

دور البرامج الحوارية في التأثير على اتجاهات الجمهور الليبي نحو ثقافة السلام

(دراسة ميدانية)

أ.عافظ عبد الله مصطفى منصور

قسم الاعلام، كلية الآداب والتربية، جامعة صبراتة

مقدمة

تمارس وسائل الإعلام بأشكالها المختلفة دوراً كبيراً في تشكيل وتكوين آراء واتجاهات الجمهور بصورة كبيرة نحو قضايا أو مشكلات وربما فئات وقطاعات داخل المجتمع ذاته.

حيث تأتي البرامج الحوارية بدور مهم وفعال للرأي العام الليبي ، فهي تُعد مرآة وصوت الرأي العام كافة في عرضها لمجمل الأحداث والقضايا الهامة ، كما أنها تُعد من الوسائل التي تتخذها الدولة في معرفة آراء واتجاهات الجمهور نحو بعض القرارات وسير الأحداث ، والتي تشكل أهمية على الساحة الاجتماعية لدى الجمهور ، وبلغ هذا النوع من البرامج ذروته في السنوات الاخيرة فقد كانت على رأس الأحداث أول بأول بالتفسير والتحليل والعرض بصورة فورية ومستمرة لكل ما يحدث في الشارع الليبي.

وتُعد البرامج الحوارية ذات أهمية كبيرة في التأثير على اتجاهات الجمهور وتحديد مواقفه إزاء مختلف القضايا الراهنة التي تدور حوله في المجتمع الذي يعيش فيه ؛ إذ تسهم هذه الوسائل بدور كبير في تشكيل مفاهيم المجتمع وتحديد اتجاهاته وتطلعاته ورسم تصوره عما يجري حوله من مجريات الأحداث وذلك فيما تقدمه من مضامين و أخبار وآراء متعددة تشملته وتتعلق به، فلتثقافة السلام قواعد كثيرة و متعددة الا انها تفرض وجود وسائل و اطر تخدم قناعة الفرد و ترسخ في اعماقه مبادئ السلام عبر الطرح الاعلامي الهادف و المتوازي فتثقافة السلام لا بد ان يوازيها رفع الجهل و محاربة الامية و الابتعاد عن مبدا الغاء الاخر و ارساء القواعد و اهم الاسس المتينة لثقافة السلام و ايجاد جسور لتقبل الاخر و الايمان بقيمة الانسان و كرامته و الاقتناع بمستقبل حقوقه و دعم الديمقراطية و القضاء على النزاعات العرقية و الدينية و اقضاء الاخر.

فوسائل الاعلام سلاح ذو حدين يصنع السلام وقد يصنع الحرب والدمار الفارق فقط في الية الاستخدام للإعلام ان تم استخدامه لنشر التسامح والتعايش والمساواة بين جميع افراد ومكونات

المجتمع فيكون الاعلام هو جسر التواصل لصناعه السلام وان تم استخدامه لنشر الكراهية والتمييز والاقصاء للآخر فيكون الاعلام هو سلاح لإشعال الحرب والدمار. قد يكون الاعلام عقبه كبيرة تمنع تحقيق السلام وقد تكون اداه مساعدة لتحقيق السلام كيفية الاستخدام هو الذي يحقق الهدف المنشود.

ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور الليبي نحو ثقافة السلام إذ يعتبر البعض البرامج الحوارية مرآة تعكس الواقع الفعلي بما يشمل من قضايا وأحداث جارية في المجتمع حيث تسهم في تشكيل أفكار واتجاهات الجمهور نحو قضية ما من القضايا أو حدث من الأحداث المستجدة في المجتمع ، حيث شهدت البلاد في الفترة الأخيرة العديد من التوترات والتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية أثرت تأثيراً كبيراً على وضع ليبيا في مجموعة من الأحداث والوقائع المهمة التي شغلت اهتمام قطاع كبير من الليبيين والتي تناولتها وسائل الإعلام بصورة واسعة ومنها البرامج الحوارية والتي ساهمت في توصيل الأحداث والإطلاع عليها أولاً بأول وتفنيداً ورصدها بعين الدقة مما زادت مكانتها على الساحة الإعلامية وثقلت كفتها لدى الجمهور ولعبت دوراً كبيراً في تغطيات وتفسيرات كثيرة لهذه الأحداث.

وانطلاقاً من ذلك تبلورت مشكلة الدراسة التي تناولت اثر البرامج الحوارية (Talk Show) علي نشر ثقافة السلام بصفه عامة إضافة إلى عدم وجود دراسات تناولت العلاقة بين البرامج الحوارية وتشكيل اتجاهات الجمهور الليبي تجاه مختلف قضايا السلام المعاصرة في المجتمع الليبي.

أهمية الدراسة

تتمثل الدراسة في النقاط التالية:

- 1- أهمية البرامج الحوارية في تشكيل مفاهيم وأيدولوجيات الجمهور الليبي وتأثير ذلك على اتجاهاتهم وميولهم في قضايا السلام المعاصرة، لذا تعتبر هذه الدراسة واحدة من الدراسات الجديدة في هذا المجال.
- 2- أهمية الفترة الزمنية للدراسة حيث شملت أحداث وقضايا جديدة بالدراسة لم تتناولها دراسات سابقة نظراً لتطور أحداثها بشكل مستمر.

- 3- أهمية دراسة سلوك واتجاهات وازاء الجمهور الليبي ازاء ما يتم تداوله عبر وسائل الاعلام ودورها في عملية نضوجها الفكري والاكتمال المعرفي والحسي.
- 4- الدور الذي تقوم به البرامج الحوارية باعتباره أحد المصادر الأساسية التي يستقى منها الفرد معلوماته والتي تساعده في تنمية ثقافته ومعارفه السياسية، وزيادة وعيه وقيمه الفكري وإدراكه لكل ما يتعلق بحقوقه وواجباته الاجتماعية والسياسية على حد سواء.
- 5- تشير مراجعة أدبيات البحث العلمي إلى محدودية الدراسات البحثية في وجود رؤية نظرية لكيفية معالجة البرامج الحوارية لقضايا السلام بأنواعه المختلفة التي تتناول قضايا وأحداث معاصرة.
- 6- تزايد الاهتمام بدراسة تأثيرات البرامج الحوارية في تناولها للقضايا والأحداث المعاصرة في ليبيا على الجمهور بشكل عام.
- 7- التطور الذي حدث في المعارف والمفاهيم لدى الجمهور الليبي، بالإضافة إلى تطور وتنامي أنماط الاتجاهات بالنسبة لهم.
- 8- مساهمة البرامج الحوارية في نشر الوعي والثقافة الفكرية التي تساعد في خلق جيل متعلم قادر على احترام نفسه والقانون ومن ثم المجتمع بأسره، ففي ظل الظروف الراهنة لا بد من وجود الوعي الكاف ليعرف المواطن كيفية احترام القانون وكيفية التعامل به الذي بدوره يؤثر في عملية البناء الصحيح والتنمية السليمة.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي هو التعرف على طبيعة الدور الذي تساهم به البرامج الحوارية لدى الجمهور الليبي في تشكيل معارف ومفاهيم ثقافتهم تجاه القضايا المعاصرة في ليبيا ودورها في غرس قيم السلام وترسيخ تلك الثقافة في أذهانهم.

حيث ينبثق من هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية أخرى تتمثل فيما يلي: -

- 1- التعرف على الدور الذي تقوم به البرامج الحوارية كأحد مصادر تشكيل وتنمية الوعي لدى الجمهور الليبي.
- 2- التعرف على طبيعة البرامج الحوارية التي تساهم في تشكيل معارف الجمهور الليبي.
- 3- التعرف على القضايا المجتمعية المعاصرة والحديثة التي تقدمها البرامج الحوارية المختلفة.

4-الكشف عن اهتمامات الجمهور الليبي نحو الأحداث والقضايا المجتمعية المعاصرة في المجتمع.

5- التعرف على مدى تأثير البرامج الحوارية في الحياة الاجتماعية في ليبيا، ومدى دفعها في اتجاهات الجمهور الليبي للمشاركة المجتمعية وقضايا السلام المختلفة.

6-دراسة تأثير العوامل الديموغرافية للجمهور الليبي والمتمثلة في (النوع - المستوى التعليمي - الفئة العمرية - النطاق الجغرافي) على الاتجاهات التي يشكلونها عن ثقافة وقضايا السلام التي تتناولها البرامج الحوارية.

الدراسات والأدبيات السابقة

يعتمد البحث في بنائه الأساسي على دراسة الدور الذي يقوم به أثر البرامج الحوارية في التلفزيون الليبي على اتجاهات الجمهور نحو ثقافة السلام ، ومدى دفعها في اتجاهات الجمهور العام للمشاركة في قضايا السلام بشكل عام، وتأسيساً على ذلك، يمكن عرض الدراسات السابقة من خلال المحاور التالية:

- المحور الأول: -الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية والأحداث والقضايا المعاصرة وتأثيرها على الجمهور العام.

- المحور الثاني: يتناول الدراسات التي قامت بتناول علاقة وسائل الاعلام المختلفة بالسلام

✓ المحور الأول: -الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية والأحداث والقضايا المعاصرة وتأثيرها على الجمهور العام.

1. دراسة جلن وكارول وآخرون **Carroll & Glenn**، (2016) بعنوان: "تأثير مشاهدة

البرامج الحوارية السياسية على الجمهور" ⁽¹⁾: سعت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير مشاهدة البرامج الحوارية على جمهورها، وذلك بالانطلاق من فروض مدخلي الاعتماد ومدخل ترتيب الأولويات، معتمدة على منهج المسح باستخدام استمارة ميدانية طبقت على عينة من جمهور البرامج الحوارية السياسية. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها أن مشاهدة البرامج الحوارية السياسية تؤثر في مستوى ونوعية معلومات الجمهور السياسية وتضع

1 Gylnn, Carroll and others, "When Oprah interviews: political correlation of Day Time talk show viewing", **Journal of Broadcasting and electronic media**. Vol. 51, No. 2, 2016, P.p. 228-224.

قضاياها حول الأحداث والشؤون السياسية في أولوية اهتماماتها وتشجعه على البحث والتعرض لوسائل أخرى للتعرف على معلومات مفصلة حولها.

2. دراسة سلاح وريفيتا Revit،Selah (2016): بعنوان: "تأثيرات المضامين العنيفة الواردة في البرامج الحوارية والفيديو كليب على المراهقين" ⁽²⁾: هدفت إلى التعرف على تأثيرات المواد الإعلامية التي تتضمن مواد عنف في البرامج الحوارية والفيديو كليب على المراهقين، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة قوامها 921 مراهقاً مقسمين على مجموعتين الأولى يتراوح عمرها ما بين 15-16 سنة، والثانية ما بين 17-18 سنة، لمعرفة تأثير المضامين التلفزيونية العنيفة عليهم. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها: وجود فروق دالة بين المراهقين على أساس النوع والمستوى التعليمي والثقافي في تقبلهم للمضامين العنيفة واستعدادهم لمشاهدتها أكثر من مرة، حيث يفضل الذكور من ذوي المستوى التعليمي الأقل مشاهدة لهذه المضامين العنيفة بدرجة أكبر من بقية المراهقين، أما متغير العمر فلم يكن من المتغيرات المؤثرة في هذه الدراسة.

3. دراسة ماك جروا وشانون Shannon K،McGraw (2016): بعنوان: "البرامج الحوارية التلفزيونية المسائية والبرامج الكوميديّة السياسية" ⁽³⁾: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية معتمدة على منهج المسح، وأجريت على عينة من الشباب الأمريكي قوامها 650 مبحوثاً باستخدام استمارة ميدانية للتعرف على تأثير مشاهدتهم للبرامج الحوارية التلفزيونية التي تعرض في فترتي المساء والسهرة وتتناول موضوعات سياسية حول المرشحين للانتخابات والبرامج الكوميديّة السياسية والتي تساهم في إمداد هؤلاء الشباب بالمعلومات. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها: مشاهدة هذه النوعية من المضامين ساهمت بالإيجاب في خلق صورة عن المرشحين وإعطاء معلومات سياسية للمبشرين وتشجيعهم على حسم قرارهم بخصوص الانتخابات.

4. دراسة هشام أحمد عبد العاطي فايد (2015م): - بعنوان: "دور خطاب الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو

2 Selah, Revital, "Impact of violence television shows and music video clip on Adolescent" , *International journal of adolescent and youth*, Vol. 13, No. 1-2, 2016, P.p. 99-112.

