

## اعتماد برامج التوك شو على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع المصري وعلاقته باتجاهات الجمهور نحوها

إعداد/ أ. محمد محمد العوضي\*

إشراف/ أ.م.د/ أحمد أحمد أحمد عثمان\*

### المستخلص:

هدفت الدراسة إلى رصد ومعالجة برامج التوك شو لمشكلات المجتمع المصري، والتعرف على دوافع اعتمادها على صحافة المواطن، وتحديد أولويات الجمهور ومدى اهتمامه بالقضايا المعروضة وتحديد أولوياته، وأثر معالجتها عليه، وقياس كثافة تعرضه، ودوافعه ودرجة اهتمامهم وقت التعرض، ومستوى إدراكه لواقعية المضمون المقدم ببرامج التوك شو المعتمدة على صحافة المواطن قبل، وبعد معالجة مشكلاته، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي بشقية الوصفي، والتحليلي لمعرفة أسباب تلك الظاهرة من خلال عينة من برامج التوك شو تم اختيارها بعد عمل دراسة استطلاعية، وكذلك عينة ميدانية عمدية قوامها (400) مفردة من الجمهور المصري من أعمار مختلفة، وكذلك مستويات اقتصادية، اجتماعية، علمية، مختلفة.

### توصلت الدراسة إلى:

- 1- ضرورة الاهتمام بإجراء الدراسات الممتدة للتعرف على تأثير برامج التوك شو على الجمهور المصري، وخاصّة البرامج التي تعرض على منصات التواصل الاجتماعي والموجه خصيصًا للجمهور المصري على وجه التحديد والتي ظهر من خلال الدراسة الحالية اهتمام الجمهور بها ومدى تأثره بمضمونها.
- 2- الربط بين برامج التوك شو المعتمدة على صحافة المواطن وبين معايير المجتمع بمعنى عدم مخالفة مضامينها المأخوذة من صحافة المواطن مثل الصور، والفيديو لأخلاقيات المجتمع وقيمه وعاداته.

\* باحث دكتوراة في جامعة المنصورة كلية الآداب قسم الإعلام شعبة إذاعة "راديو وتليفزيون" تخصص "إنتاج مواد إذاعية".

- 3- احترام خصوصية الأفراد وعدم عرض الصور لأشخاص لأغراض معينة، التأكيد من صدق ما ينشر في صحافة المواطن من معلومات.
- 4- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها.
- 5- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن العلاقة بين كثافة التعرض لبرامج التوك شو واتجاهات الجمهور نحو المشكلات التي تعكسها برامج التوك تتأثر بمستوى الانتباه والدوافع وإدراك واقعية المضمون وبعض المتغيرات الديموغرافية.
- الكلمات المفتاحية:**

برامج التوك شو - صحافة المواطن - مشكلات المجتمع المصري.

\* باحث دكتوراة في جامعة المنصورة كلية الآداب قسم الإعلام شعبة إذاعة "راديو وتلفزيون" تخصص "إنتاج مواد إذاعية".  
\* أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام كلية الآداب، جامعة المنصورة.

## **Dependence of Talk Shows on Citizen's Journalism in Addressing the Problems of Egyptian Society and its Relationship to the Public Attitudes towards it**

### **Abstract**

This study aimed to monitor and analyze how talk show programs address issues in Egyptian society, investigate the motives behind their reliance on citizen journalism, and explore public priorities and interest in the presented issues. It also examined the effects of media coverage on the audience, measuring their exposure, motivations, attention levels, and perception of the realism of the content in talk shows that incorporate citizen journalism, both before and after addressing these societal problems.

The study employed a survey method, both descriptive and analytical, using a sample of talk shows selected after a preliminary exploratory study. Additionally, a purposive field sample of 400 Egyptian individuals from various age groups and diverse socioeconomic and educational backgrounds was surveyed.

The study concluded that:

- 1- Emphasis on conducting extended research to understand the impact of talk shows—especially those on social media platforms—on Egyptian audiences, who showed strong interest and influence.
- 2- The importance of aligning citizen journalism-based content (images, videos) with societal values, traditions, and ethics.
- 3- Respecting individual privacy and verifying the credibility of information sourced from citizen journalism.
- 4- A statistically significant correlation was found between audience exposure to talk shows using citizen journalism and their attitudes toward such programs.

5- Audience perceptions were influenced by factors such as level of attention, motivations for watching, perception of realism, and certain demographic variables.

**Keywords:**

Talk shows – Citizen journalism – Egyptian societal issues

اعتماد برامج التوك شو على صحافة المواطن في معالجة

مشكلات المجتمع المصري وعلاقته باتجاهات الجمهور نحوها

**مقدمة:**

شهدت برامج التوك شوفي مصر تحولاً ملحوظاً خلال الفترة الأخيرة، وخاصة بعد أن لعبت صحافة المواطن فيها دوراً هاماً كمصدر مهم من مصادر المعلومات، ودورها في التغطية اليومية للقضايا المجتمعية، وقد ساهمت صحافة المواطن في تعزيز التفاعل بين وسائل الإعلام المختلفة، فسلطت الضوء عن العديد من القضايا التي أهملت لفترات طويلة وتجاهلها الإعلام التقليدي عن عمد، ولقد غيرت التكنولوجيا المشهد الإعلامي، وفتحت آفاقاً واسعة أمام المواطن العادي الذي أضحى يمتلك هاتفاً ذكياً بتكلفة بسيطة، وكذلك اشتراكاً في الصفحات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي طور من قدراته الاتصالية، ليتبدل دوره من متلق سلبي إلى مرسل ومشارك صناعة المعلومة، والخبر بعد أن توفرت أمامه الفرص ليكون عنصراً فعالاً في المشاركة والتغيير<sup>(1)</sup>.

وبعد أن حدث ثورة تكنولوجيا الاتصال، لم يبق هناك سراً إلا وأزيل عنه الستار، ليتوسع المشهد الإعلامي الذي وفره عمالقة الصناعة الرقمية، مثل بيل جيتس، وستيف جوبز، فظهر ما يعرف بالمواطن الصحفي، الذي انتشر في كافة القنوات لتدعمه بكل طاقتها التكنولوجية، فيكشف المستور، وتهتز أنظمة ودول وشركات عابرة للقارات، وحمل الاتصال الرقمي رسائل مختلفة، لها إيجابياتها وسلبياتها.

كما تعد صحافة المواطن إحدى نواتج انتشار التقنيات الحديثة في مجال الإعلام، والاتصال وكثرة تطبيقاتها على شبكة الإنترنت مكنتها من ذلك، إذ بدأت تتغير معالم صناعة المضامين الإعلامية، سواء من حيث طبيعة مصادر المعلومات، أو في أشكال تقديمها أو الوسائل التي يتم الاعتماد عليها في توصيل هذه المضامين، وفي

هذا السياق الجديد، بدأ الجمهور المستخدم يؤدي دورًا محوريًا في العمل الإعلامي، وفي نشأت وظهور ما عرف بصحافة المواطن<sup>(2)</sup>.

ولم يعد الجمهور مجرد متلقيًا فقط بل منتجًا، ومشاركًا، في صناعة محتوى وسائل الإعلام عامة، وبرامج التوك شو خاصة، ومن جانب آخر بدأت وسائل الإعلام في التجاوب التدريجي مع هذه التحولات، والتعايش معها سواء من حيث الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات، أو بحثًا عن طرق جديدة لتوصيل محتواها الإعلامي بما يلائم الواقع التكنولوجي الجديد.

#### مشكلة الدراسة:

في هذه الدراسة تم مراجعة الدراسات السابقة لتسليط الضوء على تأثير اعتماد الجمهور على برامج التوك شو وصحافة المواطن، كما استعرضنا مدى تفاعل الجمهور مع القضايا التي تتناولها هذه البرامج من خلال المضامين التي تقدمها، والتي تسهم في تعزيز وعي وإدراك الجمهور، ونسعى من خلال ذلك إلى إبراز أهمية المساهمات التي تقدمها هذه البرامج في معالجة القضايا المجتمعية التي تهم الجمهور، وذلك من خلال أطر معالجة سليمة وصحيحة<sup>(3)</sup>.

وبعد المراجعة الدقيقة وُجد أن الدراسات العربية، والأجنبية لم تتناول المشكلة البحثية التي يطرحها هذا البحث، وهي اعتماد برامج التوك شو على صحافة المواطن كمصدر رئيسي لجمع المعلومات حول القضايا المطروحة، كما يسعى البحث إلى دراسة اتجاهات الجمهور تجاه هذه البرامج، وفهم مدى تأثيرها في تشكيل آرائهم حول القضايا المطروحة، بالإضافة إلى ذلك يهدف البحث إلى تقييم ما إذا كانت هذه البرامج تعكس الواقع أم أنها مجرد خيال، وذلك بناءً على أساليب المعالجة المستخدمة، في ضوء أهمية اعتماد الجمهور على برامج التوك شو، تُعتبر المعلومات المستمدة من صحافة المواطن محتوى يُقدّم للجمهور لأغراض متعددة، تشمل تقديم الحلول، معالجة القضايا الملحة، الترفيه، شغل وقت الفراغ، محاربة الشائعات، وتوفير المعلومات الصحيحة بسرعة، خاصة في أوقات الأزمات.

