبحوثين نحو البرامج الحوارية وأداءها الإعلامي ومقدميها واشتمل هذا المقياس على عشر عبارات يحصل الموافق على العبارة على ثلاث درجات، أما المحايد فيحصل على درجتين، ويحصل المعارض على درجة واحدة.

صورة مصر والمصريين لدى المبحوثين :

قامت الباحثة بتصميم مقياس لاتجاهات المبحوثين نحو صورة مصر والمصريين واشتمل هذا المقياس على عشر عبارات يحصل الموافق على العبارة على ثلاث درجات، أما المحايد فيحصل على درجتين، ويحصل المعارض على درجة واحدة.

المعالجة الإحصائية :

بعد إدخال بيانات صحيفة الاستقصاء في الحاسب الآلي تم إجراء المعادلات الإحصائية التالية ببرنامج SPSS : معامل ارتباط بيرسون ، معامل ارتباط الرتب سبيرمان .
أولاً : نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة
تعرض الباحثة فيما يلي نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة والمتعلقة بمعاور أسئلة استمارة الاستبيان على النحو التالي :

جدول رقم (٢)

متابعة المبحوثين للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية

متابعة المبحوثين للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية	ك	%
أحياناً	١٦٨	٥٦
دائماً	١٠٥	٣٥
نادراً	٢٧	٩
المجموع	٣٠٠	١٠٠

تكشف بيانات الجدول السابق أن النسبة الأكبر من المبحوثين عينة الدراسة يتابعون البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية أحياناً بنسبة ٥٦% ويليه من يتابعون البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية دائماً بنسبة ٣٥% وأخيراً من يتابعون البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية نادراً بنسبة ٩%.

وتوضح النتائج السابقة متابعة الجاليات العربية للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية بشكل متوسط ، ويمكن ربط متابعتهم لهذه البرامج بعدة متغيرات ، أولها عدم الاستقرار السياسي والأمني التي تمر بها البلاد وهو ما يدفع هذه الجاليات لمتابعة الأحداث اليومية وتحليلاتها للاطمئنان على حياتهم في مصر ، وثانيها اهتمام الجاليات بمتابعة الأحوال المصرية انطلاقاً من المكانة العربية المميزة التي تحتلها مصر لدى كثير من الشعوب العربية ، وثالثها أن البرامج الحوارية ذات شعبية وتقدم بشكل يومي مما يجعلها تحظى بجماهيرية عالية .

جدول رقم (٣)

البرامج الحوارية التي يتابعها المبحوثون في الفضائيات المصرية

البرامج الحوارية التي يتابعها المبحوثون	ك	%
الصورة الكاملة	١٢	٤
السادة المحترمون	٩	٣
على مسؤوليتي	٦	٢
ممكن	٥	١.٧
هنا العاصمة	٢١	٧
القاهرة اليوم	٣٩	١٢
٩٠ دقيقة	١٩	٦.٣
الحياة اليوم	٥٥	١٨.٣
آخر النهار	٢٥	٨.٣
يحدث في مصر	١٠١	٣٢.٧
مصر اليوم	٦	٢
برنامج ٣٠/٢٥	٥	١.٧
مكتم	٥	١.٧
بوضوح	٦	٢
ن	٣٠٠	

- تكشف بيانات الجدول السابق أن النسبة الأكبر من جمهور الجاليات العربية المقيمة في مصر عينة الدراسة يحرصون على متابعة برنامج "يحدث في مصر" بنسبة ٣٣٪ يليه برنامج "الحياة اليوم" بنسبة ١٨.٣٪، ثم برنامج "القاهرة اليوم" بنسبة ١٣٪، ثم برنامج "آخر النهار" بنسبة ٨.٣٪، يليه برنامج "هنا العاصمة" بنسبة ٧٪، ثم برنامج ٩٠ دقيقة بنسبة ٦.٣٪، وجاءت بقية البرامج لتحتل نسب مشاهدة ضئيلة.
- ويعكس هذا الترتيب بحث عينة الدراسة عن البرامج التي تكتظ بالأراء والتحليلات للشأن السياسي الداخلي المصري وانعكاساته عربياً، وكذلك البحث عن التنوع والتباين في طريقة تناول والمعالجة للقضايا من جانب هذه البرامج لاختلاف الخلفيات الأيديولوجية للقائمين عليها. كما تظهر النتائج تصدر برنامجي "يحدث في مصر" و"الحياة اليوم" مقدمة تفضيلات عينة الدراسة، لما تتمتع به هذه البرامج من مهنية وعرض للمعلومات والسبق الذي تحققه في كثير من تغطيتها للأحداث التي تحدث في الشارع المصري إلى جانب المصادقية والموضوعية والشفافية في معالجة القضايا والأحداث.