3 McGraw, Shannon K. "The late night television talk show and political comedy programs. A study of young voters", *PHD Dissertation*, (USA the University of Oklahoma, .2016

قضايا السياسة العامة⁽⁴⁾: تهدف هذه الدراسة في التعرف على خصائص وسمات الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت ، بالإضافة لتفسير الدور الذى يلعبه هذه الخطاب السياسي في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا السياسة العامة في مصر والتعرف على الآلية الذى يصدر بها الجمهور تقييماته السياسية بخصوص تلك القضايا ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية حيث تعتمد على المنهج التجريبي. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها: أظهرت التجريبتين المطبقتين على قضية النظار وقضية انقطاع التيار الكهربائي عدم تحقق الفرض القائل بأن زيادة درجة القلق تؤدي إلى زيادة التعلم حول القضايا السياسية المطروحة، الوعي السياسي يؤثر بشكل ضعيف على شدة العلاقة بين قوة الاتجاه قبل التعرض وتقييم الاطروحات السياسية بعد التعرض، لم يؤثر الوعي السياسي على شدة العلاقة بين القلق والتعلم حول القضية السياسية المطروحة.

5. دراسة ياسمين محمد عبد المنعم (2015م)⁵:- بعنوان: "علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التليفزيونية: تهدف هذه الدراسة في التعرف على استخدامات الصفوة المصرية للبرامج الحوارية في القنوات التليفزيونية والإشاعات التي تتحقق لديهم نتيجة هذا الاستخدام والتأثيرات الناجمة عن هذا الاستخدام، ومن ثم تقييمهم ورؤيتهم لكيفية تطوير هذه البرامج حتى تقدم على الوجه الأمثل ، وذلك من خلال الاعتماد على مدخل الاستخدامات والإشاعات، والاعتماد على الاتجاهات الحديثة في هذا المدخل بدراسة التأثيرات الناجمة عن التعرض. قد كانت هذه الدراسة وصفية، قامت الباحثة بالاعتماد على منهج المسح الإعلامي لعينة من جمهور الصفوة في مصر؛ للتعرف على استخداماتهم للبرامج الحوارية التليفزيونية. كذلك المسح لعينة من البرامج الحوارية التليفزيونية؛ للتعرف على محتواها الإعلامي، واعتمدت على أداتي هما استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان لجمع البيانات. أجرت الباحثة دراسة تحليلية على عينة عمدية على ثلاث برامج تليفزيونية من البرامج الحوارية وهي: برنامج (هنا العاصمة): يتم بث هذا البرنامج عبر قناة CBC، وبرنامج (25-30): يتم بث البرنامج عبر قناة ON-TV، وبرنامج (آخر النهار مع محمود سعد): يتم بث البرنامج عبر قناة النهار.

4- هشام أحمد عبد العاطى فايد ، "دور خطاب الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا السياسة العامة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2015م).

5- ياسمين محمد عبد المنعم، "علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التليفزيونية " ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2015م).

أجرت الباحثة عينة عمدية على مجموعة من الصفوة المصرية قوامها (218) مفردة، وتم تحديد العينة في المرحلة العمرية من 30 عامًا فأكثر؛ خاصةً مع ظهور ما يمكن أن نطلق عليهم (الصفوة الشبابية). وقد اختارت الباحثة محافظات القاهرة الكبرى (القاهرة، الجيزة، والقليوبية) لإجراء الدراسة الميدانية بها. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها: جاء (التليفزيون) في مقدمة الوسائل التي تعتمد عليها عينة الدراسة في متابعة قضية أو موضوع معين بنسبة (61,9%). بلغ (معدل المشاهدة) من قبل عينة الدراسة للبرامج الحوارية (81,7%)، وكان نمط المشاهدة (أحيانًا) في المقدمة بنسبة (45,9%). يعتبر أهم أسباب مشاهدة البرامج الحوارية من وجهة نظر عينة الدراسة المتابعة لهذه البرامج، هو (نقل الأحداث على الهواء مباشرةً) وذلك بنسبة (29,5%). تنتشر البرامج الحوارية التي تقدم من خلال (القنوات الخاصة العامة) قائمة المتابعة من قبل عينة الدراسة بنسبة (74,1%). توجد علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين الإشباع المتحققة من مشاهدة البرامج الحوارية في القنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة، والثقة في المعلومات الواردة في هذه البرامج.

6. دراسة زينب الحسيني رجب بلال ربحان (2014م)⁶ بعنوان: " الأساليب الإقناعية في

البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في معالجة أحداث المرحلة الانتقالية: تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على دور الأساليب الإقناعية في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في معالجة أحداث المرحلة الانتقالية وذلك من خلال: التعرف على الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الحوارية عينة الدراسة خلال المرحلة الانتقالية الثانية، وكذلك التعرف على أهم القضايا والمشكلات التي تم عرضها في البرامج الحوارية عينة الدراسة خلال المرحلة الانتقالية الثانية. المنهج وعينة البحث: - استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وبلغت العينة (500 مفردة) وتم استخدام صحيفة تحليل المضمون، وصحيفة الاستقصاء كأداة من أدوات جمع البيانات. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها: التوصل إلى الأساليب الإقناعية التي تم استخدامها بالبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية خلال أحداث المرحلة الانتقالية. التوصل إلى أهم القضايا والمشكلات التي اهتمت البرامج الحوارية بطرحها ومناقشتها

6- زينب الحسيني رجب بلال ربحان، " الأساليب الإقناعية في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في معالجة أحداث المرحلة الانتقالية " ، رسالة ماجستير

غير منشورة ، (جامعة المنصورة ، كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوي، 2014م).

خلال أحداث المرحلة الانتقالية الثانية. التوصل إلى الأساليب التي استخدمت لتقديم ومعالجة القضايا المطروحة في البرامج الحوارية عينة الدراسة خلال أحداث المرحلة الانتقالية الثانية.

7. دراسة هبة صلاح الدين قطب عبد المطلب (2014م)⁷: - بعنوان: " دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في اتجاهات الشباب الجامعي نحو بعض قضايا الإصلاح السياسي في مصر عقب ثورة 25 يناير : دراسة تحليلية ميدانية: تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في اتجاهات الشباب الجامعي نحو بعض قضايا الإصلاح السياسي عقب ثورة 25 يناير 2011م وذلك من خلال التعرف على حجم تعرض الشباب الجامعي للقنوات الفضائية المصرية وأيضاً على التعرف على حجم تعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية إلى جانب التعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وفي إطارها استخدمت الباحثة المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح، والمنهج المقارن، واستخدم في ذلك استمارة تحليل مضمون للبرامج الحوارية عينة الدراسة، واستمارة استبيان لجمع البيانات من عينة من الشباب الجامعي المصري لمعرفة حجم تعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالفضائيات وأهم قضايا الإصلاح السياسي التي يهتمون بها وكيفية معرفة اتجاهاتهم نحو هذه القضايا من خلال متابعتهم لمثل هذا النوع من البرامج. واستخدمت الباحثة في ذلك عينة عشوائية قوامها من 400 طالب وطالبة من الشباب الجامعي المصري من بين طلاب جامعتي المنوفية ومصر للعلوم والتكنولوجيا. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها: وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو قضايا الإصلاح السياسي تبعاً لاختلاف مستويات تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية. وجود ارتباط موجب دال إحصائية بين مستويات مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية ومستويات المشاهدة المختلفة للبرامج الحوارية. وجود ارتباط موجب دال إحصائية بين كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية ومستويات الاتجاه نحو قضايا الإصلاح السياسي في مصر.

7 - هبة صلاح الدين قطب عبد المطلب، "دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في اتجاهات الشباب الجامعي نحو بعض قضايا الإصلاح السياسي في

مصر عقب ثورة 25 يناير : دراسة تحليلية ميدانية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة المنصورة ، كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوي، 2014م).

8. دراسة محمد محمد على البرماوي (2013م)⁸: بعنوان: "دور البرامج السياسية المقدمة عبر راديو الإنترنت في المشاركة السياسية للشباب الجامعي: تهدف الدراسة التعرف على دور البرامج السياسية المقدمة عبر راديو الإنترنت، والمشاركة السياسية للشباب الجامعي. قد كانت هذه الدراسة وصفية، قام الباحث بالاعتماد على منهج المسح الإعلامي، وأعتمد على أداتي هما استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان لجمع البيانات. أجرى الباحث دراسة تحليلية على عينة عمدية من البرامج السياسية المقدمة عبر راديو الإنترنت حيث بلغت 9 برامج سياسية مقدمة عبر إذاعات "حريتنا"، "بص وطل" وبلغ الإجمالي لعدد الحلقات 118 حلقة. كما أجرى الباحث دراسة ميدانية على عينة عشوائية من الشباب الجامعي حيث بلغ حجمها (300 طالب وطالبة) من ثلاث جامعات مصرية (القاهرة - طنطا - 6 أكتوبر). وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها: أن شكل برنامج الحديث المباشر في البرامج السياسية الأكثر استخداماً، وكانت اللهجة العامية الأكثر استخداماً بين المذيعين. أظهر استخدام معامل الارتباط بيرسون بوجود علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين الاستماع لراديو الإنترنت، وبين مستوى المشاركة السياسية للشباب الجامعي وفقاً لمتغير مشاركة الشباب في ثورة 25 يناير 2011م. بلغت نسبة من يستمعون إلى الإنترنت بشكل ثابت 28.2%، وبشكل غير ثابت وصلت نسبتهم إلى 44.3%. سجلت البرامج السياسية داخل راديو الإنترنت أعلى نسبة استماع لدى الشباب الجامعي بنسبة تصل إلى 34%.

9. دراسة السيد محمد أبو شعيع حسن (2012م)⁹ بعنوان: " دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير : تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير ، كما تسعى إلى التعرف على نوعية الموضوعات التي تناقش في هذه البرامج ومدى تدخل مقدمو هذه البرامج في تغيير أو تقييد آراء المشاركين فيها من الجمهور وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح لمضمون خاص لعينة من برامج المشاركة الجماهيرية ، والتي تقدم على القنوات الفضائية العربية والموجهة . وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن برامج المشاركة

8- محمد محمد على البرماوي، "دور البرامج السياسية المقدمة عبر راديو الإنترنت في المشاركة السياسية للشباب الجامعي" ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2013م).

9 - السيد محمد أبو شعيع حسن، " دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير "، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2012م).

الجماهيرية تقدم على قنوات غير حكومية، حيث تحتوي هذه البرامج على قدرة كبيرة في إتاحة الفرصة للرأي والتعبير للمواطنين وهو الأمر الذي لم تعتاده الأنظمة الحكومية. أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي ينبغي مراجعتها من جانب الإعلاميين قد تم الالتزام بها إلى حد كبير، حيث تم احترام حق الأفراد في الخصوصية وكذلك تم التأكيد على قيم الصدق (الصدق الذاتي - صدق القول - صدق الفعل)، إلا أنه في أحيان كثيرة كان القائم بالاتصال يفتقد للموضوعية، وكذلك كان يستخدم لغة غير محايدة في إدارة النقاش من خلال توجيه أسئلة إيحائية للضيوف والجمهور المشارك في النقاش.

10. دراسة ولاء إبراهيم عقاد على (2011م)¹⁰ بعنوان: "معالجة القضايا المقدمة في برامج الرأي الجماهيرية في الفضائيات العربية واتجاهات النخبة المصرية نحوها : تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على القضايا التي تقدمها برامج الرأي الجماهيرية التي تقدم من خلال القنوات الفضائية العربية على اختلاف أنماط ملكيتها (حكومية - خاصة مفتوحة - خاصة مدفوعة)، ومعالجتها للقضايا المختلفة التي تم طرحها قبل وبعد ثورة 25 يناير، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واعتمدت علي منهج المسح بشقيه ، مسح المضمون لعينة من برامج الرأي التي تقدم من خلال (الفضائية المصرية - دريم 2-اليوم) وهي برامج (مصر النهاردة - العاشرة مساء - القاهرة اليوم) ، ومسح الجمهور على عينة من أفراد النخبة المصرية بأنواعها (الاساسية - الأكاديمية - الإعلامية - الدينية) . وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن نسبة (66,5%) من أفراد النخبة يتعرضون بشكل دائم لبرامج الرأي الجماهيرية، وأن (28%) تتعرضون لها بشكل غير منتظم أحيانا، بينما بلغت نسبة عدم التعرض لها (5.5%) فقط مما يدل على نسبة المشاهدة المرتفعة التي تحظى بها هذه النوعية من البرامج بين أفراد العينة، والتي تؤكد على جماهيرية تلك البرامج على مستوى فئة متميزة مثل النخبة المصرية. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التزام مقدمي تلك البرامج بقواعد ومعايير العمل الإعلامي في معالجة القضايا الواردة خلالها قبل وبعد 25 يناير، من حيث (أسلوب مقدم البرنامج، ومدى مقاطعته للضيوف، ومدى استخدامه لألفاظ غير لائقة أو ألفاظ إيحائية، أو مفردات أجنبية) في فترة الثورة وبعدها.