وتتلور مشكلة الدراسة في ضرورة تحليل كيفية معالجة برامج التوك شو لقضايا المجتمع المصري، من حيث أساليب تناولها والحلول المقترحة لها، كما تشمل الدراسة

رصد مدى تعرض الجمهور لهذه البرامج واتجاهاته تجاه القضايا المطروحة، بالإضافة إلى ذلك تهدف الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين هذين المتغيرين، وتأثير دوافع الجمهور لمتابعة هذه البرامج، ومدى إدراكهم لواقعية وصدق المحتوى المقدم، فضلاً عن تأثير المتغيرات الديموغرافية على هذه العلاقة.

#### أهمية الدراسة:

#### أ- الأهمية العلمية للدراسة:

يمكننا عرض الأهمية العلمية والمجتمعية للدراسة حيث تتبع أهمية الدراسة لكونها:

1- تتناول مدى تأثير برامج التوك شو ومعلوماتها من صحافة المواطن على الجمهور، لكونها من أهم المواد التليفزيونية خلال الفترة الأخيرة، التي مكنت الجمهور من متابعتها والتأثر بمحتواها وما يمكن أن تعالجه من قضايا مجتمعية هامة يتعرض لها الجمهور.

2- اهتمام الجمهور ببرامج التوك شو للحصول على المعلومة بشكل أساسي، حول كافة مناحي الحياة السياسية، الاقتصادية، الثقافية، الاجتماعية، ولأن هذه البرامج وقت الأزمات تناقش الأحداث وقت وقوعها، وتتناولها بالشرح والتحليل والتوضيح بشكل كافي.

3- التعرف على مدى اهتمام الجمهور بالمشكلات المطروحة في برامج التوك شو، استناداً إلى المعلومات التي تم جمعها من صحافة المواطن، كما يتضمن ذلك تقييم مدى توافق الجمهور مع الحلول المقترحة للقضايا في هذه البرامج، ومدى رضاهم عنها، واستخدامهم لها في مواجهة المشكلات المماثلة في حياتهم اليومية، مع الالتزام بكافة السبل المشروعة دون أي انتهاك للقانون، وخاصةً إن لم يكونوا على دراية بذلك.

#### ب- الأهمية المجتمعية للدراسة:

1- أهمية المشكلات التي تقدمها برامج التوك شو، ومدى اعتمادها على صحافة المواطن بالنسبة للجمهور وعرض طرق معالجتها ورد فعله بعد القضاء عليها.

2- اعتماد برامج التوك شو على صحافة المواطن تجعله يتناول نوعيات مختلفة من القضايا، وذلك وفقاً لبيئة الجمهور ومتطلبات حياته اليومية، والتي تختلف عن

مشكلات منطقه أخري بمعنى أن لك مجتمع مشاكل يختص بها عن غيره، فالمشكلات التي يعاني من الجمهور المصري تختلف عن مشكلات غير من الجمهور العربي وكذلك الجمهور العالمي.

3- التعرف على مشكلات جديد يتعرض لها الجمهور دون انتباه الحكومات ومدى تأثير هذه المشكلات على حياة الجمهور وطريقة تفكيره تجاه الحكومة وانتمائته لوطنه بشكل عام.

#### أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد برامج التوك شو على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع المصري، وعلاقته باتجاهات الجمهور نحوها وذلك من خلال الآتي:

- 1- كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو.
- 2- التعرف على دوافع تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو المعتمدة على صحافة المواطن لمعالجة قضايا المجتمع المصري.
- 3- درجة انتباه الجمهور المصري أثناء عملية التعرض لبرامج التوك شو.
- 4- تحديد مستوى إدراك الجمهور المصري لواقعية المضمون المقدم في برامج التوك شو.
- 5- التعرف على اتجاهات الجمهور نحو برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة قضايا المجتمع المصري.
- 6- التعرف على أسباب المشكلات المعروضة في برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في الحصول على المعلومات تجاه قضايا الجمهور.
- 7- معرفة مدى إيجابية الحلول المقدمة من خلال برامج التوك شو لمشكلات المجتمع المصري واتجاه الجمهور نحوها.

#### الدراسات السابقة:

يعد التراث الأدبي للدراسة هو أساس الوقوف على المشكلة البحثية، ومحاولة جمع جوانبها كاملةً من خلال استعراض ما بناه السابقون من بحوث تصب في مصلحة البحث العلمي، في مجال معين ومن هذا المنطلق يأتي موضوع البحث، في محاولة لصياغة المشكلة والوقوف على كافة جوانبها، وأبعادها فلا بد من استعراض

التراث الأدبي للكشف عن تلك الجوانب الخاصة بعملية اعتماد برامج التوك شو على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع المصري، وتم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين كما يلي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت برامج التوك شو:

1- دراسة Casetti, F., & Odin, R. (2025)<sup>(4)</sup> بعنوان من التلفزيون القديم إلى

التلفزيون الجديد: نهج سيميائي براغماتي". دراسات نقدية في التلفزيون.

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على بعض التحولات التي طرأت على عملية الانتقال من التلفزيون القديم إلى التلفزيون الجديد وتوسعي تحديداً إلى فهمه، من منظور سيميائي براغماتي، كيف يؤدي التغيير في "الجهاز" إلى تغييرات في عمليات تموضع المشاهد. فإلى جانب التنوع اللامتناهي للسلوكيات الفردية والفئات الرئيسية للجمهور التي حددها التحليل الاجتماعي، فإن انخراط المشاهد الفرد في الجهاز التلفزيوني هو ما سيتم مناقشته هنا، ويشير استخدام مصطلح "الجهاز" إلى أننا لن نأخذ في الاعتبار ما يحدث في البرامج نفسها (التحليل الداخلي)، بل سنتناول أيضاً نمط الاستهلاك كما يُبرمجه عدد من الفاعلين الخارجيين.

توصلت الدراسة إلى ما يلي:

- يمكن وصف التلفزيون القديم بأنه "مؤسسة"، ونعني بالمؤسسة "هيكلًا يحكم، داخل مساحته الخاصة، استخدام عقد (عقود) اتصالات معينة.
- تأسس التلفزيون القديم على مشروع تعليمي ثقافي وشعبي، وهو في المقام الأول شكل من أشكال الاتصال التربوي، وعلى حد تعبير جان لوي ميسيك وودومينيك وولتون، يشكل المشاهدون نوعًا من "الطبقة الكبيرة"، حيث يكون محترفو التلفزيون "أسيادًا" (ميسيك وولتون، 1983: 128).
- تتميز الاتصالات التربوية بثلاث سمات: هدفها هو نقل المعرفة، إنها اتصالات أحادية الاتجاه، مع كل ما يستلزمه ذلك من حيث الحتمية، أو التوجيه تقريبًا، في الطريقة التي تخاطب بها متلقيها أخيرًا، إنه تواصل قائم على فصل الأدوار وتسلسلها الهرمي فهناك من يحملون المعرفة، وهناك من نسعى لإيصالها إليهم.

2- دراسة رجب بلال ربحان، زينب الحسيني (2024) (5)، بعنوان: معالجة برامج التوك شو للأزمات الدولية وعلاقتها بإدراك الجمهور للقضية الاقتصادية. هدفت الدراسة إلى استكشاف دور برامج التوك شو في معالجة الأزمات الدولية وعلاقتها بإدراك الجمهور للقضايا الاقتصادية، تم ذلك من خلال تحليل محتوى الموضوعات الاقتصادية التي تم تناولها في برنامج "التاسعة" المقدم على القناة الأولى المصرية، وبرنامج "الحكاية" على قناة MBC مصر، وبرنامج "كلمة أخيرة" على قناة ON، بالإضافة إلى برنامج "على مسؤوليتي" على قناة صدى البلد، اعتمدت الدراسة على عينة عمدية شملت 400 مشارك من الجمهور المصري، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج:

- أن الأزمة الروسية الأوكرانية تصدرت قائمة الأزمات الدولية بنسبة (44.3%)، تلتها أزمة الأمن الغذائي بنسبة (34.0%)، ثم أزمة نهر النيل والسد الإثيوبي بنسبة (12.7%)، أما بالنسبة للقضايا الاقتصادية، فقد جاءت قضية ارتفاع أسعار السلع والخدمات في المرتبة الأولى بنسبة (18.8%)، تلتها معدلات النمو الاقتصادي بنسبة (11.9%)، ثم قضية ارتفاع أسعار النفط والغاز بنسبة (10.3%).
- كما أظهرت النتائج أن الإجراءات التي تتخذها الدولة للتعامل مع الأزمات والقضايا كانت في المرتبة الأولى، تلتها جهود تشجيع جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، ثم الحماية الاجتماعية وضمان توفير السلع الأساسية، بنسب (85.9%)، (84.7%)، (80.9%) على التوالي، وفيما يتعلق بدرجة الاعتماد على معالجة البرامج للأزمات الدولية والقضايا الاقتصادية، فقد كانت درجة الاعتماد الكبيرة في المرتبة الأولى بنسبة (69.0%)، تلتها درجة الاعتماد المتوسطة بنسبة (24.5%)، ثم الاعتماد المنخفض بنسبة (6.5%).

3- دراسة عادل عيد المطيري (2024) <sup>(6)</sup>، بعنوان: علاقة توظيف المحتوى الرائج بمواقع التواصل الاجتماعي (الترند) في البرامج التلفزيونية بترتيب أجندة الجمهور نحو القضايا وتشكيل اتجاهاتهم نحوها.