جدول رقم (٤)

دوافع متابعة البرامج الحوارية

الدوافع	ك	%
الإلمام بالأحداث الجارية في مصر	٢٤٨	٨٢.٦٧
متابعة التطورات الجديدة في الحياة السياسية في مصر	١٧٦	٥٨.٦٧
اكتساب معلومات ومعارف جديدة بشأن تطورات الأحداث	١٦٠	٥٣.٣٣
لمساعدتي على فهم الأوضاع في مصر	١٢٤	٤١.٣٣
التعرف على تداعيات الصراعات السياسية على الاقتصاد والأمن	١٠٨	٣٦
التعرف على ما يصدر من إجراءات جديدة تخص الوافدين	٨٨	٢٩.٣٣
لمتابعة المعالجات الإعلامية المختلفة عن بلدي	٨٤	٢٨
لمساعدتي في تكوين وجهات نظر بشأن الأحداث	٦٨	٢٢.٦٧
لمساعدتي على اتخاذ القرار المناسب بشأن تفاصيل حياتي في مصر	٧٢	٢٤
لمعرفة مستجدات تتعلق بشئون حياتي	٣٦	١٢
متابعة التحليلات المختلفة لضيوف البرنامج حول أهم القضايا	٢٨	٩.٣٣
ن		٣٠٠

- تكشف بيانات هذا الجدول أن في مقدمة دوافع متابعة جمهور الجاليات العربية المقيمة في مصر للبرامج الحوارية عينة الدراسة جاء دافع "الإلمام بالأحداث الجارية في مصر" بنسبة ٨٢.٦٧% ثم "متابعة تطورات الحياة السياسية في مصر" بنسبة ٥٨.٦٧%، تلاه "اكتساب معلومات ومعارف جديدة بشأن تطورات الأحداث" بنسبة ٥٣.٣٣%، تلاه "لمساعدتي على فهم الأوضاع في مصر" ٤١.٣٣%، ثم "التعرف على تداعيات الصراعات السياسية على الاقتصاد والأمن" بنسبة ٣٦%، تلاه "التعرف على ما يصدر من إجراءات جديدة تخص الوافدين" بنسبة ٢٩.٣٣% ثم "لمتابعة المعالجات الإعلامية المختلفة عن بلدي" بنسبة ٢٨%، تلاه "لمساعدتي على اتخاذ القرار المناسب بشأن تفاصيل حياتي في مصر" بنسبة ٢٤%، ثم "لمساعدتي في تكوين وجهات نظر بشأن الأحداث" بنسبة ٢٢.٦٧% تلاه "لمعرفة مستجدات تتعلق بشئون حياتي" بنسبة ١٢%، وأخيراً متابعة التحليلات المختلفة لضيوف البرنامج حول أهم القضايا" بنسبة ٩.٣٣%.
- ويلاحظ من الدوافع السابقة، أن أكثر ما دفع الجاليات العربية المقيمة في مصر لشاهدة البرامج الحوارية المصرية التعرف على تطورات الأحداث اليومية وبخاصة في الحياة السياسية، وقد تفوق ذلك على دوافعهم للتعرف على ما يخصهم من إجراءات وقوانين ولوائح،

وهو أمر يكشف عن اهتمامهم بالأحداث المصرية من جهة واستشعارهم لأهمية هذه التطورات السياسية محلياً وعربياً من جهة وتأثيرها على حياتهم وإقامتهم في مصر من جهة أخرى.

جدول رقم (٥)

الوسائل التي يتابعها المبحوثون عندما يستجد حدث على الساحة المصرية

وسائل الإعلام	ك	%
القنوات الفضائية العربية	٢٦٩	٨٩.٦٧
القنوات التلفزيونية المصرية	١١٧	٣٩
القنوات التلفزيونية لبلدي الأصلي	١٦	٥.٣٣
ن	٣٠٠	

— تكشف بيانات هذا الجدول أن القنوات الفضائية العربية احتلت المرتبة الأولى لدى الجاليات العربية المقيمة في مصر لتتعرض لها عندما يستجد حدث معين على الساحة المصرية بنسبة (٨٩.٦٧٪)، تلتها القنوات التلفزيونية المصرية بنسبة (٣٩٪) وفي المرتبة الأخيرة جاءت القنوات التلفزيونية لبلدي الأصلي بنسبة (٥.٣٣٪).

— ويتضح من هذه النتائج أن القنوات الفضائية العربية تحظى بمصداقية لدى الجاليات العربية المقيمة في مصر بما يفوق القنوات التلفزيونية المصرية، وهو ما يشير لضعف أداء القنوات المصرية، فمن المفترض أن حدثاً على الساحة المصرية يتم معالجته مهنيّاً بشكل يجعل الإقبال على هذه القنوات في الصدارة قبل القنوات العربية، ومن الملاحظ أنه من المنطقي تراجع قنوات البلد الأصلي لأنها ليست مهتمة بالأحداث المصرية بنفس الدرجة.

جدول رقم (٦)

مدى الاعتماد على البرامج الحوارية كمصدر للمعلومات

الاعتماد على البرامج الحوارية	ك	%
أعتمد عليها بشكل متوسط	١٥٩	٥٣
أعتمد عليها بشكل ضئيل	١٣٢	٤٤
أعتمد عليها بشكل كبير	٩	٣
المجموع	٣٠٠	١٠٠

- تكشف بيانات هذا الجدول درجة اعتماد الجاليات العربية المقيمة في مصر عينة الدراسة على البرامج الحوارية المصرية كمصدر للمعلومات، حيث جاء اعتماد عينة البحث على البرامج الحوارية بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة (٥٣%)، كما أكد ما يقرب من نصف العينة أنهم اعتمدوا عليها بدرجة ضئيلة (٤٤%)، بينما نسبة قليلة منهم أشاروا إلى اعتمادهم بشكل كبير على البرامج الحوارية كمصدر للمعلومات بنسبة (٣%).
- وتشير النتائج السابقة إلى وجود مصادر أخرى رئيسة اعتمدت عليها العينة كمصدر للمعلومات. ويؤكد من جهة أخرى ما أشارت إليه نتائج الجدول السابق من وجود جانب سلبي في رؤية الجاليات العربية المقيمة في مصر لأداء ومصادقية البرامج الحوارية المصرية.