10 - ولاء إبراهيم عقاد على، 'معالجة القضايا المقدمة في برامج الرأي الجماهيرية في الفضائيات العربية واتجاهات النخبة المصرية نحوها' ، رسالة دكتوراه غير

منشورة، (جامعة الأزهر، كلية الدراسات الإسلامية والعربية ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، شعبة صحافة وإعلام، 2011م.

11. دراسة ياسمين سعيد محمد عبد المنعم (2010م)¹¹ بعنوان: " دور برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية في تكوين المعرفة عن القضايا العامة لدى الجمهور المصري ": تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على دور برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية في تكوين المعرفة عن القضايا العامة لدى الجمهور المصري، وتعد من الدراسات الوصفية والتي اعتمدت على منهج المسح لعينة من جمهور المشاهدين لبرامج الرأي بقناة مصر الإخبارية قوامها 400 مفردة موزعة بالتساوي على الذكور والإناث بمحافظة القاهرة الكبرى باستخدام أداة الاستبيان. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: جاء اعتماد الجمهور المصري على برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية في الحصول على معلومات حول القضايا العامة في الترتيب الأول، بعدد نقاط (1776) بنسبة (54.8%)، ويمكن تفسير ذلك بأن العينة كاملة تشاهد قناة مصر الإخبارية، وبالتالي احتمالية اعتمادها على برامج الرأي بها. أتفق الجمهور المصري بنسبة (91,4%) أن برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية تجعل المشاهد (يتعاطف مع الشعوب المقهورة) وهي أحد التأثيرات الوجدانية، ويمكن تفسير ذلك بأن برامج الرأي خاصة الإخبارية منها تتناول قضايا الحروب والصراعات بين الدول والخسائر المادية والبشرية والنفسية الناجمة عنها.

12. دراسة نهى عاطف العبد (2009م): بعنوان: " العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية في الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأي العام بقضايا الإصلاح السياسي في مصر " (12) : سعت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية في الفضائيات العربية ومستويات المعرفة لدى الرأي العام بقضايا الإصلاح السياسي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتعد من الدراسات الوصفية، وأجريت على عينة عمدية قوامها 420 مبحوثاً من الجمهور المصري العام بشرائه الثلاثة موزعة بالتساوي على متغيري: النوع والمستوى الاجتماعي والاقتصادي باستخدام استمارة ميدانية. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ومن بينها: تتوزع معدلات مشاهدة البرامج الحوارية العربية على المشاهدة دائماً بنسبة 24.3%، والمشاهدة أحياناً بنسبة 60%، والمشاهدة نادراً بنسبة 5.7%. تتوزع مدى اعتمادهم عليها للحصول على المعلومات حول الإصلاح السياسي في مصر بدرجة كبيرة بنسبة 32.6%

11 - ياسمين سعيد محمد عبد المنعم، " دور برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية في تكوين المعرفة عن القضايا العامة لدى الجمهور المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الآداب، علوم الإتصال والإعلام، 2010م).

12- نهى عاطف العبد، "العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية في الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأي العام بقضايا الإصلاح السياسي في مصر"، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح، الواقع والتحديات، الجزء الثاني، 7-9، يوليو 2009م، ص802.

الاعتماد بدرجة متوسطة بنسبة 58.1%، والاعتماد بدرجة قليلة بنسبة 9.3%. أظهر استخدام معامل الارتباط بيرسون لوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض العينة للبرامج الحوارية العربية ودرجة اعتمادهم عليها في الحصول على معلومات حول قضايا الإصلاح السياسي في مصر. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دافع الفهم وكل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

13. دراسة ريهام سامي يوسف (2008م): بعنوان: " البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري " ⁽¹³⁾: سعت الدراسة للتعرف على أجندة القضايا المجتمعية في البرامج الحوارية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة. وتتمني الدراسة إلي البحوث الوصفية، معتمدة على منهج المسح بشقية التحليلي والميداني وأجريت الدراسة التحليلية على عينة من ثلاثة برامج حوارية بأسلوب الحصر الشامل لمدة شهرين الفترة من 2007/5/12 حتى 2007/7/7، بواقع 39 حلقة من برنامج (البيت بيتك)، 40 حلقة من برنامج العاشرة مساءً) وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من مشاهدي البرامج الحوارية بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة قوامها 420 مبحوث من الجمهور العام من محافظتى القاهرة والجيزة باستخدام صحيفتى تحليل المضمون والاستقصاء. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها: يعتمد 97.8% من مشاهدي البرنامج الحوارى الحكومي على برنامج (البيت بيتك) في متابعة قضايا المجتمع المصرى، بينما يعتمد 96.7% من مشاهدين برنامج (العاشرة مساءً) في متابعة قضايا المجتمع. تعتمد عينة الدراسة على الوسائل الإعلامية التالية في الحصول على المعلومات عن القضايا المجتمعية المصرية وهي كالاتى: القنوات الفضائية العربية، ثم القنوات المصرية الحكومية، وأخيراً الإنترنت. زاد اهتمام البرنامج الحوارى في القنوات الحكومية بالمشكلات والقضايا الاجتماعية والإعلامية، كما زاد اهتمامه ببعض القضايا التعليمية وقضايا المرافق والخدمات ذات أهمية كبيرة في المجتمع، بينما زاد اهتمام البرنامج الحوارى في القنوات الخاصة بالقضايا السياسية، والقانونية. وهي قضايا الرأى العام التى تناقش في ساحات المحاكم . والقضايا الاقتصادية.

المحور الثاني: يتناول الدراسات التي قامت بتناول علاقة وسائل الاعلام المختلفة بالسلام

13- ريهام سامى حسين يوسف، "دور البرامج الحوارية فى القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولوياتالقضايا المجتمعية لدى الجمهور المصرى" ، رسالة ماجستير

غير منشورة ، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2008م).

1. دراسة صابر محمد أحمد أبو بكر 2016¹⁴ المضامين المقدمة عبر موقع اليوتيوب وعلاقتها بنشر ثقافة السلام لدى المراهقين، تهدف هذه الدراسة إلي: التعرف على الموضوعات التي ركزت عليها مقاطع الفيديو حول مضامين ثقافة السلام. التعرف على مدى متابعة المبحوثين لمضامين ثقافة السلام على الموقع. التوصل إلى الآثار المترتبة على مشاهدة المبحوثين لمضامين ثقافة السلام على موقع اليوتيوب. تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني. عينة الدراسة التحليلية: وهي عينة عشوائية منتظمة بنسبة 10% تتمثل في مضامين ثقافة السلام (نبذ العنف- التسامح- التعايش السلمى مع الآخر) بموقع اليوتيوب. عينة الدراسة الميدانية: قام الباحث بإجراء الدراسة الميدانية على عينة عمدية من المراهقين المصريين من مستخدمي موقع اليوتيوب قوامها (400 مفردة) من جامعتي (عين شمس - 6 أكتوبر) أدوات الدراسة: أداة الدراسة التحليلية: وتتمثل في (صحيفة تحليل المضمون) أدوات الدراسة الميدانية: وتتمثل في (صحيفة الاستبيان) أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج هي:- جاءت نسبة المقاطع الاحترافية بموضوعات الدراسة 87.1% بينما جاءت نسبة المقاطع الجماهيرية 12.9%. اللغة العربية التي تجمع بين الفصحى والعامية جاءت كلغة مستخدمة في خطاب مقاطع الفيديو وقد غلبت المقاطع القصيرة (الأقل من 4 دقائق) على الموضوعات الثلاثة. توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين على مقياس اتجاهاتهم نحو مضامين ثقافة السلام وفقاً للمتغيرات الديموغرافية: (النوع- نوعية التعليم- المستوى الاجتماعي والاقتصادي).

2. دراسة محمد سيد عباس 2016¹⁵، إتجاهات الشباب الجامعي نحو نشر ثقافة السلام الإجماعي : دراسة تحليلية لبناء برنامج من منظور خدمة الجماعة لتنمية ثقافة السلام الإجماعي، استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو ثقافة السلام الاجتماعي. التعرف على طبيعة اتجاهاتهم نحو ثقافة المواطنة. التعرف على طبيعة اتجاهاتهم نحو مفهوم قبول الآخر. التعرف على طبيعة اتجاهاتهم نحو مفهوم الأمن الإنساني. التعرف على المعوقات التي تواجه الشباب في نشر ثقافة السلام الاجتماعي التعرف على دور

14- صابر محمد أحمد أبو بكر المضامين المقدمة عبر موقع اليوتيوب وعلاقتها بنشر ثقافة السلام لدى المراهقين رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة 2016

15 - محمد سيد عباس ، 2016 إتجاهات الشباب الجامعي نحو نشر ثقافة السلام الإجماعي : دراسة تحليلية لبناء برنامج من منظور خدمة الجماعة لتنمية ثقافة السلام الإجماعي ، مجلة الخدمة الاجتماعية - (الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين) - مصر ، ع/55، 443-484

الأخصائي الاجتماعي الذي يمكن من خلاله الحد من المعوقات التي تواجه الشباب في نشر ثقافة الاجتماعي. تنتمي الدراسة الحالية إلى نمط الدراسات الوصفية التحليلية، اعتمد الباحثان على منهج المسح الاجتماعي باستخدام العينة من الشباب الجامعي بكليتي الخدمة الاجتماعية جامعة أسوان وجامعة حلوان. استخدم الباحثان استمارة استبيان الفرقة التي تم فيها جمع البيانات من مجتمع البحث وهي من 5 / 4 / 2015 إلى 1/5/2015 نتائج الدراسة حددت عينة الدراسة مفهوم المواطنة بأنه منح أبناء الوطن حقوقاً متساوية في كل شيء. حددت النتائج أن من المظاهر التي تدل على المواطنة لديهم الآلت ام بأداب السلوك العامة واحركام القانون والحفاظ على الملكية العامة والحرص على القيام بالواجبات والمسؤوليات تجاه المجتمع وتعميق قيمة العمل الجماعي بين الشباب. من أشكال عدم المساواة بين أفراد المجتمع التفرقة بين أبناء الوطن على أساس الوضع الاجتماعي والاقتصادي واستمرار الوساطة. أظهرت الدراسة أن من مظاهر الديم وقرابية التي توجد حالياً هو التعبير عن الرأي دون خوف والمشاركة في الانتخابات.

3. دراسة عبدالمنعم محمد النور 2016¹⁶، دور راديو المجتمع في تعزيز السلام الاجتماعي في ولاية النيل الأزرق ، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أداء إذاعة راديو المجتمع بولاية النيل الأزرق من حيث دورها في تعميم وانتشار مفاهيم ثقافة السلام الاجتماعي، ومعرفة ما إذا كانت هذه الإذاعة تسهم في نشر ثقافة السلام والوعي المعرفي بهذه المفاهيم لدى الأفراد، من خلال رصد وتحليل خصائص المضمون المتعلق بتلك المفاهيم، إضافة إلى التعرف على آثار هذه المضامين ونتائجها على جمهور الإذاعة. وتصنف هذه الدراسة ضمن البحوث التي تهتم بدراسة مضمون البرامج التي تعنى بنشر ثقافة السلام عبر إذاعة راديو المجتمع ، وقد استخدم الباحث المنهج التاريخي الوصفي، للوصول إلى معلومات تجيب عن أسئلة الدراسة، واستخدم الباحث الملاحظة والمقابلة والاستبانة كأدوات لجمع المعلومات والبيانات، وللمعالجة الإحصائية استخدم الباحث برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية لإدخال بيانات العينة بغرض عرضها وتقسيمها وتحليلها ومعالجتها إحصائياً وعلمياً ، كشفت الدراسة أن موضوعات السلام جاءت في المرتبة الثالثة بين الموضوعات التي م بثها عبر البرامج - عينة الدراسة- بنسبة

16- عبدالمنعم محمد النور ، دور راديو المجتمع في تعزيز السلام الاجتماعي في ولاية النيل الأزرق ، مجلة العلوم الانسانية ، جامعه السودان للعلوم والتكنولوجيا ،

بلغت 1..2% كما احتلت موضوعات السلام أيضا المرتبة الرابعة من حيث المساحة الزمنية التي خصصت للمواضيع عبر البرامج المدروسة، برامج راديو المجتمع لا تشتمل على مكونات الموروث الشعبي وبالتالي فهو غي متنسق مع التنو الثقافي لولاية النيل الأزرق وأن محتوى برامج راديو المجتمع غي مناسب لكل المستويات كما أنه لا يوجد تخطيط منهجي لتضمين ثقافة السلام الاجتماعي عبر الأشكال الإذاعية ، أوصت الدراسة إعطاء الأولوية لموضوعات ثقافة السلام، وتوسيع نطاق البث و زياد زمن الإذاعة، والتخطيط الإذاعي لبرامج تتسق مع التنو الثقافي بالولاية والاهتمام بالتدريب والتأهيل للمؤدين بالإذاعة

4. دراسة نسرين محمد عبد العزيز 2014¹⁷، دور الدراما المصرية في الفضائيات العربية

في نشر ثقافة السلام لدى طلاب الجامعات ، تهدف الدراسة معرفة الدور الذي قد يكون للدراما التلفزيونية والسينمائية في نشر ثقافة السلام لدي طلبة الجامعات او بالعكس دورها في نشر ثقافة العنف والحرب ، كعلاقة الابعاد الخاصة بثقافة السلام والتي تركز الدراما التلفزيونية والسينمائية علي نشرها لدي طلبة الجامعات واكثر الابعاد ظهورا في هذه الدراما ، واستخدمت الدراسة نظرية الغرس الثقافي ، علي عينة عندية يبلغ قوامها 400 مفردة من طلبة الجامعه خلال شهر رمضان عام 2010 وتوصلت الدراسة الي العديد من النتائج اهمها : قضية التسامح الديني ظهرت في اكثر من نصف افلام عينة الدراسة وقد كان التعاون والصداقة بين الاقباط والمسلمين يغلب علي طبيعة هذا التسامح الديني ، قرابة نصف الافلام في العينة التي تم تحليلها تحدثت عن ثقافة السلام بشكل غير مباشر ، تصدرت ثقافة السلام الدولي والديني قائمة ثقافة لسلام المباشرة ، جاء الاحترام الكامل لحقوق الانسان والحريات الاساسية كمفهوم ومعني ثقافة السلام من وجهة نظر طلبة الجامعه عينة الدراسة في المرتبة الاولى ، الكتب السماوية هي المصدر الاولي في تشكيل ادراك عينة الدراسة لثقافة السلام .