هدفت تلك الدراسة إلى التعرف على علاقة توظيف المحتوى الرائج بمواقع التواصل الاجتماعي (الترند)، في البرامج التلفزيونية بترتيب أجندة الجمهور نحو القضايا وتشكيل اتجاهاتهم نحوها، من خلال الاعتماد على منهج المسح وبالاعتماد على استمارة استقصاء تم توزيعها على عينة قوامها (400) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- بلغت نسبة متابعة الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي كبيرة من عينة الدراسة، حيث جاءت نسبة المتابعة (84.3%)، بينما جاءت المتابعة الغير دائمة (أحياناً)، (15.8%)، مما يؤكد زيادة معدلات متابعة الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي، جاء الفيس بوك جاء على رأس قائمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها الباحثين من الجمهور وبوزن نسبي (84%)، بينما جاء موقع انستغرام في الترتيب الثاني وبوزن نسبي (83.3%)، يليه موقع التيك توك بوزن نسبي (83%)، ثم موقع توتير بوزن نسبي (82.3%) بينما جاء موقع يوتيوب في الترتيب الخامس بوزن نسبي (80.3%)، يليه سناب شات بوزن نسبي (79%) ثم موقع يوتيوب في الترتيب الخامس بوزن نسبي (80.3%)، يليه سناب شات بوزن نسبي (79%) ثم لينكد في الترتيب الأخير.

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد الجمهور على البرامج التلفزيونية، في متابعة القضايا والأخبار البارزة وبين قدرتها على تزويدهم بالمعلومات والأحداث، توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة متابعة الجمهور عينة الدراسة للبرامج التلفزيونية، في متابعة القضايا وثقتهم في المضامين التي تقدم من خلال تلك البرامج، توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اعتماد الباحثين على متابعة الترند والمحتوى الرائج الذي تتناوله برامج التوك شو، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد، توجد فروق ذات دلالة

إحصائية بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو المحتويات الرائجة التي يتم توظيفها ببرامج التوك شو، وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

4- دراسة ماجدة أبو الفتوح محمد (2023)،<sup>(7)</sup> بعنوان: اعتماد الشباب الجامعي على برامج التوك شو بالقنوات الفضائية الحكومية والقنوات الخاصة كمصدر للمعلومات حول تنمية القرية المصرية.

استهدفت هذه الدراسة إلى استكشاف مدى اعتماد الشباب الجامعي على برامج التوك شو في القنوات الفضائية المصرية، كمصدر للمعلومات المتعلقة بتنمية القرية المصرية، كما تسعى إلى التعرف على مستويات هذا الاعتماد، ورصد التأثيرات الناتجة عن هذا التعرض استخدمت الدراسة المنهج المسحي، واستندت الباحثة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لتطوير فرضيات الدراسة، تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية متاحة تضم 404 أفراد من الطلاب الجامعيين في الكليات العملية، والنظرية من سكني (فارسكور، كفر سعد، الزرقا) بجامعة دمياط.

5- دراسة إيهاب حمدي جمعة (2018م)<sup>(8)</sup>، بعنوان: واقع الممارسة العملية لبرامج الحوار (التوك شو) بين القواعد المهنية والمسؤولية الاجتماعية.

أظهرت الدراسة واقع الممارسة العملية لبرامج الحوار (التوك شو) من حيث الالتزام بالقواعد المهنية والمسؤولية الاجتماعية، مع التركيز على نموذج العملية الشاملة في سينا 2018م، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي والمنهج المقارن، حيث تمثل مجتمع الدراسة التحليلية في حلقات برنامج "كل يوم" الذي يُعرض على فضائية (one)، وحلقات برنامج "مع معتز" الذي يُبث على فضائية الشرق المعادية. كما تم استخدام عدد آخر من حلقات برنامج "مصر إنهارده" الذي يقدمه محمد ناصر على فضائية مكملين، بالإضافة إلى برنامج "بين السطور" الذي تقدمه الإعلامية أماني الخياط على فضائية (ONLIVE)، وقد بلغ عدد الحلقات التي تم تحليلها (30)، حلقة، مع تسجيل (100)، فقرة متنوعة بين تقارير وتعليقات، ومدخلات من كلا القنوات الوطنية والمعادية.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها:

- جاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أن القنوات الوطنية، سعت إلى تأكيد زيف

أكاذيب جماعة الاخوان حول قدرة القوات المسلحة وشائعات الجماعات الإرهابية حول الأوضاع في شمال سيناء  
- الإنفرادات باللقاءات الحصرية المتكررة وإذاعة صلاة الجمعة من مساجد شمال وجنوب سيناء، لإثبات استقرار الأوضاع وانتظام الأمور المعيشية، وذلك من خلال عدد من الآليات منها (التأكيد من خلال الافتتاحية والحوارات والضيوف للتأكيد أن الدولة المصرية لا تحتاج لأي مساعدة خارجية.

المحور الثاني: دراسات تناولت صحافة المواطن:

1- دراسة Pathak, Kinshuk (2025) (9) الوضع الحالي والأجندة المستقبلية لبحوث صحافة المواطن: تحليل حاسوبي المعرفة العالمية والذاكرة والتواصل. تهدف هذه الدراسة إلى تقديم نظرة شاملة على الوضع الراهن وأجندة البحث المستقبلية لصحافة المواطن من خلال منظور تحليلي حاسوبي، وتستكشف الورقة كيف ساهم التقدم التكنولوجي وأنماط استهلاك الإعلام المتطورة في تشكيل صعود صحافة المواطن، وإضفاء الطابع الديمقراطي على إنتاج الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتقنيات الرقمية، وأثر على الصحافة التقليدية والخطاب المجتمعي، أُجري تحليل ببليومتري على 1325 مقالة مُحكّمة تتعلق بصحافة المواطن، مستقاة من قاعدة بيانات.

توصلت إلى النتائج التالية:

- كشف التحليل عن نمو ملحوظ في منشورات صحافة المواطن بدءًا من عام ٢٠٠٤، مع بلوغ ذروتها
- في الفترة ٢٠٢١-٢٠٢٣. وتم تحديد الباحثين والمجلات الرئيسية، مع تسليط الضوء على المساهمات المستدامة والناشئة.
- وأشار تزامن الكلمات المفتاحية إلى التركيز على الأساليب النوعية ومصداقية صحافة المواطن، وتنوع التعاون الدولي، مع منشورات قوية داخل الولايات المتحدة الأمريكية، ومعدلات تعاون عالية بين الدول في النمسا وأستراليا، وقد

أشيد بالجامعات الأوروبية والأمريكية الشمالية، وخاصةً جامعة إشبيلية وجامعة فيينا، لمساهماتها الكبيرة.

2- دراسة أمل نبيل بدر (2019) <sup>(10)</sup>، بعنوان: "علاقة" ترندات توتير بأطر تقديم قضية" الصراع في ليبيا داخل برامج التوك شو المصرية على القنوات الخاصة: علاقة" ترندات" توتير بأطر تقديم قضية" الصراع في ليبيا داخل برامج التوك شو المصرية على القنوات الخاصة.

استهدفت الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين ترندات توتير وأطر معالجة قضية" الصراع في ليبيا، وركزت بشكل خاص على تأثير "هشتاج كلنا الجيش"، وهشتاج "ضد تدخل أردوغان" على نوعية الأطروحات المتداولة في برنامجين من برامج التوك شو على القنوات المصرية الخاصة، وهما برنامج "الحكاية" الذي يقدمه الإعلامي عمرو أديب، وبرنامج "على مسؤوليتي" الذي يقدمه الإعلامي أحمد موسى، وقد شمل التحليل الفترة من (15) نوفمبر 2019م إلى (31) يناير 2020م، اعتمد البحث على منهج المسح والمنهج المقارن كمنهج مساعد، مستخدمًا أداة تحليل المحتوى بشقيها الكمي والكيفي.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج:

- أهمها أن "برنامج الحكاية" تميز بقدر أكبر من الاهتمام الكمي بقضية" الصراع في ليبيا"، بينما تميز برنامج "على مسؤوليتي" على المستوى الكيفي من خلال تسليط الضوء على هذه القضية في فقراته الأولى، كما تصدرت الأطروحات العسكرية في برنامج "الحكاية".

- بينما كانت الأطروحات الاقتصادية هي السائدة في برنامج "على مسؤوليتي"، وبرز إطار "إصرار مصر على حماية أمنها القومي" كأحد الأطر الرئيسية في كلا البرنامجين. وقد ثبت وجود علاقة بين معدلات الاستشهاد بهشتاج "كلنا الجيش" واستخدام إطار "الصراع العسكري" في معالجة أحداث الصراع في ليبيا.

3- دراسة كنزي بشوشي (2022) <sup>(11)</sup>، بعنوان: التحديات التي يواجهها المواطن الصحفي ومستقبل صحافة المواطن.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على ما فرضته صحافة المواطن من واقعًا إعلاميًا جديدًا بكل المقاييس، بفضل ملكية الجمهور لوسائل الإعلام الجديدة، والتواصل

وتوظيفها وتركيز استخدامها في مجال معين يتمثل في إنتاج، ونشر القصص الإخبارية لكن هذا التكيف مع الفضاء الإعلامي ترافقه عدد من المعوقات لعمل المواطن الصحفي، والتي أثبتتها هذا البحث مستخدماً الطريقة الوصفية، لفهم هذه الظاهرة الإعلامية الجديدة من خلال توظيف أداة الملاحظة العلمية، مع عرض أهم الاتجاهات العلمية، والمعرفية التي تناولت موضوع الدراسة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى الآتي:

- أن هناك العديد من المخاطر التي يمكن أن يواجهها المواطن الصحفي كوقوعه دون قصد تحت المسائلة القانونية، لعدم إلمامه جيداً بكل مواد القانون وما يسمح به من مواد صحفية للنشر.