جدول رقم (٧)

رؤية المبحوثين للبرامج الحوارية في القنوات المصرية

رؤية المبحوثين للبرامج الحوارية المصرية	ك	%
برامج ضعيفة المستوى الإعلامي	١٥٩	٥٣
برامج مهنية وموضوعية وتقدم مضمون راقى	١٠٥	٣٥
لا أستطيع التحديد	٣٦	١٢
المجموع	٣٠٠	١٠٠

- تكشف بيانات الجدول السابق رؤية الجاليات العربية المقيمة في مصر للبرامج الحوارية في القنوات المصرية بشكل عام، حيث جاءت في المرتبة الأولى أنها "برامج ضعيفة المستوى الإعلامي" بنسبة (٥٣%)، تلتها "برامج مهنية وموضوعية وتقدم مضمون راقى" في المرتبة الثانية بنسبة (٣٥%)، وأخيراً "لا أستطيع التحديد" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (١٢%). واتساقاً مع النتائج السابقة يتضح الصورة السلبية للبرامج الحوارية المقدمة في القنوات المصرية لدى الجاليات العربية المقيمة في مصر، حيث رأت النسبة الأكبر منهم أنها برامج ضعيفة المستوى الإعلامي.
- وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن أفراد الجاليات العربية المقيمة في مصر عينة الدراسة يرون هذا البرامج الحوارية أنها ليست فقط ذات مصادقية وموضوعية ولكنها أيضاً ضعيفة المستوى الإعلامي ويمكن تفسير ذلك بتفوق البرامج الحوارية العربية عن البرامج الحوارية المصرية من حيث المستوى الإعلامي وهو ما جعلهم يصنفونها بهذا الشكل.

جدول رقم (٨)

البرامج الحوارية الأفضل من وجهة نظر المبحوثين

الأفضل من وجهة نظر المبحوثين	ك	%
البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية	١٤٣	٤٧.٧
البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المحلية	١٣٦	٤٥.٣
البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية	٢١	٧
المجموع	٣٠٠	١٠٠

- تكشف بيانات الجدول السابق تصدر البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية المرتبة الأولى من حيث الأفضلية من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة بنسبة (٤٧.٧%)، تلتها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المحلية بنسبة (٤٥.٣%)، وأخيراً جاءت البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية بنسبة (٧%).
- وتوضح هذه النتائج النظرة السلبية لدى الجاليات العربية المقيمة في مصر تجاه البرامج الحوارية في القنوات المصرية وتفضيل البرامج الحوارية المقدمة في القنوات الفضائية العربية والمحلية عليها ويمكن ربط ذلك بتراجع الإعلام المصري من حيث الأداء الإعلامي خلال السنوات السابقة بشكل ملحوظ.

جدول رقم (٩)

اتجاهات المبحوثين نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية

معارض		محايد		موافق		العبارات
%	ك	%	ك	%	ك	
٣.٣	١٠	٢٠.٠	٦٠	٧٦.٧	٢٣٠	هناك تأثير من ملك القنوات على السياسات الإعلامية في البرامج الحوارية
٤.٣	١٣	٢٧.٣	٨٢	٦٨.٣	٢٠٥	رجال الأعمال يوجهون البرامج الحوارية لتكريس امبراطورياتهم الاقتصادية
٧.٧	٢٣	٣١.٣	٩٤	٦١.٠	١٨٣	البرامج الحوارية المصرية تعتمد على الإثارة في تقديم مضامينها
٣.٠	٩	١٥.٣	٤٦	٨١.٧	٢٤٥	يوجد تأثير ملحوظ من جانب المعلنين على أداء البرامج الحوارية

معارض		محايد		موافق		العبارات
%	ك	%	ك	%	ك	
19.0	57	41.0	123	40.0	120	أغلبية مقدمي البرامج الحوارية المصرية ليسوا متخصصين وأداءهم ضعيف
15.0	45	29.3	88	55.7	167	كثير من مقدمي البرامج الحوارية المصرية يسيئون لصورة الشعب المصري
29.0	87	26.3	79	44.7	134	تسهم البرامج الحوارية في تكريس الخلافات العربية البيئية
12.3	37	16.0	48	71.7	215	لا تلتزم البرامج الحوارية بمواثيق الشرف الإعلامية
62.3	187	5.0	15	32.7	98	البرامج الحوارية تسيء لدول الجوار العربي
6.7	20	44.7	134	48.7	146	ترتبط الكثير من الشخصيات الإعلامية بمصالح مادية مع رموز المجتمع والسلطة