5. دراسة نجيه امتهاني Najih Imtihan 2014¹⁸، دور وسائل الإعلام في حل النزاعات

(دراسة حالة تغطية كومباس اليومية لنزاع آتشيه 2003-2005) يناقش هذا البحث التغطية الإعلامية للنزاع الانفصالي في آتشيه، الذي يشمل حركة آتشيه المستقلة والحكومة / الجيش

17- نسرين محمد عبد العزيز ، دور الدراما المصرية في الفضائيات العربية في نشر ثقافة السلام لدى طلاب الجامعات ، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق

الأوسط - الجمعية المصرية للعلاقات العامة- مصر ، ع/2 ، 2014 ، 233-237

18- Najih Imtihan, The Mass-media Role in Conflict Resolution (A Case Study of Kompas Daily Coverage on Aceh Conflict

2003 – 2005), Procedia Environmental Sciences , Volume 20, 2014, Pages 451-458

الإندونيسي. وقد وقع الصراع في غرب إندونيسيا لمدة 29 عاما (1979-2005) وقتل الكثير من الضحايا ودمر العديد من الممتلكات. الاسئلة الرئيسية في هذا البحث هي كيف أتاحت وسائل الاعلام تغطية هذا النزاع وبناء صورة كل من الأطراف المتصارعة؟، وكيف تقدم وسائل الاعلام المعلومات التي تؤدي إلى عملية السالم أو تزيد من العنف على طول النزاع؟ هذا البحث وضع تغطية صحيفة كومباس اليومية كمصدر للبيانات. تم تطبيق طريقة تحليل المحتوى في هذا البحث. أي بالقراءة الشاملة لكل كلمة وعبارة وجملة وفقرة واحدة في الخبر الذي يغطي تحديث نزاع أنثيه. وسترکز قراءة المقال على البيان المتعلق بتغطية العنف ومقاومة العنف، ومفاوضات السالم (الحوار) ومكافحة الحوار، فضلا عن المصالحة ومكافحة المصالحة. وأظهرت البيانات أن الأحداث والحقائق في الميدان أثرت في الغالب على تغطية النزاع، مثل تغطية الحوار بشأن العنف والسالم. وعندما وقع الكثير من العنف في الميدان، كانت التغطية عامة عن العنف. بل على النقيض من ذلك، عندما قرر كل من الطرفين المتنازعين إجراء حوار للسالم، سيطرت على تغطية وسائل الإعلام هذه المسألة. وبعبارة أخرى، فإن دور وسائل الإعلام الجماهيري في حل النزاعات تأثر في معظمه بالحالات والحقائق التي حدثت في الميدان. وكلما ارتفع العنف، كلما قلت وسائل الإعلام دورها في عمليات حل النزاعات. بل على النقيض من ذلك، كلما زاد عدد حوارات السالم، كلما لعبت وسائل الإعلام دورا أكبر في عمليات حل النزاعات.

6. دراسة تيريزا جوزيف Teresa Joseph 2014¹⁹، توسط الحرب والسالم: وسائل الإعلام والصراع الدولي ، كفلت التطورات التكنولوجية في السنوات الأخيرة أن تؤدي وسائل الإعلام الجماهيرية الرئيسية دورا متزايدا في العمليات الاجتماعية والسياسية، وفي تشكيل التصورات والسياسات المتعلقة بالصراعات المحلية والدولية. مع مراعاة القدرة المحتملة لوسائل الإعلام الإخبارية في حالات النزاع وحل النزاعات، فإن هذه المقالة توضح الاتجاهات الكامنة وراء دور وسائل الإعلام الدولية الرئيسية في الصراعات المعاصرة، والقضايا والتحديات التي تميز التغطية الإعلامية لهذه القضايا. إن تحديد بعض هذه الاتجاهات هو انعكاس للخطاب المهمين، وتأطير الأخبار على طول الخطوط الرسمية، ولغة الحرب غير الإنسانية، وإدارة

19-Joseph, Teresa. (2014). Mediating War and Peace: Mass Media and International Conflict. India Quarterly: A Journal of International Affairs. 70. 225-240.

وسائل الإعلام من قبل الحكومات، والإبلاغ الانتقائي، وشيطننة الأعداء، وما إلى ذلك - يلقي المقال الضوء على مفهوم من "صحافة السلام" كبديل للتغطية الإخبارية التقليدية للصراع.

7. دراسة ديميتري بي غافرا & ألينا اس سافيتسكايا Dmitri P. Gavra & Alena S.

2011 Savitskaya²⁰، وسائل الإعلام في النزاعات بين الولايات: نموذج تيبولوجي حول "السلام والصراع نهج متعدد الأبعاد" ، إن السمة الأساسية للأزمات من نهاية القرن العشرين إلى بداية القرن الحادي والعشرين هي تأثيرها الذي لا جدال فيه على مجال المعلومات سواء محليا أو إقليميا أو شبه إقليمي أو حتى على الصعيد العالمي. ومن بين العناصر الفاعلة الأساسية في ميدان وسائل الإعلام والصراعات، ينبغي لنا أولاً أن نأخذ في الاعتبار وسائل الإعلام الجماهيري. ولذلك، فإن دور ووظيفة وسائل الإعلام في الصراعات الدولية أو السياسية أو الاقتصادية هو موضوع تحليلنا. يقترح المؤلفون نموذجاً نظرياً، نموذجياً لوظيفة الإعلام في إطار الصراع. يصف هذا النموذج أربعة أنواع مثالية أساسية من وسائل الإعلام تعمل في هيكل الصراع: (1) وسائل الإعلام هو فاعل في الصراع ويدعم أحد الجانبين. (2) الإعلام هو فاعل في الصراع ويبقى سرا حوله؛ (3) لا تشارك وسائل الإعلام في الصراع ولا تبلغ إلا عن ذلك؛ (4) لا تشارك وسائل الإعلام في النزاع ولا تبلغ عنها. ويستند هذا إلى النماذج المقترحة من قبل المؤلفين الذين حللوا التغطية الإعلامية للصراعات الاقتصادية بين عامي 2006 و 2009 بين روسيا وجورجيا ومولدوفا وأوكرانيا. وأظهرت دراسة تجريبية صحة وشرح قدرات "نهج صراع السلام المتعدد الأبعاد" المطور.

8. دراسة سيو تينغ لي Seow Ting Lee 2010²¹، صحافة السلام: مبادئ وقيود

هيكلية في الأخبار تغطية ثلاثة نزاعات ، توسع هذه الدراسة في العمل على تفعيل تصنيف يوهان غالتونغ للصحافة السلمية والصحافة الحربية من خلال وصف ومقارنة التغطية الإخبارية لثلاثة صراعات آسيوية - النزاع بين الهند وباكستان حول كشمير وحركة نمور التاميل في سريلانكا والحروب الأهلية الإندونيسية في آتشيه ومالوكو. من خلال تضمين الصحف المحلية في التحليل، تضيف هذه الدراسة إلى موقع بحث تم تجاهله إلى حد كبير. ويشير تحليل المحتوى

20-Dmitri P. Gavra & Alena S. Savitskaya, Mass Media in Interstate Conflicts: Typological Model "Peace-conflict Journalism Multidimensional Approach, Journal Russian Journal of Communication Volume 4, 2011 - Issue 3-4, Pages 251-265

21-Seow Ting Lee, Peace Journalism: Principles and Structural Limitations in the News Coverage of Three Conflicts, Journal Mass Communication and Society Volume 13, 2010 - Issue 4, Pages 361-384

الذي يضم 973 قصة من 16 صحيفة باللغة الإنكليزية والعامية إلى أن صحافة السلام، كبديل للتقارير التقليدية عن الحرب، تخضع لمجموعة من القيود الهيكلية التي لم تعالج من قبل. والقيود العالمية والقيود المؤسسية في شكل خصائص القصة مثل اللغة ونوع القصة ومصدر الإنتاج، وكذلك المتغيرات السياقية مثل طول النزاع وكثافته تشكل أنماط تأطير صحافة الحرب / السالم. وتشير النتائج إلى أن هناك حاجة إلى تغييرات هيكلية لكي تتطور صحافة السلام لتصبح نهجا صالحا وقابلا للتطبيق للتغطية الإخبارية للحرب والنزاعات.

9. دراسة زينب عثمان سليمان 2007²²، الاتجاهات النفسية لدى الإعلامي السوداني تجاه قضايا السلام على ضوء إتفاقية السلام 2005 ، الهدف من اجراء هذه الدراسة هو معرفة اتجاهات الاعلامية السودانيون النفسية تجاه قضايا السلام وكان مجتمع عينة الدراسة عبارة عن الاعلاميين ، الصحفيين بالاعتماد علي اداه الاستبيان والمقابلة ومقياس اتجاهات الاعلاميين تجاه قضايا السلام الذي صمته الباحثة علي حجم عينة قوامها 200 مفحوصا باستخدام المنهج الوصفي والاحصائي لتحليل نتائج هذه الدراسة وكشفت الدراسة علي العديد من النتائج اهمها وجود ارتباط بين اتجاهات العينة النفسية وقضايا السلام ، كذلك كشفت عن عدم وجود فروق بين الاتجاهات وفقا للنوع كذلك كشفت عن وجود فروق بين الاتجاهات وفقا للمستوي التعليمي.

10. دراسة حيدر محمد زين عبدالكريم 2006²³، مشكلات الخطاب الإعلامي السوداني في إرساء دعائم السلام : دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وسائل الإعلام السودانية في الفترة من أغسطس 2002 م - أغسطس 2005 م ، يهدف البحث الي التعرف علي مضامين الخطاب الاعلامي في وسائل ووسائل الاعلام ذات العلاقة بموضوع السلام ، الوقوف علي اثر هذا الخطاب الاعلامي ودوره في ارساء دعائم السلام ، السعي لوضع مفاهيم واسس لبناء خطاب اعلامي تكون له المقدره والفعالية والبعد الاستراتيجي لحل كافة الازمات والمشاكل مستقبلا وعلي وجه الخصوص تلك المتعلقة بقضية السلام ، توضيح الخطوره الكامنه في توظيف الخطاب الاعلامي بغرض الدعاية في ما ينبغي فيه الحياد واثر ذلك علي الرأي العام ، التعرف علي شكل البناء العام للخطاب الاعلامي المتعلق بقضايا السلام ، التعرف علي

22- زينب عثمان سليمان، الاتجاهات النفسية لدى الإعلامي السوداني تجاه قضايا السلام على ضوء إتفاقية السلام 2005 ، رسالة ماجستير ، جامعة أم درمان

الاسلامية ، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي ، 2007

23- حيدر محمد زين عبدالكريم ، مشكلات الخطاب الإعلامي السوداني في إرساء دعائم السلام : دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وسائل الإعلام السودانية في

الفترة من أغسطس 2002 م - أغسطس 2005 م ، رسالة ماجستير ، جامعة أم درمان الاسلامية ، كلية الإعلام ، السودان ، 2006

الامكانات المادية والبشرية العاملة في المؤسسات الاعلامية ومدى قدرتها علي مواكبة التطور والتقدم العالمي ، استخدم الباحث لمنهج التاريخي والمنهج الوصفي التحليلي ، بالاعتماد اذاه تحليل المضمون وصحيفة الاستبيان والمقابلة والملاحظه في الفترة الزمنية من العام 2003-2005 ، توصلت الدراسة الي عده نتائج اهمها الخطاب الاعلامي مفهوما خاصا به يركز في بنائه علي الخطاب السياسي ، الخطاب الاعلامي مر بتطورات عديدة عبر التاريخ من خلال تطور الانسان لوسائل الخطاب نفسها ، لايد لكل خطاب اعلامي من وسائل اعلامية تنقله وتساهم في نشره.