- انتشار صحافة المواطن وزيادة المنضمين لها مما يعمل على إثارة القلق والمخاوف لدى الصحفيين المهنيين، ليدفعهم ذلك بوضع عراقيل في طريق غير المحترفين مما يعملون بصحافة المواطن ربما تكلفه حياته إذا لزم الأمر.

4- دراسة بشرى لخريف وصار بن وليد (2021)<sup>(12)</sup>، بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل صحافة المواطن صفحة فيس بوك توات أف إم - Touat FM نموذجاً.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف مصطلح جديد في مجال الإعلام، وهو "صحافة المواطن"، وفهم الأسباب التي أدت إلى ظهوره وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي، وقد كان الظهور الملحوظ للصحفيين المواطنين عبر هذه المنصات، خاصة في الجزائر خلال السنتين الأخيرتين منذ بداية الحراك الشعبي في عام 2019، أحد العوامل التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع، سعينا من خلال هذه الدراسة إلى فهم دقيق لمفاهيم مواقع التواصل الاجتماعي، وصحافة المواطن بالإضافة إلى كيفية ممارسة هذه الصحافة بشكل مهني صحيح، والالتزام بالضوابط الأخلاقية والمهنية المرتبطة بها كما نهدف إلى استكشاف آراء الباحثين، والدراسين في مجال الإعلام حول هذا النوع من الأنشطة الإعلامية، والتعرف على الدور الذي تلعبه صفحة فيس بوك "توات أف إم" كنموذج للصفحات الإلكترونية النشطة في مجال صحافة المواطن، ومدى تأثيرها تفعيل هذه الظاهرة.

توصلت الدراسة إلى:

- اعتماد المؤسسات الإعلامية التقليدية على ما ينشر هؤلاء المواطنين من أخبار، وقد ظهر هذا النوع من الصحافة لعدم اكتفاء المواطن بما ينشر من أخبار في تلك الوسائل التقليدية، وأنه من أبسط حقوقه أن يتعرف على كل ما يحدث حوله.

- إبراز أهمية الدور الذي تلعبه صفحة فيس بوك، توات أف أم والتعرف على مدى تأثير المواقع الإلكترونية المختلفة، في انتشار صحافة المواطن وإبرار ما لهم من سلب وإيجاب.

5- ألاء سعيد مبارك بقشان (2023) <sup>(13)</sup>، بعنوان: المضامين التشاركية في صحافة المواطن.

هدفت الدراسة إلى التوصل لدور الإعلام الجديد، وما يستطيع أن يقدمه لإحداث تغييرات في العملية الإعلامية عامة والممارسات الصحفية خاصة، فلم تعد حكراً على القائمين عليها بل ملكية عامة بيد جمهورها، فأتاحت الوسائل الإعلامية المهنية للمواطنين فرصة المشاركة في إنتاج المضامين الصحفية، التي سيطر عليها الصحفيون المحترفون لعقود طويلة، وهذا يتبلور ضمن مصطلح الصحافة التشاركية Participatory journalism، والتي تطلب مشاركة المواطنين في إطار مصمم من قبل المحترفين، وفي ظل ذلك تسعى هذه الدراسة إلى تحليل المضامين التشاركية، ضمن تبويبي (صوت المواطن) على الموقع الإلكتروني لجريدة عكاظ في المملكة العربية السعودية، و(صحافة المواطن) على الموقع الإلكتروني لجريدة اليوم السابع في جمهورية مصر، لتقييم واقع الصحافة التشاركية وتحديد أوجه التشابه والاختلاف بينهما، وذلك من خلال رصد أنواعها، وموضوعاتها، وسماتها التشاركية، وقيمتها الإخبارية، والإستثمارات المستخدمة فيها، إضافة إلى النطاق الجغرافي الذي تشغله، والوسائط المتعددة التي ترافقها.

وتوصلت الدراسة إلى:

- تنوعت المواد التي يتضمنها تبويب (صحافة المواطن) على الموقع الإلكتروني لصحيفة اليوم السابع وفي المقابل نجد أن تبويب (صوت المواطن) في عكاظ

أقل عددًا وتتنوعًا من اليوم السابع، مشيرًا إلى أن اليوم السابع أكثر نشاطًا وانفتاحًا في ضم أشكال متنوعة من مشاركات المواطنين على عكس عكاظ التي كانت أكثر تقنيًا لها.

- انفردت اليوم السابع بعرض مشاركات المواطنين الصحفية مع انخفاض نسبتها، اشتملت على رسوم كاريكاتيرية، والمشاركة بموضوعات يرصدها المواطن: كالحوادث والمخالفات والإهمال ومواضيع أخرى متنوعة، ترتفع نسبة التدخل التحريري في اليوم السابع وعكاظ، ويرتبط مستوى التدخل التحريري في مواد المواطنين بنوعية أداة المشاركة التي أتاحت للمواطن، يهتم المواطنون بالموضوعات الناعمة مقارنة بالموضوعات الجادة، مع التركيز الشديد على النطاق المحلي في اليوم السابع وعكاظ.

التعليق على الدراسات السابقة:

- تبين من خلال استعراض التراث الأدبي تنوع الدراسات في المحاور والمتغيرات، وارتكزت معظمها في المحور الأول على الكشف عن دور برامج التوك شو في الفضائيات ومعالجتها لعدد من القضايا المختلفة في المجتمع، اعتمد كبير من الأبحاث بشكل أساسي على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وهذا ما تبين من خلال ما تم عرضه من الدراسات السابقة، مثل دراسة (رجب ربحان، زينب الحسيني، 2024)، والتي تناولت التعرف على مدى أهمية الدور الذي تقدمه برامج التوك شو، وطرقها في عرض وحل الأزمات الدولية وعلاقتها بإدراك الجمهور لأهمية ما تقدمه من حلول، ودراسة (عادل المطيري، 2024)، حيث استعرضت الدراسة أهمية التوظيف الصحيح للمحتوي الرائج بمواقع التواصل الاجتماعي (الترند)، في البرامج التليفزيونية بترتيب أجندة الجمهور نحو القضايا لتشكيل اتجاهات الجمهور نحوها، ودراسة (ماجدة أبو الفتوح محمد، 2023)، والتي تكشف عن مدى اعتماد الشباب الجامعي على برامج التوك شو، في الفضائيات النصرية كمصدر للمعلومات.

- غالبية الدراسات السابقة دراسات مسحية استخدمت المنهج التحليلي كأداة لجمع البيانات في عدد كبير منها يقدر بحوالي (18)، دراسة مثل دراسة (أمل نبيل

بدر، 2019)، والتي تستهدف عن كشف العلاقة بين ترددات توتير، وأطر معالجة قضايا الصراع في ليبيا بعد أن ركزت على هشتاج كلنا الجيش، وهشتاج ضد تدخل أردوغان، وكذلك دراسة (مراد العيساوي و مكاني، 2023)، والتي هدفت إلي كشف أخلاقيات الإعلام وتشريعاته على منصات التواصل الرقمي، ودراسة ( ألاء سعيد بقشان، 2023)، حيث هدفت إلى التوصل لدور الإعلام الجديد وما يستطيع أن يقدمه، لإحداث تغييرات في العملية الإعلامية بشكل عام والممارسات الصحفية بشكل خاص، ودراسة ( كنزي باشوشي، 2022)، والتي تهدف إلى عرض ما فرضته صحافة المواطن من واقع إعلامي جديد بكل المقاييس، وذلك بفضل ملكية الجمهور لوسائل التواصل والإعلام الجديد، وتوظيفها وتركيز استخدامها في مجال معين مثل إنتاج ونشر الأخبار، ودراسة (بشري لخريف وصار بن وليد، 2021)، والتي هدفت إلى التطرق لمصطلح جديد في المجال الإعلامي، وهو صحافة المواطن لتعرف على أسباب ظهوره وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي.

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

أكتشف الباحث من خلال نتائج الدراسات السابقة أن هناك علاقة بين كثافة التعرض، وبين إدراك الجمهور لأهمية ما يقدم في برامج التوك شو، من معلومات خاصة وقت الأزمات، ومن خلال ما تم استعراضه من هذه النتائج تسعى الدراسة موضوع البحث إلى التعرف على تأثيرات معالجة برامج التوك شو، لمشكلات المجتمع المصري من خلال اتجاهات الجمهور نحوها، كذلك تجنب تكرار دراسات أجريت من قبل مشابهة لموضوع البحث، بناء الإطار النظري الذي يناسب البحث وربط متغيرات الدراسة، اختيار المنهجية التي تناسب الدراسة موضوع البحث.

### المدخل النظري:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: "Reliance on media theory"

مع ظهور المجتمعات الحديثة التي أصبحت أكثر تعقيداً يوازي سرعة تقدمها، أصبح من الضروري فك شفرات هذا التعقيد، وقد تزامن ذلك مع بروز وسائل الإعلام الحديثة المتنوعة التي تؤدي وظائف متعددة وفقاً لنوع كل وسيلة وخصائصها، بدأ

الجمهور يدرك أهمية هذه الوسائل تدريجياً مما زاد من اعتماده عليها، حيث أصبحت جزءاً أساسياً من متطلبات الحياة في المجتمعات الحديثة، هذا الاعتماد توسع ليشمل جميع جوانب حياته اليومية، حيث يسعى للحصول على معلومات متنوعة عن الأفراد، والسلع وغيرها وفقاً لما يفرضه عليه محيطه والعالم الخارجي، مما يمكنه من التفاعل مع الآخرين، وبالتالي فإن متابعة الجمهور لهذه الوسائل يُعتبر عنصراً فعالاً وحيوياً يؤثر في عملية الاتصال بين الطرفين<sup>(14)</sup>.