- تكشف بيانات الجدول السابق أنه جاء في صدارة اتجاهات المبحوثين نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية التي يتابعونها وجود تأثير ملحوظ من جانب المعلنين على أداء البرامج الحوارية بنسبة (81.7%) تلاه هناك تأثير من ملاك القنوات الفضائية على السياسات الإعلامية في البرامج الحوارية بنسبة (76.7%)، ثم لا تلتزم البرامج الحوارية بمواثيق الشرف الإعلامية بنسبة (71.7%)، تلاها رجال الأعمال يوجهون البرامج الحوارية لتكريس امبراطورياتهم الاقتصادية بنسبة (68.3%)، ثم البرامج الحوارية المصرية تعتمد على الإشارة في تقديم مضامينها بنسبة (61%)، ثم كثير من مقدمي البرامج الحوارية المصرية يسيئون لصورة الشعب المصري بنسبة (55.7%)، تلاه تسهم البرامج الحوارية في تكريس الخلافات العربية البيئية بنسبة (48.7%)، تلاه البرامج الحوارية تسيء لدول الجوار العربي بنسبة (44.7%)، ثم أغلبية مقدمي البرامج الحوارية المصرية ليسوا متخصصين وأداءهم الإعلامي ضعيف بنسبة (40%)، وأخيراً جاء ترتبط الكثير من الشخصيات الإعلامية بمصالح مادية مع رموز المجتمع والسلطة بنسبة (32.7%).
- ويتضح من العبارات السابقة الاتجاهات السلبية للجاليات العربية المقيمة في مصر نحو البرامج الحوارية، حيث أنه من الواضح ميلهم للموافقة على كل العبارات باستثناء عبارتين هما: أغلبية

مقدمي البرامج الحوارية المصرية ليسوا متخصصين وأداءهم الإعلامي ضعيف" حيث كان الموقف المحايد هو الأكبر، "البرامج الحوارية تسئ لدول الجوار العربي" حيث عارضت الأغلبية هذه العبارة. ويلاحظ عموماً أن نظرة الجاليات العربية المقيمة في مصر للبرامج الحوارية نظرة سلبية للغاية.

جدول رقم (١٠)

تقييم المبحوثين للأداء الإعلامي للبرامج الحوارية

المعايير	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة ضئيلة		لم تتوفر	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
المصداقية	١٢٣	٤١.٠	١٣٩	٤٦.٣	١٨	٦.٠	٢٠	٦.٧
الثقة	٩٧	٣٢.٣	١٧٣	٥٧.٧	١٢	٤.٠	١٨	٦.٠
الدقة	٨٧	٢٩.٠	١٢٠	٤٠.٠	٧٤	٢٤.٧	١٩	٦.٣
السبق الإعلامي	١٦٨	٥٦.٠	٦٨	٢٢.٧	٤٤	١٤.٧	٢٠	٦.٧
التوازن	٨٧	٢٩.٠	١٣٣	٤٤.٣	٦٩	٢٣.٠	١١	٣.٧

- تكشف بيانات هذا الجدول معايير الأداء الإعلامي للبرامج الحوارية من وجهة نظر الجاليات العربية المقيمة في مصر عينة الدراسة، فقد أظهرت النتائج أن (السبق الإعلامي) يحتل المركز الأول بين معايير الأداء الإعلامي في البرامج الحوارية بنسبة ٥٦% يليه معيار المصداقية بنسبة ٤١%، ثم الثقة بنسبة ٣٢.٣%، وأخيراً كلام من الدقة والتوازن بنسبة ٢٩% لكلاً منهما.

- وهذه النتائج تشير إلى انخفاض وتدني معايير الأداء الإعلامي في البرامج الحوارية فى تغطيتها للأحداث، فباستثناء السبق الإعلامي الذي أوضح المبحوثون تميز البرامج الحوارية به بدرجة كبيرة، فقد جاءت بقية المعايير بدرجة متوسطة في المقام الأول، وهو ما يرتبط بالنظرة السلبية للجاليات العربية عينة الدراسة نحو هذه البرامج.

جدول رقم (١١)

صورة مصر والمصريين لدى المبحوثين

العبارات	موافق		محايد		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%
هناك سيطرة من جانب السلطة على الإعلام المصري	٢٥٥	٨٥.٠	٣٣	١١.٠	١٢	٤.٠
الإعلام المصري تراجع كثيراً في السنوات الأخيرة	٢٣٦	٧٨.٧	٥١	١٧.٠	١٣	٤.٣
الشباب المصري مهمش ولا يحصل على فرصة	٢٦٠	٨٦.٧	٢٣	٧.٧	١٧	٥.٧

لتحقيق أحلامه						
١٣.٠	٣٩	٢٤.٠	٧٢	٦٣.٠	١٨٩	المجتمع المصري يسعى إلى إجهاض المشروع الإسلامي
١١.٠	٣٣	٤٠.٣	١٢١	٤٨.٧	١٤٦	الدولة المصرية لا تهتم بالقضية الفلسطينية
٢٤.٧	٧٤	٢٢.٣	٦٧	٥٣.٠	١٥٩	نخبة المجتمع المصري تقوم بالاستثمار بالمنافع الاقتصادية
٢١.٣	٦٤	٢٧.٣	٨٢	٥١.٣	١٥٤	يوجد تمييز واضح في مصر لصالح الطبقات الغنية
١٣.٣	٤٠	١٠.٣	٣١	٧٦.٣	٢٢٩	الفساد متجذر في المجتمع المصري
٢٤.٠	٧٢	٢١.٧	٦٥	٥٤.٣	١٦٣	الشعب المصري يعادي بعض الشعوب العربية
٥٩.٣	١٧٨	١٧.٧	٥٣	٢٣.٠	٦٩	مصر تنازلت عن مكانتها الإقليمية لصالح دول عربية