التعليق العام على الدراسات السابقة :-

استطاع الباحث تحديد بعض النقاط العامة التي تتضمنها الدراسات السابقة للدراسة وهي كالآتي:-

- 1- أظهرت معظم الدراسات العربية على اقبال الجماهير المختلفة وخاصة الشباب على التلفزيون ولإسيما الفضائيات العربية والتي جاءت بإرتفاع درجة الاعتماد على التلفزيون ما بين الوسائل الإعلامية الأخرى في الحصول على المعلومات وقدرة هذه الوسيلة الكبيرة على إمداد الجمهور بالمعلومات الإخبارية والسياسية فيما يدور حولهم في المجتمع.
- 2- أوضحت معظم الدراسات السابقة العربية والأجنبية علي مدى الإهتمام بالدراسات المتعلقة ببرامج الرأي المذاعة في وسائل الإعلام سواء علي المستوى الخارجي الداخلي .
- 3- أظهرت نتائج معظم الدراسات التي تتعلق بدور وسائل الإعلام كافة وبرامج الرأي تؤدي دوراً مهماً في تكوين وتشكيل الإتجاهات وتغييرها والتأثير فيها سلباً وإيجاباً .
- 4- استخدمت معظم الدراسات السابقة الدراسات الميدانية علي الجمهور .
- 5- أوضحت الدراسات السابقة الإعتماد بشكل رئيسي علي منهج المسح الإعلامي والمقارن ، كما إتفق الباحثون في إستخدام أداة تحليل المضمون واستمارة الإستبيان في جمع البيانات الخاصة بالدراسة .
- 6- قلة الدراسات التي تناولت دور البرامج الحوارية كوسيلة لتشكيل وتكوين معارف ومفاهيم الجمهور نحو مفهوم السلام بكافة اشكاله في الفترة المعاصرة الأمر الذي يبرز أهمية البحث الرهن باعتباره يتناول البرامج الحوارية في تشكيل الإتجاهات لدى شريحة معينة من الجمهور ذات تأثير مهم وملحوظ في المجتمع.

7- أظهرت الدراسات السابقة أهمية الدور الذي تلعبه البرامج الحوارية باعتبارها مصدراً للمعلومات وباعتبارها وسيلة لإدراك الأفراد الواقع المجتمعي الذي يعيشون فيه ، وسبيلهم لتكوين وصنع الآراء واتجاهات ومواقف الأفراد تجاه القضايا المعاصرة المختلفة في فترات زمنية سابقة ووقت الأزمات.

8- ركزت معظم الدراسات التي إهتمت بنظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام بتحديد الدور المهم الذي تقوم به وسائل الإعلام خاصة برامج الرأى في نقل المعلومات تجاه القضايا العامة لدى الجماهير .

9- إستفادت الباحث من الدراسات السابقة في تحديد المناهج والأساليب المستخدمة في الدراسة في صياغة تساؤلات وفروض الدراسة بما يحقق أهدافها وبما يتناسب مع الإطار النظرى .

10-الدراسات السابقة التي تتناول دراسة وسائل الإعلام لم تتطرق إلي دراسة تأثير البرامج الحوارية الليبية في نشر ثقافة السلام وما لها من تأثيرات في تشكيل مفاهيم الجمهور تجاه القضايا المجتمعية المعاصرة التي شهدتها ليبيا وإنما إقتصرت تلك الدراسات علي الإستعانة بأراء المبحوثين من الجماهير دون التعمق في معرفة تأثير هذه الوسائل علي إتجاهاتهم نحو مختلف القضايا المعاصرة ، مما يؤكد ضرورة دراسة البرامج الحوارية وتأثيرها علي الجمهور بشكل عام تجاه قضايا السلام في ليبيا علي نحو أكبر .

11- استخدمت كثير من تلك الدراسات نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام ونظريه الاستخدامات والإشباعاات

12- اعتمدت معظمها أيضا على استخدام منهج المسح الإعلامي كما اعتبرت معظمها من الدراسات الوصفية

13- أيضا استخدمت معظم تلك الدراسات استمارات استقصاء واستمارات مقابلات ميدانية

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :-

استفاد الباحث من الدراسات السابقة التي اعتمد عليها في نطاق العمل البحثي وذلك في تعميق مشكلة الدراسة ومكنته من تحديد أهداف دراستها بدقة ، فمن خلال مراجعة الباحث للدراسات السابقة تمكن من تحديد النقاط المهمة التي يمكن تناولها والتركيز عليها ، وكيفية صياغة فروض وتساؤلات الدراسة بشكل جيد ، إضافة إلى إختيار الإطار النظري المناسب ، واتضح للباحث أهم المتغيرات والعلاقات التي يمكن أن تدعم دراسته وتضيف إليها الجديد

ومكنته من تحديد الخطوات المنهجية العلمية المناسبة لموضوع دراسته ، وأستفاد الباحث أيضاً من الدراسات السابقة في تصميم استمارة الاستبيان من حيث تحديد أهم النقاط التي يجب أن تتناولها الاستمارة والتركيز عليها إضافة إلى تصميم مقاييس الدراسة وتحديدتها كما أفادت الدراسات السابقة في التعليق على نتائج الدراسة.

فروض الدراسة

إنطلاقاً من الإطار النظري ومشكلة الدراسة تحدد فروض الدراسة كما يلي :-

1- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين متوسطات درجات متابعة المبحوثين للبرامج الحوارية في التلفزيون الليبي ومستوى اتجاهاتهم نحو مضامين ثقافة السلام (نبذ العنف التسامح- التعايش السلمي مع الآخر).

2- يوجد فرق دال احصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اتجاهاتهم نحو مضامين ثقافة السلام وفقاً للمتغيرات الديموغرافية: النوع- نوعية التعليم- المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

3- يوجد فرق دال احصائياً بين متوسطات درجات تعليق المبحوثين على البرامج الحوارية في التلفزيون الليبي حول مضامين ثقافة السلام (نبذ العنف - التسامح- التعايش السلمي مع الآخر) وفقاً للمتغيرات الديموغرافية: (النوع- نوعية التعليم- المستوى الاجتماعي والاقتصادي).

4- يوجد فرق دال احصائياً بين متوسطات درجات مناقشة المبحوثين البرامج الحوارية في التلفزيون الليبي حول مضامين ثقافة السلام (نبذ العنف - التسامح- التعايش السلمي مع الآخر) وفقاً للمتغيرات الديموغرافية: (النوع- نوعية التعليم- المستوى الاجتماعي والاقتصادي).

5- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض الجمهور الليبي للبرامج الحوارية و بين مستوى معارفهم بقضايا السلام .

6- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين التعرض للبرامج الحوارية ومستوى المشاركة في قضايا السلام .

7- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين التعرض للبرامج الحوارية واتجاهاتهم نحو قضايا السلام في ليبيا .

تساؤلات الدراسة:

1- ما مدى تعرض الجمهور الليبي للبرامج الحوارية ؟

- 2- ما مدى إدراك المبحوثين لمفهوم ثقافة السلام ؟
- 3- ما درجة اعتماد الجمهور الليبي على البرامج الحوارية في الحصول على معلوماتهم تجاه القضايا والأحداث المعاصرة والهامة في ليبيا؟
- 4- ما مدى اهتمام الجمهور الليبي بقضايا السلام التي يتم مناقشتها في البرامج الحوارية ؟
- 5- ما البرامج الحوارية الأكثر متابعة من قبل الجمهور الليبي (مجتمع الدراسة) ؟
- 6- ما مدى تأثير البرامج الحوارية في مشاركة الجمهور الليبي في تشكيل قيم السلام ؟
- 7- ما اهم قيم السلام التي تناولتها البرامج الحوارية وأثرت على الجمهور في تشكيل معارفهم وكيفية توجيه اتجاهاتهم ؟
- 8- ما دور البرامج الحوارية في التغيير في أنماط الاتجاهات وتكوين المعارف لدى الجمهور الليبي؟
- 9- ما عادات وأنماط استخدام الجمهور الليبي للبرامج الحوارية ؟
- 10- ما مظاهر اهتمام الجمهور الليبي بالموضوعات المتاحة في البرامج الحوارية ؟
- 11- ما حجم تعرض الجمهور الليبي لقيم السلام المعروضة في البرامج الحوارية

نوع الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تسعى إلى وصف الظاهرة والتعرف على عناصرها المختلفة من خلال جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها.

منهج الدراسة

سوف يعتمد الباحث على منهج المسح الاعلامي بشقيه التحليلي والميداني ففي الدراسة التحليلية استخدم الباحث منهج المسح لعينة من البرامج الحوارية التي تناولت قضايا ومشكلات السلام. وفي الدراسة الميدانية استخدم الباحث منهج المسح لعينة من الجمهور من مختلف المحافظات الليبية باستخدام أسلوب المسح بالعينة.

مجتمع الدراسة :-

هو مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها وهو بمثابة الجمهور المستهدف Target Population الذي يهدف الباحث لدراسته وتعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته إلا أنه من الصعب الوصول إليه ولهذا يتم التركيز على المجتمع المتاح Accessible Population

الذي يمكن الوصول إليه وأختيار العينة منه⁽²⁴⁾ ، ويتمثل مجتمع الدراسة من الجمهور الليبي العام الذي يتابع البرامج الحوارية.

عينة الدراسة :-

- **عينة الدراسة الميدانية:** تم سحب (400) مفردة موزعه من مختلف المحافظات حيث تتمثل عينة الدراسة في عينة عشوائية طبقية بسيطة ، وذلك باستخدام أسلوب التوزيع المتساوي من الجمهور الليبي ، ممثلون الذكور والإناث ممن يتابعون البرامج الحوارية.

أداة جمع البيانات

- سوف يتم الاعتماد على استمارة الاستبيان على عينة من الجمهور الليبي لتحقيق اهداف الدراسة الميدانية
سوف يتم الاعتماد على اداه تحليل المضمون لعينة من البرامج الحوارية التي تناولت قضايا ومشكلات السلام.

المفاهيم الإجرائية للدراسة

الإتجاهات (Attitudes) :-

هي حالة من الإستعداد العقلي والعصبى، والتي تُنظم عن طريق الخبرة، وتباشر تأثيراً موجهاً أو ديناميكياً في استجابات الفرد نحو جميع الموضوعات أو المواقف المرتبطة بها⁽²⁵⁾ .
فهى بناء افتراضى ، ويمثل درجة حب الفرد أو كرهه لموضوع معين، والاتجاهات عموماً إيجابية أو سلبية لشخص أو مكان أو شىء أو حدث. وهذا كثيراً ما يشار إليه كموضوع الاتجاه ، ويمكن أن يتناقض الناس أيضاً ويتصارعون تجاه موضوع معين، مما يعنى أنهم يمتلكون اتجاهات إيجابية أو سلبية نحو هذا الموضوع في نفس الوقت.

البرامج الحوارية

يرى "دالجرن Dahlgren" بأنها هي برامج رأى تعبر عن صوت الشعب Voice Pop Programs وأنها ليست برامج رأى صفة Elite Talk Show⁽²⁶⁾.

24 محمد عبد الحميد، "البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية"، مرجع سابق ، ص130.

25- ضحى فتاحى، الإتجاهات وتعلمها (تعريف الإتجاهات وأهميتها) ، الأحد 2010/4/11م ، متاح على الإنترنت.

http://www.edutrapedia.illaf.net/arabic/show_article.shtml?id=558

(26)Nico Carpenter, "Managing audience participation the construction of participation in an audience program European".

Journal of communication, Vol.16, No.2, 2001, P.10.

يعرفها "Livingstone and Lunt" بأنها برامج نقاش جماهيري تسمح بمشاركة الجمهور العادي من النشطاء ، وتوجد برامج رأى تم تعريفها على إنها برامج ذات موضوع محدد An Issue Type Talk Show، وليست برامج رأى شخصية Personality Type Talk Show⁽²⁷⁾.

يعرفها "خالد صلاح الدين" بأنها البرامج التي تهدف إلى رصد مشكلات المجتمع، وسبر أغوارها وطرح حلول بشأنها ويفرق بينها وبين التحقيقات التلفزيونية، فإن كان هناك ثمة تشابه في الهدف، إلا أن الاختلاف يمكن في أن التحقيقات تجرى حيث يتواجد المواطنون في أعمالهم وأماكن تجمعاتهم ، حيث يوجد أيضاً المسئولون في مؤسساتهم أما برامج الرأي فتجمع بين كلاً من الضيوف والمشاهدين في إطار مكاني وزماني واحد⁽²⁸⁾.