• دعائم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركزتين أساسيتين هما: (15)

1- الأهداف: حيث يسعى الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة لأهدافهم الشخصية والاجتماعية بغض النظر عن نمط أو شكل ملكية الوسائل فكل ما يهم الجمهور تلبية رغباته.

2- المصادر: تعقد المجتمع هو السبب الرئيسي، لاعتماد الأفراد والمنظمات على المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام من إحدى نظم المعلومات الهامة التي يسعى إليها الجمهور، من أجل بلوغ أهدافه فيعتمد عليها اعتماداً كلياً لسيطرتها على ما يريده من معلومات، والجمهور يعتمد على وسائل الإعلام ليحقق الأهداف التالية:

أ- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم، والحصول على الخبرات والفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

ب- التوجيه: ويشمل ذلك على التوجيه الفعلي الذي يدعمه في اتخاذ القرار مثل أن يقرر ماذا يشتري؟ وتوجيه تفاعلي مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة<sup>(16)</sup>.

ت- التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل الراحة والاسترخاء والاستشارة، والتسلية الاجتماعية مثل الذهاب إلى السينما، أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء<sup>(17)</sup>.

• فروض النظرية:

الفروض الأساسية لنظرية الاعتماد كما يلي:

- تزداد إمكانية تحقيق أهداف الرسائل الإعلامية على نطاق واسع في التأثيرات المعرفية، والعاطفية، والسلوكية، على أفراد الجمهور عند تقديم خدمة متميزة، ولاسيما وقت الأزمات وعدم الاستقرار والصدمات أو تغيرات جزية في المجتمع.
- تؤثر إمكانية الوصول للمعلومات في مركزياتها على مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام، فكلما قل مصدر المعلومات زاد الاعتماد على البدائل الأخرى، فكلما زاد كم المعلومات الهامة التي توفرها الوسيلة زاد اعتماد الجمهور عليها (18).

- كلما زاد عدم الاستقرار والشعور بالخطر زاد اعتماد الجمهور أيضاً على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات والصراع والتغيير الاجتماعي.
- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات التي يحتاجها الجمهور، خاصة عندما تكون مصادر الاتصال الشخصي محدودة أو مقيدة، ويصبح هذا الاعتماد أكبر عندما تتزايد المشاعر المعرفية، والعاطفية مثل الحب والكره حيث تعمل هذه المشاعر كدافع رئيسي لرفع مستوى الانتباه. (19)

• الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- رغم تميز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عن غيرها من نظريات التأثير الإعلامي بحكم الإيجابيات العديدة التي انفردت بها النظرية، إلا أنها لم تخلو من بعض السلبيات، حيث وجهت لها عدة انتقادات منها: (20)
- افتقار النظرية للدليل الموضوعي المؤيد، والسبب يعود إلى صعوبة إجراء دراسات على نطاق واسع تضم جميع المتغيرات الخاصة بالنظرية.
- لم تتعرض النظرية إلى دور قنوات الاتصال الشخصي مثل الاتصال داخل الجماعة، والاتصال داخل المنظمات، بالرغم من تزايد أهمية دور شبكات الاتصال الشخصي في تزويد الناس بالمعلومات.

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض

الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها.

الفرض الثالث: تتأثر العلاقة بين كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها برامج التوك شو بالمتغيرات الآتية:

- 1- دوافع تعرض الجمهور لبرامج التوك شو.
- 2- مستوى إنتباه الجمهور أثناء متابعة برامج التوك شو.
- 3- مستوى إدراك الجمهور لواقعية مضمون برامج التوك شو.
- 4- المتغيرات الديموغرافية لجمهور برامج التوك شو.

#### نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى (الدراسات الوصفية)، بشقيها الوصفي والتحليلي والتي تستهدف دراسة الحقائق الزاهنة والمتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع، وكذلك تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد<sup>(21)</sup>.

#### منهج الدراسة:

نظراً لطبيعة هذه الدراسة، والرغبة في الحصول على أكبر قدر من الدقة العلمية، فقد استخدمت الباحثة **منهج المسح (Survey)** والذي يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة لجمع البيانات وتحليلها والقيام بتفسيرها، وربطها بالدراسات السابقة والمجتمع المصري<sup>(22)</sup>.

#### مجتمع الدراسة:

- 1- يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في تحليل مجموعة من برامج التوك شو.
- 2- الجمهور المصري الذي يتابع برامج التوك شو.

## 1- عينة الدراسة التحليلية:

تعتمد الدراسة على أداة تحليل المضمون لعينة تحليلية مكونة من ثلاثة برامج من برامج التوك هم (الحكاية)، لعمر وأديب على قناة (mbc مصر)، برنامج (90 دقيقة)، تقديم هبه جلال على قناة المحور، برنامج (التاسعة)، تقديم يوسف الحسيني على القناة الأولى التلفزيون المصري وتم تحليلها لمدة دورة برمجية كاملة بلغت ثلاثة أشهر.

## 2- عينة الدراسة الميدانية:

تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية متاحة من الجمهور المصري المتابع لبرامج التوك شو، وقوامها (400) مفردة، وتم تحديدها من الأفراد أكبر من سن 18 عام، حيث إنه بدايةً من هذه المرحلة تكون له القدرة على تحديد الاتجاهات، مع مراعاة تنوع الخصائص الديموغرافية بين الباحثين، حتى تكون العينة ممثلة للمجتمع تمثيلاً صحيحاً.

وجاءت خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات الدراسة كما يلي:

## جدول رقم (1)

يوضح الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة من الجمهور المصري

| الخصائص           | الفئات                  | ك   | %      |
|-------------------|-------------------------|-----|--------|
| النوع             | ذكر                     | 240 | 60.00  |
|                   | أنثى                    | 160 | 40.00  |
|                   | المجموع                 | 400 | 100.00 |
| المستوى التعليمي  | ثانوية عامة وما يعادلها | 94  | 23.50  |
|                   | تعليم جامعي             | 168 | 42.00  |
|                   | دراسات عليا             | 138 | 34.50  |
|                   | المجموع                 | 400 | 100.00 |
| المستوى الاقتصادي | منخفض                   | 104 | 26.00  |
|                   | متوسط                   | 167 | 41.75  |
|                   | مرتفع                   | 129 | 32.25  |
|                   | المجموع                 | 400 | 100.00 |

**أدوات جمع البيانات:**

تعتمد الدراسة على استخدام أداة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة محل الدراسة، ويتم تطبيقها لرصد أنماط متابعة الجمهور لبرامج التوك شو المعتمدة على صحافة المواطن، وقياس مدى إدراكهم لواقعية مضمونها، وأثره في تشكيل وعيهم وخصائصهم الديموغرافية.

**متغيرات الدراسة:**

1- المتغير المستقل: برامج التوك شو.

2- المتغير التابع: صحافة المواطن.

3- المتغير الوسيط: الخصائص الديموغرافية (السن-المستوى التعليمي- مكان الإقامة)

**إجراءات الثبات:**

اختبار الثبات Stability : للتحقق من هذا النوع من الثبات اعتمد الباحث معامل ألفا كرونباخ، حيث يوضح الجدول التالي معاملات الثبات للاستبيان الخاص بالدراسة على النحو التالي:

**جدول رقم (2)**

يوضح معامل الثبات للاستبانة

| م | المحور  | عدد العبارات | معامل الثبات |
|---|---|--------------|--------------|
| 1 | دوافع تعرض المبحوثين لبرامج التوك شو  | 10           | 0.903        |
| 2 | مستوى انتباه الجمهور المصري عينة الدراسة لبرامج التوك شو                                    | 9            | 0.852        |
| 3 | إدراك المبحوثين لواقعية المضمون المقدم ببرامج التوك شو                                      | 9            | 0.888        |
| 4 | اعتماد برامج التوك شو على صحافة المواطن في معالجة قضايا المجتمع المصري                      | 9            | 0.889        |
| 5 | اتجاهات الجمهور نحو برامج التوك التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة قضايا المجتمع المصري | 9            | 0.913        |
|   | إجمالي الثبات لجميع المحاور   | 46           | 0.898        |

تشير قيمة معامل الثبات إلى استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، حيث إنه إذا ما أعيدت الاستبانة على نفس العينة فإن المقياس يعطى نفس النتائج باحتمال

مساوي لقيمة المقياس، وتشير قيم معامل ألفا كرونباخ في الجدول السابق لارتفاع قيم معاملات الثبات للاستبيان المستخدم في الدراسة، حيث بلغ معامل الثبات لإجمالي المحاور (0.898) لعدد العبارات (46). بينما تراوحت قيم معامل ثبات المحاور من (0.852) كحد أدنى إلى (0.913) كحد أعلى، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات مما يجعل هناك إمكانية في الاعتماد عليها في الدراسة.

#### اختبار الصدق:

يُقصد باختبار الصدق صلاحية الاستمارة لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعنى آخر صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيما يتوصل إليه الباحث من نتائج، بحيث يمكن الانتقال منها إلى التعميم<sup>(23)</sup>. وبحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية، وتعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية ويستعان في هذا الاختبار بعدد من المحكمين من خبراء البحوث في ضوء أهداف البحث وفروضه وبنوده<sup>(24)</sup>.

وللتأكد من صدق وصلاحية استمارة الاستبيان قام الباحث بعرض الاستمارة على عدد من الأساتذة المحكمين والخبراء في مجال الإعلام ومناهج البحث<sup>(25)</sup>، وبناءً على إرشاداتهم وتوصياتهم قام الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة على الأسئلة والتي أشاروا إليها، وبذلك أصبحت استمارة الاستبيان صالحة لقياس متغيرات الدراسة وتلبية أهدافها.

#### الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، قام الباحث بترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية، وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" (Statistical Package "SPSS for Social Science). وبناءً عليه تم عمل مقاييس وصفية تشمل الجداول والتوزيعات التكرارية، والمقاييس التجميعية، وتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من متغيرات الدراسة وفق الآتي:

- التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean والانحراف المعياري Std. Deviation.

- الأوزان النسبية: وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لمقياس ليكرت الثلاثي، ثم ضرب النتائج  $\times 100$ ، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصى لدرجات المقياس.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوي المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300 : 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصارًا ANOVA، أو اختبار "ف" وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصارًا باسم (LSD) لمعرفة مصدر الفروق والتباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت اختبار (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائية بينها.
- معامل الارتباط الجزئي (partial correlation) لدراسة العلاقة بين متغيرين باستبعاد تأثير متغير آخر.

#### مصطلح صحافة المواطن Citizen journalism :

يقصد به، مشاركة الأفراد غير المتخصصين في العمل الإعلامي بإنتاج المحتوى الإخباري والتوعوي، ويشمل التقارير المصورة، المنشورات على وسائل التواصل المختلفة، الشهادات الحية، وكافة المواد الإعلامية التي يتم إنتاجها من قبل المواطنين، وتنتشر عبر القنوات الاتصالية الحديثة والمختلفة، يعرفها عباس صادق: "بأنها نشاط للمواطنين يلعبون خلاله دورا حيا في عملية جمع، وتحليل الأخبار وهذه المشاركة تتم بنية مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية"<sup>(26)</sup>.

وهي أيضًا مصطلح يشير إلى ذلك النشاط الذي يقوم من خلاله المواطن العادي كفرد من أفراد جمهور وسائل الإعلام بإنتاج مضمون إعلامي، ومعالجته ونشره عبر

تقنيات اتصالية متنوعة، ويمكن لهذا المضمون أن يكون نصيا أو مسموعا، أو بصريا، أو ما يكون متعدد الوسائط وفي الغالب ينشر عبر تطبيقات الإنترنت الاتصالية كالمدونات، وموقع نشر الفيديوهات، والمواقع الاجتماعية<sup>(27)</sup>.

كذلك يستخدم منتديات المحادثة الإلكترونية، ويمكن كذلك أن ينشر عبر وسائل الاعلام التقليدية، كالفنوتات التلفزيونية، أو الاذاعية، وعبر المواقع الالكترونية التابعة لوسائل الإعلام بصفة شاملة"، وحسب "جاي روزن" Jay Rosen: "إن فكرة صحافة المواطن تتحقق عندما يستخدم عامة الناس المعرفين بالجمهور، الأدوات الصحفية التي بحوزتهم ليخبروا أناسا آخرين بأحداث مهمة، تلك هي صحافة المواطن"<sup>(28)</sup>.

### نتائج البحث

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها.

وتمت دراسة هذا الفرض من خلال بحث العلاقة بين فئات كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها، وهي مستوى منخفض، ومستوى متوسط، ومستوى مرتفع، ويوضح الجدول التالي العلاقة بين المتغيرين المشار إليهما:

### جدول رقم (3)

العلاقة بين كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي

تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها

| الإجمالي |     | كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو |     |       |     |       |     | الاتجاه نحو برامج التوك شو |
|----------|-----|---|-----|-------|-----|-------|-----|----------------------------|
|          |     | مرتفع                                     |     | متوسط |     | منخفض |     |                            |
| %        | ك   | %   | ك   | %     | ك   | %     | ك   |                            |
| %11.3    | 45  | %3.8                                      | 15  | %1.0  | 4   | %6.5  | 26  | سلبى                       |
| %43.5    | 174 | %8.8                                      | 35  | %17.8 | 71  | %17.0 | 68  | محايد                      |
| %45.3    | 181 | %15.8                                     | 63  | %17.0 | 68  | %12.5 | 50  | إيجابى                     |
| %100.0   | 400 | %28.3                                     | 113 | %35.8 | 143 | %36.0 | 144 | الإجمالي                   |

وتشير بيانات الجدول السابق إلى العلاقة بين متغيري تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها، ويتضح أن العدد الأكبر من أفراد العينة (71) لديهم كثافة تعرض متوسطة وأيضًا اتجاهات محايدة، بينما العدد الأقل (4) لديهم كثافة متوسطة واتجاه سلبي.

ولاستخراج قيمة الارتباط بين متغيري كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها، تم استخراج قيمة معامل (بيرسون) للارتباط، وذلك من واقع إجابات كل فرد من أفراد عينة الدراسة على أسئلة الاستبيان، وجاءت قيمة الارتباط = 0.161، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.001)، وبذلك يتبين أن العلاقة بين المتغيرين طردية ضعيفة (أقل من 0.3)، وهي دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.5% أي توجد علاقة بين المتغيرين.

#### جدول رقم (4)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها

| كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو |             |               |                       | المتغيرات                  |
|---|-------------|---------------|-----------------------|----------------------------|
| العدد                                     | نوع العلاقة | مستوى الدلالة | معامل الارتباط بيرسون |                            |
| 400                                       | طردية ضعيفة | 0.001         | 0.161                 | الاتجاه نحو برامج التوك شو |

بناء على ما سبق تم قبول الفرض الأول في الدراسة، إذ تبين وجود علاقة بين كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها.

كما تم اختبار العلاقة بين المتغيرين المشار إليهما في الجدول السابق بإجراء تحليل التباين في اتجاه واحد لاختبار مدى معنوية الفروق بين الفئات الثلاث لكثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع على مقياس اتجاههم نحو هذه البرامج.

## جدول رقم (5)

تحليل التباين بين الفئات الثلاث لمتغير كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها

| مصدر التباين   | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسطات المربعات | قيمة F | مستوى المعنوية |
|----------------|----------------|--------------|------------------|--------|----------------|
| بين المجموعات  | 7.479          | 2            | 3.739            | 6.007  | 0.003          |
| داخل المجموعات | 247.119        | 397          | 0.622            |        |                |
| المجموع        | 254.598        | 399          | —                |        |                |

وأُسفرت نتائج الاختبار عن وجود فروق دالة بين فئات كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها، حيث جاءت قيمة (F) بمقدار (6.007) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (0.05).

ولمعرفة مصدر التباين بين الفئات الثلاثة لمتغير كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع على اتجاهاتهم نحو هذه البرامج، تم إجراء اختبار (LSD) لدراسة مصدر تباين هذه الفئات، وتبين وجود فروق دالة في مستوى الاتجاهات نحو لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع بين كل من:

- فئة إيجابي الاتجاه نحو برامج التوك شو، وفئة سلبي الاتجاه نحوها (مستوى دلالة 0.017) وذلك لصالح إيجابي الاتجاه نحو برامج التوك شو.
- فئة إيجابي الاتجاه نحو برامج التوك شو، وفئة محايد الاتجاه نحوها (مستوى دلالة 0.002) وذلك لصالح إيجابي الاتجاه نحو برامج التوك شو.

وبناء على ما سبق تم قبول الفرض الأول في الدراسة، إذ تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها.

## جدول رقم (6)

العلاقة بين مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها

| الإجمالي |     | مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو |     |       |     |       |    | الاتجاه نحو برامج التوك شو |
|----------|-----|--|-----|-------|-----|-------|----|----------------------------|
|          |     | مرتفع  |     | متوسط |     | منخفض |    |                            |
| %        | ك   | %  | ك   | %     | ك   | %     | ك  |                            |
| %11.3    | 45  | %1.0   | 4   | %4.5  | 18  | %5.8  | 23 | سلبى                       |
| %43.5    | 174 | %12.3  | 49  | %30.0 | 120 | %1.3  | 5  | محايد                      |
| %45.3    | 181 | %38.5  | 154 | %6.3  | 25  | %0.5  | 2  | إيجابى                     |
| %100.0   | 400 | %51.8  | 207 | %40.8 | 163 | %7.5  | 30 | الإجمالي                   |

وتشير بيانات الجدول السابق إلى العلاقة بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها، ويتضح أن العدد الأكبر من أفراد العينة (154) لديهم مستوى اعتماد مرتفع وأيضًا اتجاهات ايجابية، بينما العدد الأقل (2) لديهم مستوى اعتماد وأيضًا اتجاهات ايجابية.

ولاستخراج قيمة الارتباط بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها، تم استخراج قيمة معامل (بيرسون) للارتباط، وذلك من واقع إجابات كل فرد من أفراد عينة الدراسة على أسئلة الاستبيان، وجاءت قيمة الارتباط = 0.656، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وبذلك يتبين أن العلاقة بين المتغيرين طردية قوية (أكبر من 0.6)، وهي دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.5% أي توجد علاقة بين المتغيرين.

## جدول رقم (7)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها

| مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو |             |               |                       | المتغيرات                  |
|--|-------------|---------------|-----------------------|----------------------------|
| العدد  | نوع العلاقة | مستوى الدلالة | معامل الارتباط بيرسون |                            |
| 400  | طردية قوية  | 0.000         | 0.656                 | الاتجاه نحو برامج التوك شو |

بناء على ما سبق تم قبول الفرض الأول في الدراسة، إذ تبين وجود علاقة بين مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها.