– تكشف بيانات هذا الجدول عن اتجاهات الجاليات العربية المقيمة في مصر عينة الدراسة نحو صورة مصر والمصريين، حيث جاء في المرتبة الأولى رؤيتهم أن "الشباب المصري مهمش ولا يحصل على فرصة لتحقيق أحلامه" بنسبة ٨٦.٧٪، تلتها "هناك سيطرة من جانب السلطة على الإعلام المصري" بنسبة ٨٥٪، ثم "الإعلام المصري تراجع كثيراً في السنوات الأخيرة" بنسبة ٧٨.٧٪، تلتها "الفساد متجذر في المجتمع المصري" بنسبة ٧٦.٣٪، تلتها "المجتمع المصري يسعى إلى إجهاض المشروع الإسلامي" بنسبة ٦٣٪، ثم "الشعب المصري يعادي بعض الشعوب العربية" بنسبة ٥٤.٣٪، تلتها "نخبة المجتمع المصري تقوم بالاستثمار بالمنافع الاقتصادية" بنسبة ٥٣٪، ثم "يوجد تمييز واضح في مصر لصالح الطبقات الغنية" بنسبة ٥١.٣٪، تلتها "الدولة المصرية لا تهتم بالقضية الفلسطينية" بنسبة ٤٨.٧٪ وأخيراً "مصر تنازلت عن مكانتها الإقليمية لصالح دول عربية" بنسبة ٢٣٪.

– ويتضح من البنود التالية التي تمثل مفردات صورة مصر والمصريين سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً واعلامياً أن صورة مصر والمصريين سلبية لدى الجاليات العربية المقيمة في مصر، وفي هذا الإطار لا يمكن تحميل البرامج الحوارية أو وسائل الإعلام المصرية بشكل عام مسؤولية هذه الصورة السلبية وحدها، لكنها تتحمل جانباً كبيراً من المسؤولية، لأن مختلف الدول يوجد بها العديد من السلبيات لكن وسائل إعلامها لا تعمل على إبراز وتطير هذه السلبيات بشكل كبير في ظل عدم وجود إعلام تنموي في مصر وإعلام يتحمل المسؤولية الاجتماعية كما أوضحتها أدبيات الإعلام، ف نموذج الإعلام الليبرالي الذي يقتفي أثر الفساد ويكشفه لا يمكن إسقاطه بكل تفاصيله وملامحه على المجتمع المصري، فهذه النماذج الإعلامية

نشأت في مجتمعات غربية لها ظروفها وثقافتها وأطرها المحلية، أما المجتمع المصري باعتباره ينتمي لدول العالم الثالث ويسعى لتحقيق التنمية الشاملة فيحتاج لوسائل الإعلام التي تساعد على اجياز هذه المرحلة من تاريخ الأمم.

اختبار فروض الدراسة:

قامت الباحثة باختبار الفرضيات الرئيسية للدراسة على النحو التالي:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية وصورة مصر والمصريين لديهم.

جدول رقم (١٢)

العلاقة بين تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية وصورة مصر والمصريين

المتغير الأول	المتغير الثاني
تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية	صورة مصر والمصريين
تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية	٠.٢٥٤**

**P < 0.01

وتكشف بيانات الجدول السابق أن هناك علاقة احصائية دالة بين تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية وبين صورة مصر والمصريين لديهم، حيث كانت قيمة معامل الارتباط الخطي ٠.٢٥٤ وهي دالة عند درجة ثقة ٩٩% ومستوى معنوية ٠.٠١.

وبذلك تم التحقق من صحة الفرض الأول للدراسة والذي يشير إلى أن التعرض للبرامج الحوارية له علاقة بصورة مصر والمصريين لديهم وهو ما يؤكد أن تعرض أفراد الجاليات العربية المقيمة في مصر للمعالجات الإعلامية التي تقدمها البرامج الحوارية المصرية يسهم في تشكيل صورة مصر والمصريين لدى هذه الجاليات، وإذا تم ربط نتيجة هذا الفرض بنتائج الجداول السابقة يتضح أن هذه البرامج ساهمت في تشكيل صورة سلبية لمصر والمصريين لدى هذه الجاليات.

ويتفق ذلك مع فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث أدى التعرض لوسائل الإعلام ممثلة في البرامج الحوارية إلى التأثير على معارف الجمهور من خلال دوره في تشكيل الصورة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين حجم تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية واتجاهاتهم نحو هذه البرامج.