ثقافة السلام

هي مجموعته من القيم والمواقف والتقاليد وانماط السلوك واساليب الحياه التي تحترم الاستقلال السياسي للدول والالتزام بتسوية الصراعات بالوسائل السلمية والقضاء علي الحروب والاعتراف بحق كل فرد في الحرية وتشمل ثقافة السلام عده اشكال:

ثقافة السلام الذاتي او النفسي - ثقافة السلام الاسري- ثقافة السلام المجتمعي- ثقافة السلام الوطني- ثقافة الحرب- الحرب النفسية- الحرب علي الارهاب²⁹

أ- مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية:

1- مشاهدة القنوات الفضائية التلفزيونية.

جدول رقم(1) ويوضح مشاهدة القنوات الفضائية التلفزيونية من قبل الجمهور عينة الدراسة.

مشاهدة القنوات الفضائية التلفزيونية						النوع
المجموع		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	نسبة المشاهدة
40.6	162	43.8	71	56.2	91	يشاهد أحياناً
39.8	159	50.9	81	49.1	78	يشاهد دائماً
18.8	75	45.3	41	54.7	34	يشاهد نادراً
0.8	3	33.3	2	66.7	1	لا يشاهد
100	399	51.1	195	48.9	204	الاجمالي

(27) Nica Carpenter, 2001, Op. Cit, P.210.

28- خالد صلاح الدين علي، "الإنتاج التلفزيوني مدخل تطبيقي"، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2000م)، ص 61.

29 <http://www.bipd.org/publications/Articles/179153.aspx>

من خلال الإطلاع على بيانات الجدول السابق يتضح :

جاءت نسبة ممن يشاهدون القنوات الفضائية التليفزيونية (بصفة دائمة) 39.8% من جملة الجمهور عينة الدراسة 49.1% منهم من الذكور مقابل 50.9% من الإناث ، وتتفق هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة عبد العزيز قبلان⁽³⁰⁾؛ وذلك فى مدى مشاهدة المجتمع المصرى من الشباب لقنوات التليفزيون وتفوقه واحتلاله مركزاً متقدماً على باقى الوسائل الإعلامية والاتصالية فى مشاهدتهم له ، وجاءت نسبة 40.6% من الجمهور -عينة الدراسة- (أحياناً) ما يشاهدون القنوات الفضائية التليفزيونية منهم 56.2% من الذكور و 43.8% من الإناث ، وتتفق هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة حنان أحمد سليم³¹ ؛ حيث أكدت نتائج دراسته بأنه يشاهد 57% من المبحوثين عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية أحياناً ، ووجد أن 18.8% من الجمهور -عينة الدراسة- نادراً ما يشاهدون القنوات الفضائية التليفزيونية منهم 54.7% من الذكور، و 45.3% من الإناث، فى حين بلغت نسبة من (لا يشاهد) القنوات الفضائية التليفزيونية 0.8% من الجمهور -عينة الدراسة- بواقع واحد من الذكور و (2) من الإناث من الجمهور -عينة الدراسة- وبذلك يتضح ارتفاع نسبة المشاهدة الدائمة للقنوات الفضائية لدى عينة الدراسة مما يدل على تفضيلهم للتليفزيون كمصدر للمعلومات لديهم .

وارتفاع نسبة المشاهدة يؤكد أن التليفزيون أصبح من الأساسيات الحياتية التى يهتم بها المواطن للاطلاع على الأخبار أو للتسلية أو لغيرها من الوظائف الإعلامية كما أكدت النظريات الإعلامية المختلفة.

ب- مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية على القنوات الفضائية:

2- ما البرامج التى تحرص على متابعتها فى القنوات الفضائية .

30- عبد العزيز قبلان ، مرجع سابق .

31- حنان أحمد سليم ، حسام على سلامة ، "علاقة طلاب الجامعات فى صعيد مصر بالقنوات الفضائية" ، مجلة كلية الآداب ، العدد التاسع، (جامعة أسيوط ، كلية

الآداب، قسم الإعلام، يناير 2002م).

جدول رقم (2) ويوضح البرامج التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها في القنوات الفضائية وترتيبها.

الوزن المرجح		الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول	الترتيب البرامج المفضلة
الوزن المئوي	النقاط						
23	1186	34	59	79	78	97	السياسية
21.6	1109	46	45	61	70	102	الفنية
20.3	1046	76	46	45	77	87	الرياضية
17.6	907	56	79	95	47	44	الاجتماعية
17.5	898	71	66	59	82	38	الدينية
5146							مجموع الأوزان

من خلال الإطلاع على بيانات الجدول يتضح :

باستخدام الوزن المرجح للأوزان الخاصة بنوعية البرامج التي يحرص الجمهور -عينة الدراسة- على متابعتها تبين أن 23% من الجمهور -عينة الدراسة- يفضلون (البرامج السياسية) جاءوا كالتالي: 97 في الترتيب الأول، 78 في الترتيب الثاني، 79 في الترتيب الثالث، 59 في الترتيب الرابع ، 34 في الترتيب الخامس. ويعود تفضيل العينة للبرامج السياسية لطبيعة الفترة التي طبق فيها البحث والتي تمثلت المشكلات والقضايا السياسية منذ أحداث 25 يناير وحتى الآن.

في حين أظهرت النتائج أن 21.6% من الجمهور -عينة الدراسة- يفضلون (البرامج الفنية) جاءوا كالتالي: 102 في الترتيب الأول، 70 في الترتيب الثاني، 61 في الترتيب الثالث، 45 في الترتيب الرابع ، 46 في الترتيب الخامس.

كما أظهرت أن 20.3% من الجمهور -عينة الدراسة- يفضلون (البرامج الرياضية) جاءوا كالتالي: 87 في الترتيب الأول، 77 في الترتيب الثاني، 45 في الترتيب الثالث، 46 في الترتيب الرابع ، 76 في الترتيب الخامس. ويعود تفضيل عينة الدراسة للبرامج الفنية والرياضية لحاجة الجمهور لاسيما فئة الشباب المستهدفة من الدراسة بالتسلية والترفيه التي تعد أحد الوظائف الهامة لوسائل الإعلام.

أما (البرامج الدينية) فكانت نسبة من يفضلونها 17.5% من الجمهور -عينة الدراسة- كانوا كالتالي: 38 في الترتيب الأول، 82 في الترتيب الثاني، 59 في الترتيب الثالث، 66 في الترتيب الرابع ، 71 في الترتيب الخامس.

في حين أظهرت النتائج أن 17.6% من الجمهور -عينة الدراسة- يفضلون (البرامج الاجتماعية) جاءوا كالتالي: 44 في الترتيب الأول، 47 في الترتيب الثاني، 95 في الترتيب الثالث، 79 في الترتيب الرابع، 56 في الترتيب الخامس. وربما يرجع تأخر تفضيل البرامج الدينية والاجتماعية إلى عدم الاهتمام الكافي من وسائل الإعلام بهذه النوع من البرامج، ووجود مؤسسات أخرى تهتم بهذه الجوانب سواء كانت دور العبادة أو الجمعيات الأهلية والخيرية يجعل بها ضعف يجعل الجماهير لا تهتم كثيراً بويتها في وسائل الاعلام.

3- ما مدى مشاهدتك للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية؟
جدول رقم (3) ويوضح مدى مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية.

مدى مشاهدة للبرامج الحوارية السياسية						النوع نسبة المشاهدة
المجموع		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
44.9	178	52.2	93	47.8	85	يشاهد أحياناً
23.5	93	49.5	46	50.5	47	لا يشاهد
17.7	70	41.1	29	58.6	41	يشاهد دائماً
13.9	55	45.5	25	54.5	30	يشاهد نادراً
100	396	48.7	193	51.3	203	الإجمالي

من خلال الإطلاع على بيانات الجدول السابق يتضح أن:

بلغت نسبة 44.9% من الجمهور -عينة الدراسة- ممن يشاهدوا البرامج الحوارية السياسية (أحياناً) منهم 47.8% من الذكور، و52.2% من الإناث، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ياسمين سعيد عبد المنعم³²؛ والتي أكدت نتائج دراستها بأن نمط المشاهدة (أحياناً) جاء في مقدمة دراستها الخاصة بمشاهدة العينة للبرامج عبر الفضائيات التليفزيونية. بينما جاءت نسبة ممن يشاهدوا البرامج الحوارية السياسية (دائماً) 17.7% من جملة الجمهور -عينة الدراسة- منهم 58.6% من الذكور، و41.1% من الإناث.

كما بلغت نسبة ممن يشاهدوا البرامج الحوارية السياسية بصفة (نادره) 13.9% من الجمهور -عينة الدراسة- منهم 54.5% من الذكور، و45.5% من الإناث. ويفسر الباحث بأن زيادة نسبة المشاهدة أحياناً على البرامج الحوارية ليست بقليلة مما يتضح من ذلك ارتفاع نسبة مشاهدتهم

32 - ياسمين محمد عبد المنعم، "علاقة الصفة المصرية بالبرامج الحوارية التليفزيونية"، 2015م، مرجع سابق.

أيضاً لهذا النوع من البرامج التلفزيونية ، في حين وجد نسبة 23.5% من الجمهور -عينة الدراسة- لا يشاهدون البرامج الحوارية السياسية إطلاقاً.

ويفسر الباحث ارتفاع نسبة من لا يشاهدون من عينة الدراسة إلى كثرة هذه البرامج وتعارضها في كثيراً من الأحيان على حسب الأيدولوجيات والأفكار التي تتبناها القناة أو يتبناها معد ومقدم البرنامج.

كما تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ولاء إبراهيم على³³؛ حيث جاءت نسبة (66,5%) من أفراد النخبة يتعرضون بشكل دائم لبرامج الرأي الجماهيرية ، وأن نسبة (28%) مما يتعرضون لها بشكل غير منتظم أحياناً ، بينما بلغت نسبة عدم التعرض لها (5.5%) فقط مما يدل على نسبة المشاهدة المرتفعة التي تحظى بها هذه النوعية من البرامج بين أفراد العينة.

1- لماذا لا تشاهد عينة الدراسة البرامج الحوارية السياسية فى القنوات الفضائية ؟

كان هناك عدداً من أفراد عينة الدراسة فى السؤال السابق أجابوا على عدم متابعتهم للبرامج الحوارية عبر الفضائيات التلفزيونية ، ومن خلال الجدول التالى نتعرف معاً على الأسباب التى كانت سبباً فى عدم مشاهدتهم لهذه البرامج كما يراها أفراد العينة .

جدول رقم (4) يوضح أسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية السياسية فى القنوات الفضائية.

مشاهدة القنوات الفضائية التلفزيونية						النوع والنسبة المئوية أسباب عدم المشاهدة
المجموع		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
38.5	37	59.5	22	40.5	15	لا يتسم مقدموا البرامج بالحيادية والموضوعية
25	24	33.3	8	66.7	16	أستطيع معرفة الأحداث والأخبار عبر وسائل إعلامية أخرى
9.4	9	44.4	4	55.6	5	لا أرى أهمية فى التعرض لهذه البرامج الحوارية ومتابعتها
9.4	9	66.7	6	33.3	3	ليس لدى الوقت الكافى لمتابعة هذه البرامج الحوارية
7.3	7	57.1	4	42.9	3	لا أعلم بوقت عرض أو إذاعة هذه البرامج
5.2	5	60	3	40	2	قلة خبرة مقدموا هذه البرامج فى شرحهم وعرضهم للأحداث
3.1	3	66.7	2	33.3	1	تعرض هذه البرامج الأحداث وتناقش موضوعاتها بشكل

33 - ولاء إبراهيم عقاد على ، مرجع سابق.

						سطحي دون التعمق فى مسبباتها
2.1	2	66.7	2	-	-	تكرار الضيوف بشكل كبير
100	96	53.1	51	46.9	45	الاجمالي

من خلال الإطلاع على بيانات الجدول السابق يتضح أن :

بلغ عدد من لم يشاهد البرامج الحوارية السياسية إلى (96) مبحوثاً من عينة الدراسة انقسموا منهم إلى (45) من الذكور ، و(51) من الإناث.

وكانت أسباب عينة الدراسة الذين لم يشاهدوا هذه البرامج كالتالي:

أجاب 38.5% من الجمهور -عينة الدراسة- الذين لم يشاهدوا البرامج الحوارية السياسية بأنهم يروا بأن (لا يتسم مقدموا البرامج بالحيادية والموضوعية) منهم 40.5% من الذكور ، و59.5% من الإناث. وتتفق مع أن هناك معايير تؤثر على عمل وسائل الإعلام منها المعايير المهنية تشتمل: سياسة الوسيلة الإعلامية ، ومصادر الأخبار المتاحة³⁴ مما يؤثر على حيادية مقدم البرنامج.