كما تم اختبار العلاقة بين المتغيرين المشار إليهما في الجدول السابق بإجراء تحليل التباين في اتجاه واحد لاختبار مدى معنوية الفروق بين الفئات الثلاث لمستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع على مقياس اتجاههم نحو هذه البرامج.

## جدول رقم (8)

تحليل التباين بين الفئات الثلاث لمتغير مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها

| مستوى المعنوية | قيمة F  | متوسطات المربعات | درجات الحرية | مجموع المربعات | مصدر التباين   |
|----------------|---------|------------------|--------------|----------------|----------------|
| 0.000          | 150.677 | 34.236           | 2            | 68.473         | بين المجموعات  |
|                |         | 0.227            | 397          | 90.205         | داخل المجموعات |
|                |         | —                | 399          | 158.678        | المجموع        |

وأُسفرت نتائج الاختبار عن وجود فروق دالة بين فئات مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها، حيث جاءت قيمة (F) بمقدار (150.677) وهي دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من (0.05).

ولمعرفة مصدر التباين بين الفئات الثلاثة لمتغير مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع على اتجاهاتهم نحو هذه البرامج، تم إجراء اختبار (LSD) لدراسة مصدر تباين هذه الفئات، وتبين وجود فروق دالة في مستوى الاتجاهات نحو لبرامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع بين كل من:

- فئة إيجابي الاتجاه نحو برامج التوك شو، وفئة سلبي الاتجاه نحوها (مستوى دلالة 0.000) وذلك لصالح إيجابي الاتجاه نحو برامج التوك شو.
- فئة إيجابي الاتجاه نحو برامج التوك شو، وفئة محايد الاتجاه نحوها (مستوى دلالة 0.000) وذلك لصالح إيجابي الاتجاه نحو برامج التوك شو.

وبناء على ما سبق تم قبول الفرض الأول في الدراسة، إذ تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع واتجاهاته نحوها.

الفرض الثالث: تتأثر العلاقة بين مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها برامج التوك شو بالمتغيرات الأتية:

- 1-دوافع تعرض الجمهور لبرامج التوك شو.
  - 2-مستوي إنتباه الجمهور أثناء متابعة برامج التوك شو.
  - 3-مستوي إدراك الجمهور لواقعية مضمون برامج التوك شو.
  - 4-المتغيرات الديموغرافية لجمهور برامج التوك شو.
- لاختبار هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط الجزئي (partial correlation) لاستخراج قيمة الارتباط بين كل من: متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها برامج التوك شو، وذلك باستبعاد تأثير متغيرات (دوافع التعرض- مستوى الانتباه لمضامين برامج التوك شو

- مستوى إدراك المبحوثين لواقعية المضمون المقدم عبر برامج التوك شو - المتغيرات الديموغرافية).

وفيما يلي عرض مفصل لأهم نتائج الاختبار:

- جاءت قيمة معامل الارتباط الجزئي بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها، وذلك باستبعاد تأثير متغير دوافع التعرض (النفعية والطقوسية) لبرامج التوك شو = 0.470 عند مستوى دلالة = (0.000) وهو إيجابي معنوي، ولكنها أقل من قيمة الارتباط بينهم دون استبعاد تأثير دوافع التعرض حيث كانت = (0.656)، أي أن العلاقة الطردية قد قلت ولكنها ما زالت معنوية، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير دوافع التعرض (النفعية والطقوسية) أدى إلى إضعاف العلاقة بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها.
- جاءت قيمة معامل الارتباط الجزئي بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها، وذلك باستبعاد تأثير متغير مستوى الانتباه لمضامين برامج التوك شو = 0.517 عند مستوى دلالة = (0.000) وهو إيجابي معنوي، ولكنها أقل من قيمة الارتباط بينهم دون استبعاد تأثير مستوى الانتباه لمضامين برامج التوك شو حيث كانت = (0.656)، أي أن العلاقة الطردية قد قلت ولكنها ما زالت معنوية، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير مستوى الانتباه لمضامين برامج التوك شو أدى إلى إضعاف العلاقة بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها.

- جاءت قيمة معامل الارتباط الجزئي بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها، وذلك باستبعاد تأثير متغير إدراك الجمهور لواقعية مضمون برامج التوك شو = 0.419 عند مستوى دلالة = (0.000) وهو إيجابي معنوي، ولكنها أقل من قيمة الارتباط بينهم دون استبعاد تأثير إدراك الجمهور لواقعية مضمون برامج التوك شو حيث كانت = (0.656)، أي أن العلاقة الطردية قد قلت ولكنها ما زالت معنوية، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير إدراك الجمهور لواقعية مضمون برامج التوك شو أدى إلى إضعاف العلاقة بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها.
- جاءت قيمة معامل الارتباط الجزئي بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها، وذلك باستبعاد تأثير النوع = 0.654 عند مستوى دلالة = (0.000) وهو إيجابي معنوي، ولكنها أقل من قيمة الارتباط بينهم دون استبعاد تأثير متغير النوع حيث كانت = (0.656)، أي أن العلاقة الطردية قد قلت ولكنها ما زالت معنوية، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير النوع أدى إلى إضعاف العلاقة بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها.
- جاءت قيمة معامل الارتباط الجزئي بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها، وذلك باستبعاد تأثير المستوى التعليمي = 0.645 عند مستوى دلالة = (0.000) وهو إيجابي معنوي، ولكنها أقل من قيمة الارتباط بينهم دون استبعاد تأثير متغير

المستوى التعليمي حيث كانت = (0.656)، أي أن العلاقة الطردية قد قلت ولكنها ما زالت معنوية، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير المستوى التعليمي أدى إلى إضعاف العلاقة بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها.

• جاءت قيمة معامل الارتباط الجزئي بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها، وذلك باستبعاد تأثير المستوى الاقتصادي = 0.653 عند مستوى دلالة = (0.000) وهو إيجابي معنوي، ولكنها أقل من قيمة الارتباط بينهم دون استبعاد تأثير متغير المستوى الاقتصادي حيث كانت = (0.656)، أي أن العلاقة الطردية قد قلت ولكنها ما زالت معنوية، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير المستوى الاقتصادي أدى إلى إضعاف العلاقة بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها.

• **ويتضح مما سبق** أن استبعاد متغير (دوافع التعرض - مستوى الانتباه لمضامين برامج التوك شو - مستوى إدراك المبحوثين لواقعية المضمون المقدم عبر برامج التوك شو - المتغيرات الديموغرافية) أدى إلى إضعاف العلاقة بين متغيري مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج التوك شو التي تعتمد على صحافة المواطن في معالجة مشكلات المجتمع وبين اتجاهاته نحو مشكلات المجتمع المصري التي تعكسها.

#### أهم نتائج الدراسة:

1- عدم الاستخدام الأمثل لصحافة المواطن في برنامج التاسعة، من أبرز الأسباب التي أدت إلى عزوف الجمهور عن متابعته، حيث كان عدد المتابعين في بدايته أكبر من عددهم خلال هذه الفترة.

- 2- عرض مشاكل الجمهور من خلال تجاربهم الحياتية، وصفحاتهم الشخصية يعزز من قناعتهم بأن برامج التوك شو غير الحكومية تعبر عن آرائهم، مما يزيد من متابعتهم لهذه البرامج مثل "الحكاية" و"90 دقيقة".
- 3- تتناول برامج التوك شو التي ينتجها القطاع الخاص مشكلات حقيقية تهم الجمهور، مما عزز ثقته بها وزاد من وعيه واقتناعه، وقد أثرت هذه البرامج في قراراته وانفعالاته، وزادت من تعاطفه مع القضايا المطروحة، ودعمه لها، مثل برنامج "الحكاية" و"90 دقيقة".
- 4- كان لصحافة المواطن تأثير ملحوظ على محتوى برامج التوك شو التي تقدم في برامج القطاع الخاص، حيث اعتمدت بشكل واضح على العديد من القضايا مستندة إلى ما يُنشر فيها من وقائع وأحداث، وذلك من خلال وسائلها المتعددة مثل برنامج "الحكاية" و"90 دقيقة".
- 5- أظهرت نتائج الدراسة التحليلية في مجملها عن تباين واضح بين برامج التوك شو من حيث توجهاتها، وسياستها التحريرية وأجنداتها الخاصة، ومصدر تمويلها وكذلك اعتمادها على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات حول قضايا الجمهور المصري المختلفة السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الدينية.
- 6- كما أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن النسبة الأكبر من الجمهور يتابعون برامج التوك شو التي ينتجها القطاع الخاص لتفاعلها مع القضايا اليومية بشكل سريع مما يؤكد ثقة الجمهور بها، ولا يتابع البرامج التي ينتجها القطاع العام لتناوله للقضايا من زاوية رسمية فقط وتأخرها في عرضها.
- 7- أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن الجمهور أكثر متابعاً لبرامج التوك شو التي ينتجها القطاع الخاص لثقته بها، وتنوع مضمونها وتناولها لقضايا الملحة، وهو ما يؤثر سلباً على البرامج التي ينتجها القطاع العام لتبنيه المستمر لوجهة نظر الحكومة وعدم ثقته في محتواها، وهذا ما أفقدها المصداقية لدى الجمهور، وأفقدها شعبيتها، وتفسر هذه النتيجة أن ثقة الجمهور مهمه ولا بد أن يكون هناك توازن في النقد، وطرح المشكلات والقضايا التي تمس الجمهور بكل مصداقية وشفافية لبناء الثقة بينهما، لأبد من الإدراك أن الجمهور عنصرًا فعلاً يجب

مشاركته في محتواها وكذلك اقتراح الحلول لمشاكله، وأن التنوع في مضمونه وفقراته لا يقل أهمية عن القضايا المعروضة لتنوع اهتمامات الجمهور حتى لا يشعر بالملل والرتابة، والروتين مما يفقد هذه البرامج أهميتها لدى الجمهور.