جدول رقم (١٣)

العلاقة بين حجم تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية واتجاهاتهم نحوها

المتغير الأول	المتغير الثاني
حجم التعرض للبرامج الحوارية	اتجاهات المبحوثين نحو البرامج
حجم التعرض للبرامج الحوارية	**٠.٢١٧

**P < 0.01

وتكشف بيانات الجدول السابق أن هناك علاقة احصائية دالة بين حجم تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية واتجاهاتهم نحو هذه البرامج، حيث كانت قيمة معامل ارتباط الرتب ٠.٢١٧ وهي دالة عند درجة ثقة ٩٩٪ ومستوى معنوية ٠.٠١.

وبذلك تم التحقق من صحة الفرض الثاني للدراسة والذي يشير إلى أن التعرض للبرامج الحوارية له علاقة بتشكيل اتجاهات أفراد الجاليات العربية المقيمة في مصر نحو هذه البرامج، وهو ما يؤكد أن حجم تعرض أفراد الجاليات العربية المقيمة في مصر للمعالجات الإعلامية التي تقدمها البرامج الحوارية المصرية يسهم في تشكيل اتجاهات هذه الجاليات نحو المحتوى الإعلامي الذي تقدمه هذه البرامج ومستوى مقدميها وأداءها الإعلامي بشكل عام، وترتبط هذه النتيجة بمحتويات البرامج نفسها فكلما زاد تعرض المبحوثين لمحتوى إعلامي يعجبهم ساهم ذلك في تشكيل اتجاهات إيجابية نحوها والعكس صحيح.

ويشير ذلك إلى تحقق فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث أدى التعرض لوسائل الإعلام ممثلة في البرامج الحوارية إلى التأثير على اتجاهات الجمهور. الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين جنسية أفراد الجاليات العربية وبين صورة مصر والمصريين لديهم.

جدول رقم (١٤)

العلاقة بين جنسية أفراد الجاليات العربية وبين صورة مصر والمصريين لديهم

**P < 0.01

المتغير الأول	المتغير الثاني
جنسية أفراد الجاليات العربية	صورة مصر والمصريين
جنسية أفراد الجاليات العربية	**٠.٢٣٥

وتكشف بيانات الجدول السابق أن هناك علاقة احصائية دالة بين جنسيات أفراد الجاليات العربية وصورة مصر والمصريين لديهم، حيث كانت قيمة معامل الارتباط الخطي ٠.٢٣٥ وهي دالة عند درجة ثقة ٩٩٪ ومستوى معنوية ٠.٠١.

وبذلك تم التحقق من صحة الفرض الثالث للدراسة والذي يشير إلى أن هناك علاقة بين جنسيات أفراد الجاليات العربية المقيمة في مصر وبين صورة مصر والمصريين لديهم، بما يعني أن الصورة المترسخة في أذهان أفراد الجاليات العربية المقيمة في مصر ليست بنفس الشكل وإنما توجد فروق في الصورة من جنسية إلى أخرى وهو أمر منطقي بالنظر لعلاقات مصر بكل دولة عربية سواء على المستويين الرسمي أو الشعبي وتجارب كل شعب وتاريخه المشترك مع الشعب المصري.

مناقشة نتائج الدراسة :

من خلال الدراسة التي أجريت على عينة عشوائية متعددة المراحل من الجاليات العربية المقيمة في مصر بلغت ٣٠٠ مفردة للتعرف على علاقة التعرض للبرامج الحوارية بصورة مصر والمصريين لدى الشعوب العربية في ضوء فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين التعرض للبرامج الحوارية من جانب الجاليات العربية المقيمة في مصر وبين صورة مصر والمصريين لدى الشعوب العربية، ويمكن توضيح ذلك من خلال النتائج التفصيلية التالية:

تتابع النسبة الأكبر من المبحوثين البرامج الحوارية المصرية أحياناً ولبئسهم من يتابعون البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية دائماً وأخيراً من يتابعون البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية نادراً. وجاء في مقدمة دوافع متابعة جمهور الجاليات العربية المقيمة في مصر للبرامج الحوارية عينة الدراسة جاء دافع "الإلمام بالأحداث الجارية في مصر" ثم "متابعة تطورات الحياة السياسية في مصر"، تلاه "اكتساب معلومات ومعارف جديدة بشأن تطورات الأحداث"، تلاه "لمساعدتي على فهم الأوضاع في مصر"، ثم "التعرف على تداعيات الصراعات السياسية على الاقتصاد والأمن"، تلاه "التعرف على ما يصدر من إجراءات جديدة تخص الوافدين" ثم "متابعة المعالجات الإعلامية المختلفة عن بلدي"، تلاه "لمساعدتي على اتخاذ القرار المناسب بشأن تفاصيل حياتي في مصر"، ثم "لمساعدتي في تكوين وجهات نظر بشأن الأحداث" تلاه "معرفة مستجدات تتعلق بشؤون حياتي"، وأخيراً متابعة التحليلات المختلفة لضيوف البرنامج حول أهم القضايا. وهي بذلك تتفق مع ما جاء في دراسة فاييزة طه عبد الحميد (٢٠١١) (٣٦) التي أشارت إلى ارتفاع مستوى المعرفة بالأحداث الجارية من خلال البرامج الحوارية. كما تشير النتائج إلى أن أكثر ما يدفع المبحوثين لمشاهدة البرامج الحوارية هو الجوانب المعرفية الخاصة بدور هذه البرامج في تزويد الجمهور بالمعلومات والمعارف حول القضايا والأحداث التي تدور في مصر والعالم العربي. وهي بذلك تتفق مع دراسة محمود حسن إسماعيل (٢٠١٣) (٣٧) والتي أشارت النتائج إلى التأثيرات المختلفة (الوجدانية والمعرفية والسلوكية) المترتبة على تعرض الشباب الجامعي المعتمدين للبرامج الحوارية بالفضائيات العربية في الحصول على المعلومات حول أحداث ثورة ٢٥ يناير.