وأفاد 25% من المبحوثين -عينة الدراسة- الذين لم يشاهدوا البرامج الحوارية السياسية بأن السبب (أستطيع معرفة الأحداث والأخبار عبر وسائل إعلامية أخرى) ؛ منهم 66.7% من الذكور ، و33.3% من الإناث. ويفسر ذلك تعدد الوسائل لاسيما وسائل التواصل الاجتماعي التي يميل لها الطلاب عينة الدراسة وأنها تتقدم الوسائل الأخرى لديهم.

وتساوت نسبة الذين لم يشاهدوا البرامج الحوارية السياسية من المبحوثين حيث كانت (لا أرى أهمية فى التعرض لهذه البرامج الحوارية ومتابعتها) من رأى 9.4% من الجمهور -عينة الدراسة- الذين لم يشاهدوا البرامج الحوارية السياسية؛ منهم 55.6% من الذكور ، و44.4% من الإناث.

فيما جاءت (ليس لدى الوقت الكافى لمتابعة هذه البرامج الحوارية) ؛ منهم 33.3% من الذكور ، و66.7% من الإناث.

بينما 7.3% من الجمهور -عينة الدراسة- الذين لم يشاهدوا البرامج الحوارية السياسية بسبب قولهم (لا أعلم بوقت عرض أو إذاعة هذه البرامج)؛ منهم 42.9% من الذكور، و57.1% من الإناث.

34- حسن عماد مكاوى، ليلي حسين السيد، المعاصرة:مرجع سابق .

وكانت (قلة خبرة مقدموا هذه البرامج في شرحهم وعرضهم للأحداث) هي إجابة 5.2% من الجمهور -عينة الدراسة- الذين لم يشاهدوا البرامج الحوارية السياسية؛ منهم 40% من الذكور ، 60% من الإناث.

بينما كانت سطحية البرنامج (تعرض هذه البرامج الأحداث وتناقش موضوعاتها بشكل سطحي دون التعمق في مسبباتها) هي السبب الذي لم يجعل 3.1% من الجمهور -عينة الدراسة- الذين لم يشاهدوا البرامج الحوارية السياسية؛ منهم 33.3% من الذكور، 66.7% من الإناث. أجاب عدد (2) فقط من الجمهور -عينة الدراسة- الذين لم يشاهدوا البرامج الحوارية السياسية كلهم من الإناث. وربما كانت نسبة 2.1% من نصيب (تكرار الضيوف بشكل كبير)، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة وليد فتح الله بركات³⁵؛ حيث كانت من أهم سلبيات هذه البرامج من وجهة نظر الجمهور، لكنها جاءت هنا من الأسباب المتأخرة في عدم مشاهدة برنامج حوارى فى القنوات الفضائية ويرجع ذلك لأن غالباً ما تهتم الإناث أثناء متابعتن لهذا النوع من البرامج والتي تستضيف شخصيات معينة ومحبية إليهن فى البرامج والقنوات المختلفة، حيث تعد هذه ميزه وليست عيباً.

جـ متابعة عينة الدراسة للبرامج الحوارية التى تتناول موضوعات سياسية فى الفضائيات اللببية ومدى الاستفادة منها:

5- مامدى متابعتك للبرامج الحوارية التى تتناول موضوعات سياسية فى الفضائيات اللببية؟
جدول رقم (5) ويوضح مدى متابعة عينة الدراسة للبرامج الحوارية التى تتناول موضوعات سياسية.

متابعة البرامج الحوارية التى تتناول موضوعات سياسية						النوع المتابعة
المجموع		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
48.3	175	46.9	82	53.1	93	أحياناً
27.9	101	53.5	54	46.5	47	نادراً
15.8	57	36.8	21	63.2	36	دائماً
8	29	58.6	17	41.4	12	لا أتابع
100	362	48.1	174	51.9	188	الاجمالى

من خلال الإطلاع على بيانات الجدول السابق يتضح أن:

35 - وليد فتح الله بركات، "تعرض الصفوة لبرامج الرأى فى القنوات التليفزيونية العربية"، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، العدد المزدوج، المجلد الرابع ، يناير -

نسبة الذين (أحياناً) ما يشاهدوا البرامج الحوارية على الفضائيات الليبية 48.3% من الجمهور -عينة الدراسة-؛ منهم 53.1% من الذكور ، 46.9% من الإناث. وسجل نسبة 27.9% من الجمهور -عينة الدراسة- أنهم نادراً ما يشاهدوا البرامج الحوارية على الفضائيات الليبية؛ منهم 46.5% من الذكور ، 53.5% من الإناث. وبلغت نسبة من يشاهدوا البرامج الحوارية على الفضائيات الليبية بصفة (دائمة) 15.8% من الجمهور -عينة الدراسة-؛ منهم 63.2% من الذكور ، 36.8% من الإناث. في حين بلغت نسبة من (لا يتابعوا) القضايا السياسية في البرامج الحوارية على الفضائيات الليبية 8% من الجمهور -عينة الدراسة-؛ منهم 41.4% من الذكور ، 58.6% من الإناث. ويفسر الباحث قلة نسبة المشاهدة الدائمة لدى عينة الدراسة يرجع إلى أن هناك بعض المبحوثين لا تكون القضايا السياسية هو محور الاهتمام الرئيسي بالنسبة لهم ولكنهم يتابعون هذه البرامج الحوارية بشكل غير منتظم وفقاً لدرجة اهتمامهم بها ، أو ما يتعلق من حيث نوع القضية المعروضة ، أو مدى ارتباط البرامج بأحداث غير متسقة مع أولويات اهتماماتهم الشخصية.

6- ما مدة مشاهدتك للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية الليبية يومياً ؟

جدول رقم (6) ويوضح مدة مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية الليبية يومياً.

مشاهدة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الليبية يومياً						النوع مدة المشاهدة
المجموع		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
49.2	164	48.8	80	51.2	84	أقل من ساعة
36.9	123	46.3	57	53.7	66	من ساعة وأقل من 3 ساعات
13.8	46	41.3	19	58.7	27	أكثر من 3 ساعات
100	333	46.8	156	53.2	177	الإجمالي

من خلال الإطلاع على بيانات الجدول السابق يتضح أن :

نسبة 49.2% من الجمهور -عينة الدراسة- الذين يشاهدون البرامج الحوارية في القنوات الليبية يتابعونها (أقل من ساعة) بصورة يومية؛ 51.2% منهم من الذكور، و 48.8% من الإناث، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ياسمين سعيد عبد المنعم³⁶؛ حيث بلغ معدل مشاهدة عينة الدراسة من الصفوة لدى الجمهور المصري للبرامج الحوارية يومياً (أقل من ساعة)

36- ياسمين محمد عبد المنعم، مرجع سابق.

في المقدمة بنسبة (47,2%)، وكمثل ما وضحنا في النتيجة السابقة أن قلة نسبة المشاهدة الدائمة بشكل يتخطى الثلاث ساعات يومياً لدى عينة الدراسة يرجع إلى أن هناك بعض الباحثين لا تكون القضايا السياسية هو محور الاهتمام الرئيسي بالنسبة لهم ولكنهم يتابعون هذه البرامج الحوارية بشكل غير منتظم وفقاً لدرجة اهتماماتهم بها ، أو مدى ارتباط البرامج بأحداث غير متسقة مع أولويات اهتماماتهم الشخصية من خلال المقدم والمعروض لهم.

ونسبة 36.9% من الجمهور -عينة الدراسة- الذين يشاهدون البرامج الحوارية في القنوات المصرية يتابعونها (من ساعة وأقل من 3 ساعات) بصورة يومية 53.7% منهم من الذكور، و46.3% من الإناث.

بينما نسبة 13.8% من الجمهور -عينة الدراسة- الذين يشاهدون البرامج الحوارية في القنوات المصرية يتابعونها (أكثر من 3 ساعات)؛ 58.7% منهم من الذكور، و46.8% من الإناث.

7- هل تعتمد على البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الليبية فقط للحصول على الأخبار والأحداث السياسية في ليبيا؟

جدول رقم (7) ويوضح مدى اعتماد عينة الدراسة على البرامج الحوارية السياسية فقط للحصول على الأخبار والأحداث السياسية في ليبيا.

الاعتماد على البرامج الحوارية السياسية فقط للحصول على الأخبار والأحداث في ليبيا						النوع الاعتماد على البرامج
المجموع		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
42.7	142	45.1	64	54.9	78	إلى حد ما
37.8	126	48.4	61	51.6	65	نعم
19.5	65	47.7	31	52.3	34	لا
100	333	46.8	156	53.2	177	الإجمالي

من خلال الإطلاع على بيانات الجدول السابق يتضح أن :

نسبة 37.8% من الجمهور -عينة الدراسة- أجابوا بأنهم يعتمدون على البرامج الحوارية في التلفزيون الليبي فقط للحصول على الأخبار والأحداث الليبية منهم 51.6% من الذكور، و48.4% من الإناث، وتتفق هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة رغبة محمد عيسى³⁷؛ بزيادة

37- رغبة محمد عيسى، " معالجة الإذاعة والتلفزيون لقضايا العمل في المجتمع المصري ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور " ، رسالة دكتوراه غير منشورة،

(جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2009م).

اعتماد الجمهور المصري على البرامج التلفزيونية في حصولهم على المعلومات حول مختلف القضايا في مصر.

بينما جاءت نسبة 19.5% من الجمهور -عينة الدراسة- أجابوا بأن البرامج الحوارية السياسية ليست هي المصدر الوحيد لحصولهم على المعلومات عن الأخبار والأحداث الليبية وأن هناك وسائل أخرى تأتي في المقدمة.

في حين يعتمد 42.7% من الجمهور -عينة الدراسة- على البرامج الحوارية في التلفزيون الليبي إلى حد ما للحصول على الأخبار والأحداث الليبية منهم 54.9% من الذكور، و 45.1% من الإناث. وتعود هذه النسبة الكبيرة إلى تفضيل الكثير من الشباب الإطلاع على البرامج التلفزيونية على موقع يوتيوب على شبكة الانترنت، أو عن طريق وصلات تأتي لهم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى أمثال الفيس بوك والتويتز.. وغيرها، وتختلف هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة ليلي حسين³⁸؛ والتي احتل التلفزيون المصري المركز الأول باعتباره مصدراً رئيسياً لاستقاء المعلومات عن الأحداث الجارية في مصر.

8- مامدى اعتمادك على هذه البرامج الحوارية للحصول على الأحداث والأخبار السياسية فى ليبيا؟

جدول رقم (8) ويوضح مدى اعتماد عينة الدراسة على البرامج الحوارية للحصول على الأحداث والأخبار السياسية.

مدى الإعتقاد على البرامج الحوارية للحصول على الأحداث والأخبار السياسية						النوع مدى الاعتماد على البرامج الحوارية
المجموع		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
54.5	146	47.3	69	52.7	77	أعتمد عليها إلى حد ما
22.8	61	41	25	59	36	أعتمد عليها بشكل كبير
22.8	61	50.8	31	49.2	30	أعتمد عليها قليلاً
100	268	46.6	125	53.4	143	الإجمالي

من خلال الإطلاع على بيانات الجدول السابق يتضح أن :

38- ليلي حسين السيد ، " دور وسائل الاتصال فى إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية فى إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

"، المؤتمر العلمى الرابع، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام)، 25-27 مايو 1998م.

يعتمد 54.5% من الجمهور _عينة الدراسة الذين يشاهدون البرامج الحوارية على التلفزيون الليبي_ على البرامج الحوارية (إلى حد ما) للحصول على الأخبار والأحداث السياسية منهم 52.7% من الذكور، و47.3% من الإناث، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه كلاً من دراسة كارنتير ونيكو³⁹؛ حيث جاء بأن اعتماد الجمهور على البرامج الحوارية وذلك لتعريفهم بما يدور حولهم في مجتمعهم ، تتفق أيضاً مع دراسة ياسمين عبد المنعم⁴⁰؛ بأنه جاءت عينة الدراسة والتي تعتمد على البرامج الحوارية التلفزيونية حيث جاء أيضاً في الترتيب الأول إلى حد ما.

ويتساوى عينة الدراسة الذين يشاهدون البرامج الحوارية على التلفزيون الليبي_ بين ممن يعتمدون على البرامج الحوارية للحصول في الأخبار والأحداث السياسية (بشكل كبير) و (قليلاً) لتصبح نسبة كل منهم على حده 22.8% ؛ انقسمت بواقع 59% من الذكور، و41% من الإناث لذوى الاعتماد الكبير بينما جاءت ممن يعتمدون بشكل قليل إلى 49.2% من الذكور، و50.8% من الإناث.

- ما الفضائيات الليبية التي تفضل متابعة هذه البرامج الحوارية عليها ؟
جدول رقم (9) ويوضح القنوات المصرية المفضلة لدى المبحوثين لمتابعة البرامج الحوارية.