#### التوصيات والمقترحات:

- 1- ضرورة الاهتمام بإجراء الدراسات الممتدة للتعرف على تأثير برامج التوك على الجمهور المصري، وخاصّة البرامج التي تعرض على منصات التواصل الاجتماعي والموجه خصيصًا للجمهور المصري على وجه التحديد والتي ظهر من خلال الدراسة الحالية اهتمام الجمهور بها ومدى تأثيره بمضمونها.
- 2- يتضح من نتائج الدراسة الحالية اهتمام الجمهور المصري ببرامج التوك شو التي تعالج قضايا أكثر من غيرها، ولذا فإن هناك ضرورة لوجود دراسات ممتدة للتعرف ومستمرة للتعرف على الطريقة الأمثل لتناول قضايا المجتمع المصري، وكيفية معالجتها بعد تناولها للعديد من القضايا المهمة، والملحة والتعرف على تأثير ذلك في المجتمع المصري.
- 3- اتضح من خلال الدراسة الحالية وجود تأثير معرفي لبرامج التوك شو على الجمهور المصري حيث تعد مصدر هام للمعلومات لدى الجمهور يتعرف من خلال على قضايا مجتمعه، وإدراك الواقع المحيط به وما يطرأ عليه من تغيرات سياسية وقانونية قد يضره عدم العلم بها لذلك يجب استغلال البرامج بالشكل الأمثل في نشر كل ما هو جديد ومفيد للجمهور من مستجدات ربما تضعه محل المسائلة.
- 4- ضرورة الاهتمام بدراسة أفضل الأساليب التي يمكن من خلالها استغلال كثافة تعرض الجمهور المصري لبرامج التوك شو بتقديم أفضل المعلومات التي تساعده على حل مشكلات مماثلة في المجتمع المصري تعرض من خلال البرامج، وعرض أفضل الحلول لها بطرق مشروعة حتى لا يقع تحت طائلة القانون لجهله به.
- 5- ضرورة الاهتمام بتقديم دراسات تهتم بتوظيف برامج التوك شو لخدمة المجتمع والقيام بدورها الأمثل تجاه الجمهور للحفاظ على حقة في الإعلام والتعلم ومشاركته في حل قضاياها واقتراح الحلول من خلاله لأنه هو الطرف الأصل المؤثر في عملية بناء وتطوير المجتمعات الحديثة.

هوامش البحث:

(1) عبد الرحمن حسن العلي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير المجتمعات المعاصرة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام، المجلد 1، العدد 45، القاهرة 2012، ص 45.

(2) الرزيق عبد الله، ثورة الإعلام الرقمي: من الصحافة الورقية إلى صحافة الإنترنت، (الرياض: دار الفكر العربي، 2016)، ص 73.

(3) ميرال مصطفى عبد الفتاح، رؤية مستقبلية لبحوث ودراسات الأطر المصورة في معالجة القضايا المجتمعية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد 4، العدد 51، 2022، ص 213.

(4) Casetti, Francesco, and Roger Odin. "From paleo-to neo-television: A semio-pragmatic approach." *Critical Studies in Television*, 11, (7), (2025): pp. 418-429.

(5) رجب بلال ربحان، زينب الحسيني، معالجة برامج التوك شو للأزمات الدولية وعلاقتها بإدراك الجمهور للقضية الاقتصادية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، المجلد 71، الجزء 2، القاهرة، 2024، ص 1329-1374.

(6) عادل عيد المطيري، علاقة توظيف المحتوى الرائج بمواقع التواصل الاجتماعي (الترند) في البرامج التلفزيونية بترتيب أجندة الجمهور نحو القضايا وتشكيل اتجاهاتهم نحوها، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، الجامعة الدولية، المجلد 27، العدد 28، الكويت، 2024، ص 9-88.

(7) ماجدة أبو الفتوح محمد، اعتماد الشباب الجامعي على برامج التوك شو بالقنوات الفضائية الحكومية والقنوات الخاصة كمصدر للمعلومات حول تنمية القرية المصرية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 26، الجزء 1، القاهرة، 2023، ص 101-195.

(8) إيهاب حمدي جمعة، واقع الممارسة العملية لبرامج الحوار (التوك شو) بين القواعد المهنية والمسؤولية الاجتماعية: العملية الشاملة سيناء 2018 نموذجاً: تحليل مقارنة لعينة من حلقات القنوات المصرية الوطنية والمعادية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد خاص، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2018، ص 589 - 605.

(9) Pathak, K. Current status and future agenda of citizen journalism research: a computational analysis. Global Knowledge, Memory and Communication, 2025.

(10) أمل نبيل بدر، علاقة" ترندات توتير بأطر تقديم قضية" الصراع في ليبيا داخل برامج التوك شو المصرية على القنوات الخاصة: علاقة" ترندات" توتير بأطر تقديم قضية" الصراع في ليبيا داخل برامج التوك شو المصرية على القنوات الخاصة، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة البليدة، المجلد3، العدد12، الجزائر، 2019، ص ص 131-146.

(11) كنزي بشوشي، التحديات التي يواجهها المواطن الصحفي ومستقبل صحافة المواطن، مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث، مركز ابن خلدون للدراسات الاستراتيجية، غزة، فلسطين، العدد9، 2022، ص ص 616-675.

(12) بشرى لخريف، صار بن وليد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل صحافة المواطن صفحة فيس بوك توات أف إم - Touat FM نموذجاً، رسالة ماجستير منشورة، جامعة أحمد دراية أدار، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية والعلوم الإسلامية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة إعلام واتصال، الجزائر، 2021، ص ص 28-45.

(13) ألاء سعيد مبارك بقشان، المضامين التشاركية في صحافة المواطن، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 26، 2023، ص ص 627-671.

(10) Syed Arabi Idid, Shahrul Nazmi Sannusi, and Mohammed Fadel Arandas. "Reliance, media exposure and credibility." Idid, SA, Sannusi, SN, & Arandas, MF (2019). Reliance media exposure and credibility. International Conference on Media and Communication (MENTION 2019). Universiti Kebangsaan Malaysia, Tenera Hotel, Bangi. (2019): p.22.

(15) White, Campbell, Julie M. Duck, and Peter A. Newcombe. "The Impact of Media Reliance on the Role of Perceived Threat in Predicting Tolerance of Muslim Cultural Practice." **Journal of Applied Social Psychology**, 42(12), (2012): p.3053.

(12) Werner J. Servin & James Wthankrd Jr "Communicatons" Theories Origins, Methods and Uses in the Mass Media, "3<sup>rd</sup> ed, (New York London: Longman), (1992): p. 263.

(17) Hayo, Bernd, and Matthias Neuenkirch. "Self-monitoring or reliance on media reporting: How do financial market participants process central bank news?" **Journal of Banking & Finance**, 59, (2015): p. 28.

(18) إبراهيم سليمان مصري، علاء الدين محمد عياش، اعتماد الشباب على القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية دراسة ميدانية على طلبة الجامعات الفلسطينية في إطار نظرية الاعتماد، مجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الاتصال والإعلام، المجلد 7، العدد 2، 2019، ص ص 38-63.

(15) Moody, Kim E, Credib or Convenience? Political information choices in a media-saturated environment, **Media Internaional Australia** (8/1/07-current), 140, (Aug 2011): p. 36.

(16) Contreras, Jorge L. "A market reliance theory for FRAND commitments and other patent pledges." **Utah L. Rev.** (2015): p. 479.

(21) عبد الباسط محمد محسن، (2011)، "أصول البحث الاجتماعي"، (القاهرة: مكتبة وهبة للطباعة والنشر)، ص 290.

(22) راسم محمد الجمال، خيرت معوض عياد، إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005)، ص 23.

(18) سلوى إمام، الصدق والثبات في استمارة تحليل المضمون، المجلة العلمية لكلية الإعلام، العدد الأول، 1989، ص 42.

(24) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط3، (القاهرة: عالم الكتب، 1999) ص 274.

(25) السادة المحكمين التالية أسماؤهم، مرتبة أبجدياً وفقاً لدرجاتهم العلمية:

- 1- أ.د. م /نورا حمدي محمد أبوسنه أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد كلية التربية النوعية جامعة المنوفية.
- 2- أ.د/ أسماء عرام الصحافة ورئيس قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة جنوب الوادي.
- 3- أ.د/ هويدا مصطفى أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 4- أ.د/ محمود عبد العاطي أستاذ الإذاعة ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة الأزهر.
- 5- أ.د/ محمد معوض إبراهيم أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ كلية الدراسات العليا جامعة عين شمس.
- 6- أ.د/ سعيد الغريب أستاذ الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 7- أ.د/ سامي السعيد النجار أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنصورة.
- 8- أ.د/ دينا فاروق أبو زيد أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة عين شمس.
- 9- أ.د/ الأميرة سماح فرج أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.

(21) Wall, M. Citizen Journalism: A retrospective on what we know, an agenda for what we don't. **Digital journalism**, 3, (6), (2015): p.797.

(27) إبراهيم بوعزيز، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحويل المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3، تونس، 2011، ص 45.

---

(23) THORSEN, Einar. Citizen journalism. In: The Routledge Encyclopedia of Citizen Media. Routledge, 2020: p. 43.