وقد جاء اعتماد الجاليات العربية المقيمة في مصر عينة الدراسة على البرامج الحوارية كمصدر للمعلومات بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى، كما أكد ما يقرب من نصف العينة أنهم

اعتمدوا عليها بدرجة ضئيلة، بينما نسبة قليلة منهم أشاروا الى اعتمادهم بشكل كبير على البرامج الحوارية كمصدر للمعلومات مما يشير إلى وجود مصادر أخرى رئيسة اعتمدت عليها العينة كمصدر للمعلومات. وجاءت رؤية الجاليات العربية المقيمة في مصر للبرامج الحوارية في القنوات المصرية بشكل عام أنها برامج ضعيفة المستوى الإعلامي في المرتبة الأولى.

ويتضح الاتجاهات السلبية للجاليات العربية المقيمة في مصر نحو البرامج الحوارية، ويلاحظ عموماً أن نظرة الجاليات العربية المقيمة في مصر للبرامج الحوارية نظرة سلبية للغاية. ويرتبط بذلك انخفاض وتدني معايير الأداء الإعلامي في البرامج الحوارية في تغطيتها للأحداث، فقد جاءت المعايير بدرجة متوسطة في المقام الأول، وهو ما يرتبط بالنظرة السلبية للجاليات العربية عينة الدراسة نحو هذه البرامج.

تكشف بيانات هذا الجدول عن اتجاهات الجاليات العربية المقيمة في مصر عينة الدراسة نحو صورة مصر والمصريين. وتحققت الدراسة من صحة الفرضية التي تشير إلى أن التعرض للبرامج الحوارية له علاقة بصورة مصر والمصريين لديهم وهو ما يؤكد أن تعرض أفراد الجاليات العربية المقيمة في مصر للمعالجات الإعلامية التي تقدمها البرامج الحوارية المصرية يسهم في تشكيل صورة مصر والمصريين لدى هذه الجاليات، حيث ساهمت هذه البرامج في تشكيل صورة سلبية لمصر والمصريين لدى هذه الجاليات.

مراجع الدراسة

- (١) إيمان نعمان جمعة، "صورة الإسلام والمسلمين في الصحافة الغربية بعد أحداث ١١ سبتمبر: دراسة تحليلية من الصحف الأمريكية والفرنسية والألمانية"، المؤتمر العلمي السنوي الثامن: الإعلام وصورة العرب والمسلمين (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء ١، ٢٠٠٢)، ص ٢٢١.
- (٢) حنان جنيد، "الإعلام العربي في مواجهة تشويه صورة العرب والمسلمين: رؤية مستقبلية"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ١٩، ٢٠٠٣، ص ٤٩.
- (٣) أيمن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية: عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير (القاهرة: المدينة برس للنشر، ٢٠٠٤)، ص ١١١.
- (٤) نشوى حسنين حافظ الشلقاني، دور قناة النيل الدولية في تشكيل صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى الأجانب المقيمين -دراسة مسحية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٠)، ص ٣.
- (٥) ياسمين سعيد محمد عبد المنعم، علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التلفزيونية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠١٥).
- (6) Lull. J. and S.Hinerman (2007), Media Scandals: Morality and Desire in the popular culture Marketplace, 1th Edition, U.K.: Polity press, P. 165.
- (٧) برامج "التوك شو" المصرية.. إعلام النظارة السوداء، جريدة الشرق الأوسط، العدد ١١٩٩٣، ٢٩ سبتمبر ٢٠١١.
- (٨) نشوى حسنين حافظ الشلقاني، دور قناة النيل الدولية في تشكيل صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى الأجانب المقيمين -دراسة مسحية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٠)، ص ٣.
- (٩) أحمد أحمد أحمد عثمان، دور البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري في بث قيم العدالة الاجتماعية لدى الشباب، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥)

- (١٠) راجية إبراهيم عوض عطالله، دور البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة في ترتيب أولويات قضايا المواطنة لدى الشباب المصري، دراسة تحليلية، (كلية الإعلام: قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥).
- (١١) وريا رستم محمد، العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية الكردية والوعي السياسي لدى طلاب الجامعة في إقليم كردستان العراق، «دراسة تحليلية □ ميدانية»، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام: قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥).
- (١٢) منال العارف أحمد أحمد، البرامج الحوارية الجماهيرية في الفضائيات المصرية الخاصة وعلاقتها بالسخط السياسي لدى الجمهور، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة حلوان: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٤).
- (١٣) هبه صلاح الدين قطب عبد المطلب، دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في اتجاهات الشباب الجامعي نحو بعض قضايا الإصلاح السياسي في مصر عقب ثورة ٢٥ يناير: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٤ م).
- (١٤) إبراهيم صابر إبراهيم أحمد، الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية في التلفزيون لدى عينة معينة من المراهقين وعلاقتها بتقبلهم الرسالة الإعلامية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠١٣ م).
- (١٥) محمود حسن إسماعيل، دور البرامج الحوارية بالفضائيات العربية في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول أحداث ثورة ٢٥ يناير، مجلة دراسات الطفولة: مج ١٦، ع ٥٨، يناير - مارس ٢٠١٣ ص ٤٦ - ٥٤.
- (١٦) سعيد النادي سعد محمد، سمات صورة السياسي في البرامج الحوارية بالتلفزيون وعلاقتها بإدراك الجمهور والصفوة لصورته الواقعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١١ م).

- (١٧) فاييزة طه عبد الحميد، البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالاحداث الجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الاطفال، ٢٠١١).
- (١٨) ريهام سامي حسين يوسف، دور البرامج الحوارية فى القنوات الحكومية والخاصه فى ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصرى، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتليفزيون، ٢٠٠٨).
- (١٩) ملك إسماعيل، صورة مصر في المواقع الإخبارية العالمية منذ ثورة يناير، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والاعلام، ٢٠١٦).
- (٢٠) رانيا فوزي، صورة مصر فى الصحافة الإسرائيلية: دراسة تطبيقية على صحيفة "بديعوت أحرونوت"، مؤتمر "الإعلام وقضايا المجتمع: بين المهنية والمسئولية الاجتماعية"، (المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، خلال الفترة من ٢٨ - ٢٩ إبريل ٢٠١٥).
- (٢١) أماني محمد بدر، صورة المجلس العسكري في الصحف المصرية المطبوعة والإلكترونية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٥).
- (٢٢) مرزوق عبد الحكم العادلي، الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور المصري بعد ثورة ٣٠ يونيو، المؤتمر السنوي الثالث بعنوان: "الإعلام وتحديات التغيير في المراحل الانتقالية" (كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية بالتعاون مع معهد الأهرام الإقليمي للصحافة ومؤسسة فردريش نومان الألمانية، وذلك في الفترة من ١٨ - ٢٠ مارس ٢٠١٤).
- (٢٣) ياسمين محم محمود أبو العلا، صورة مصر في الصحافة الإيرانية وصورة إيران في الصحافة المصرية، دراسة تحليلية مقارنة على عينة من الصحف الإيرانية والمصرية الناطقة باللغتين العربية والإنجليزية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٣).
- (٢٤) هبة شاهين، دور القنوات الإخبارية في تشكيل صورة مصر لدى الجمهور العربي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العاشر، العدد الثالث، ٢٠١١، ص ١٦٥ - ١٩٩.

(٢٥) ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف، "الصورة الإعلامية للحكومية المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٩م).

(٢٦) وسام فاضل راضي، دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل الصورة الإعلامية والسياسية عن العراق -دراسة ميدانية على طلبة جامعتي الانبار والكوفة -مجلة الباحث الإعلامي، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، ٢٠٠٨)، ص ٥ -١٥.

(٢٧) محسوب حجاجى عبد الله. "دور وسائل الإعلام فى تكوين الصورة الذهنية عن الصعيد لدى الشباب المصرى دراسة تحليلية ميدانية" رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: قسم العلاقات العامة والأعلان كلية الاعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٧).

(٢٨) حنان عبد الفتاح بدر، صورة مصر والمصريين فى الصحافة الألمانية، دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ٢٠٠٥).

(٢٩) محمد عبد الوهاب فقيه، العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية فى المجتمع اليمنى، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٢)، ص ٣.

(30) Katherine Miller, Communication Theories: Perspectives, Processes and Context, (Texas ASM University, 2002), P. 247.

(31) James Watson, Media communication: an introduction to theory and process, (London, Plagrove Macmillan, 2008), P.78.

(٣٢) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣)، ص ٢٤٥.

(٣٣) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨)، ص ٣٢٨.

(٣٤) محمد عبد الحميد، البحث العلمي فى الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤)، ص

(35) Roger W. & Joseph D., Mass Media Research, 4th Ed. (California: Wadsworth Publishing Company, 1994), P. 108.

(*) تم عرض الاستمارة على المحكمين التالية أسمائهم مرتبة أبجدياً :

١- أ.د/ رزق سعد أستاذ الإعلام - كلية الإعلام - جامعة مصر الدولية

٢- أ.د/ عصام نصر رئيس قسم الاعلام - كلية الاتصال - جامعة الشارقة

٣- د/ محمد رضا أحمد أستاذ الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنصورة

٤- د/ محرز غالي أستاذ الإعلام المساعد - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

(٣٦) فاييزة طه عبد الحميد، البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى

معرفة المراهقين بالاحداث الجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد

الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الاطفال، ٢٠١١).

(٣٧) محمود حسن إسماعيل، دور البرامج الحوارية بالفضائيات العربية في إمداد الشباب الجامعي

المصري بالمعلومات حول أحداث ثورة ٢٥ يناير، مجلة دراسات الطفولة، مج ١٦، ع ٥٨، يناير -

مارس ٢٠١٣ ص ص ٤٦ - ٥٤.