الفضائيات التي تُفضل متابعة البرامج الحوارية من خلالها						النوع نوع الفضائيات
المجموع		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
56.2	187	43.3	81	56.7	106	الليبية (الحكومية والخاصة)
31.5	105	50.5	53	49.5	52	الليبية الخاصة
12.3	41	53.7	22	46.3	19	الليبية الحكومية
100	333	46.8	156	53.2	177	الإجمالي

من خلال الإطلاع على بيانات الجدول السابق يتضح أن:

39 -Carpentier, Nico, Ibid.

40- ياسمين محمد عبد المنعم، " علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التلفزيونية " ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2015م).

كانت نسبة 56.2% من الجمهور -عينة الدراسة الذين يشاهدون البرامج الحوارية على التلفزيون الليبي- يجمعون بين مشاهدة (الفضائيات الليبية الحكومية والخاصة)؛ منهم 56.7% من الذكور، و43.3% من الإناث. ويرجع ذلك إلى التشابه الكبير في مضمون كلا النوعين لاهتمامهما بالمضمون الليبي وربما يراعى كلا النوعين الجمهور المستهدف ، وأن الإعلام الليبي أكثر مصداقية في تناولها للشئون والأحداث والقضايا الليبية.

أما نسبة مشاهدة (الفضائيات الليبية الخاصة) بلغت 31.5% من الجمهور -عينة الدراسة الذين يشاهدون البرامج الحوارية على التلفزيون الليبي حيث منهم 49.5% من الذكور، و50.5% من الإناث.

في حين تراجع نسبة مشاهدة (الفضائيات الليبية الحكومية) إلى نسبة 12.3% من الجمهور - عينة الدراسة- الذين يشاهدون البرامج الحوارية على التلفزيون الليبي حيث منهم 46.3% من الذكور، و53.7% من الإناث، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ريهام سامى يوسف⁴¹؛ حيث جاءت فيها القنوات المصرية الحكومية فى حصول الجمهور على المعلومات حول القضايا فى مصر، وقد يرجع ذلك إلى قلة الإحداثيات والإمكانات التى تمتلكها الفضائية الحكومية حالياً عن نظيرتها الفضائية الخاصة ، بالإضافة لما تتمتع به الفضائيات الخاصة بحرية أكثر فى مناقشاتها للقضايا والموضوعات السياسية ذات التفاصيل المتعمقة التى قد لا تتناقشها الفضائية الحكومية نظراً لإمتلاكها للدولة وتحديد حولها بعض الحدود نظراً لأنها صورة الدولة وصوتها .

نتيجة اختبار فروض الدراسة :

وضع الباحث عدداً من الفروض التى قام بها بإختبارها من خلال مجموعة من الأسئلة الملحقة بإستمارة الاستبيان ، وقد تم تحليلها وإخضاعها للقياس وتبين من التحليل عدد من النتائج وفيما يلى استعراض لهذه الفروض ونتائجها :

الفرض الأول:

"يسعى هذا الفرض إلى لاختبار ما إذا كان هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة الجمهور الليبي للبرامج الحوارية السياسية ومستوى معارفهم بالقضايا المعاصرة".

41 - ريهام سامى يوسف ، مرجع سابق.

جدول رقم (10) ويوضح معامل الارتباط سبيرمان بين كثافة مشاهدة الجمهور الليبي للبرامج الحوارية السياسية ومستوى معارفهم بالقضايا المعاصرة، والذي يتضح نتاجه من خلال الجدول التالي :

كثافة المشاهدة					العدد	معامل سبيرمان	نوع الارتباط	مستوى الدلالة
غير دالة عند 0.05		0.517	طردى ضعيف	0.033				

باستخدام معامل الارتباط سبيرمان بين معدل التعرض للبرامج الحوارية من قبل الجمهور الليبي عينة الدراسة ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية تبين أن معامل سبيرمان يساوي (0.033) وهو ارتباط طردى ضعيف حقق مستوى دلالة (0.517) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05) وبالرغم من أن القيمة غير دالة إحصائياً إلا أنها حققت ارتباطاً طردياً ضعيفاً وهذا يعني أنه كلما زاد التعرض للبرامج الحوارية زاد مستوى المعرفة السياسية ؛ ويرجع ذلك إلى ما يعرض من مواد سياسية في البرامج الحوارية تعلى من مستوى معرفة الفرد في الجانب السياسي، أيضاً ما تمر به الساحة الليبية من أحداث قد تؤثر على مستوى المعرفة بالنسبة لهم وذلك حول مختلف القضايا المعاصرة .

جدول رقم (11) ويوضح معامل الارتباط بيرسون بين كثافة مشاهدة الجمهور الليبي للبرامج الحوارية السياسية ومستوى معارفهم بالقضايا المعاصرة ، والذي يتضح نتاجه من خلال الجدول التالي :

كثافة المشاهدة					العدد	معامل بيرسون	نوع الارتباط	مستوى الدلالة
غير دالة عند 0.05		0.426	طردى ضعيف	0.041				

يلاحظ من خلال الجدول السابق أنه باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين معدل التعرض للبرامج الحوارية من قبل الجمهور الليبي عينة الدراسة ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية تبين أن معامل بيرسون يساوي (0.041) وهو ارتباط طردى ضعيف حقق مستوى دلالة (0.426) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05)، وكما وضحنا في التعليق على الجدول السابق يرجع ذلك إلى ما يعرض من مواد سياسية في البرامج الحوارية ترفع من مستوى معرفة الفرد في الجانب السياسي.

وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات من بينها دراسة إلهام يونس أحمد⁴² والتي وجدت أن كلما زاد اعتماد الجمهور على القنوات الفضائية كلما زاد مستوى معرفتهم بالقضايا الداخلية ، وتتفق مع دراسة كارينتيير ونيكو⁽⁴³⁾ والتي وجدت أن كلما زاد اعتماد الجمهور على البرامج الحوارية السياسية كلما زاد معرفتهم بكل ما يدور في مجتمعهم.

الفرض الثاني:

"يسعى هذا الفروض لاختبار ما إذا كان هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للبرامج الحوارية ومستوى المشاركة السياسية."

جدول رقم (12) ويوضح معامل الارتباط سبيرمان بين التعرض للبرامج الحوارية ومستوى المشاركة السياسية ، والذي يتضح نتائجه من خلال الجدول التالي :

كثافة المشاهدة					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	مستوى المشاركة السياسية
دالة عند 0.01	0.009	طردى ضعيف	0.130	399	

يلاحظ من خلال الجدول السابق أنه باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين معدل التعرض للبرامج الحوارية من قبل الجمهور الليبي عينة الدراسة ومستوى المشاركة السياسية تبين أن معامل بيرسون يساوى (0.130) وهو ارتباط طردى ضعيف حقق مستوى دلالة (0.009) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01) مما يعنى أنه كلما زادت كثافة المشاهدة كلما زاد معدل المشاركة السياسية.

جدول رقم (13) ويوضح معامل الارتباط بيرسون بين التعرض للبرامج الحوارية ومستوى المشاركة السياسية، والذي يتضح نتائجه من خلال الجدول التالي :

كثافة المشاهدة					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل سبيرمان	العدد	مستوى المشاركة السياسية
دالة عند 0.05	0.013	طردى ضعيف	0124	399	

42- إلهام يونس أحمد، العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الاخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري واتجاهاته نحوها :

دراسة مسحية ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون ، 2010 .

(43) Carpentier, Nico, Ibid.

يلاحظ من خلال الجدول السابق أنه باستخدام معامل الارتباط سبيرمان بين معدل التعرض للبرامج الحوارية من قبل الجمهور الليبي عينة الدراسة ومستوى المشاركة السياسية تبين أن معامل سبيرمان يساوي (0.124) وهو ارتباط طردى ضعيف حقق مستوى دلالة (0.013) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.05) مما يعنى أنه كلما زادت كثافة المشاهدة كلما زاد معدل المشاركة السياسية.

وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات ومنها دراسة عادل فهمى البيومي⁴⁴، والتي وجدت أن كلما زاد الجمهور فى الاعتماد على القنوات الفضائية كلما زادت مشاركتهم الجماهيرية فى الحياة السياسية فى المجتمع، كما تتفق مع دراسة باتريسيا موى وآخرون⁽⁴⁵⁾، والتي وجدت أن وجود هناك علاقة طردية بين معدلات التعرض والاعتماد على هذه المضامين وزيادة حجم المعلومات السياسية لدى الجمهور وزيادة دوافعهم للمشاركة السياسية.

ويفسر الباحث النتيجة السابقة فى الجدولين السابقين إلى مدى قوة تأثير البرامج الحوارية على المبحوثين من الشباب الجامعى عينة الدراسة، حيث أن البرامج الحوارية تأتى مدى قوتها وتأثيرها الكبير على الشباب وذلك لأنها هى مصدر المعلومات على كل ما يطرأ على المجتمع من أحداث وقضايا، وهى السبيل فى الشرح والتفسير والإيضاح لكل هذه القضايا وتفنيدها وتقديمها لمشاهديها مما تجعل الشباب أكثر إطلاعاً على الواقع وعلى لحياة السياسية بشكل خاص مما تزيد من نسبة مشاركتهم فى الحياة السياسية وذلك بالضرورة كلما زادت بالنسبة لهم كثافة تعرضهم ومشاهدتهم لها.

الفرض الثالث:

"يسعى هذا الفرض لاختبار ما إذا كان هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للبرامج الحوارية واتجاهاتهم نحو ثقافة السلام."

44- عادل فهمى البيومي، دور القنوات الفضائية فى زيادة المشاركة الجماهيرية، مجلة البحوث المصرية الإعلامية، العدد السادس عشر، أكتوبر 2001م.

(45)Patricia Moy and Other, Ibid.

جدول رقم (14) ويوضح معامل الارتباط سبيرمان بين تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية واتجاهاتهم نحو ثقافة السلام، والذي يتضح نتاجه من خلال الجدول التالي :

كثافة المشاهدة				
العدد	معامل سبيرمان	نوع الارتباط	مستوى الدلالة	
399	0.190	طردي ضعيف	0.0.000	دالة عند 0.01

يلاحظ من خلال الجدول السابق أنه باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين معدل التعرض للبرامج الحوارية من قبل الجمهور الليبي عينة الدراسة واتجاهاتهم نحو ثقافة السلام تبين أن معامل بيرسون يساوي (0.041) وهو ارتباط طردي ضعيف حقق مستوى دلالة (0.01) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01).

جدول رقم (15) ويوضح معامل الارتباط بيرسون بين تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية واتجاهاتهم نحو ثقافة السلام، والذي يتضح نتاجه من خلال الجدول التالي :

كثافة المشاهدة				
العدد	معامل بيرسون	نوع الارتباط	مستوى الدلالة	
399	0.208	طردي ضعيف	0.000	دالة عند 0.01

يلاحظ من خلال الجدول السابق أنه باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين معدل التعرض للبرامج الحوارية من قبل الجمهور الليبي عينة الدراسة واتجاهاتهم نحو ثقافة السلام، حيث تبين أن معامل بيرسون يساوي (0.208) وهو ارتباط طردي ضعيف حقق مستوى دلالة (0.01) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01).

ويفسر ما ظهر في الجدولين السابقين الباحث تركيز البرامج الحوارية على هذا الموضوع وتوجيه الرأي العام إلى ذلك، والذي جعل الأفراد يعيشون في الواقع وفي الحياة السياسية بشكل أكثر قرباً وتبني آراء وسائل الاعلام والبرامج الحوارية خاصة ، ويؤكد ذلك ما توصل إليه (جورج جرينر) من أن المعلومات المكتسبة من وسائل الإعلام تدمج في تصورات الفرد للواقع المعاش وتقود بالتالي إلى التعلم وتوجه السلوك.

الفرض الرابع:

" توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في كثافة التعرض للبرامج الحوارية و المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع - العمر). "

ويحاول الباحث من خلال هذا المحور عرض النتائج الخاصة بالفروق بين عينة الدراسة على مقياس التعرض للبرامج الحوارية.

أ- النوع

يسعى هذا الفرض لاختبار ما إذا كان هناك فروقاً إحصائية لعينة الدراسة حسب النوع (الذكور والإناث) على مقياس التعرض للبرامج الحوارية.

جدول رقم (16) ويوضح الفروق بين عينة الدراسة حسب النوع على مقياس كثافة التعرض للبرامج الحوارية ، والذي يتضح نتائجه من خلال الجدول التالي :

مستوى الدلالة SIG	درجة الحرية dF	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	كثافة التعرض للبرامج الحوارية
دالة عند 0.005	398	8.564	0.70502	1.9458	203	ذكر	النوع
			0.70897	1.8112	196	أنثى	

تشير نتائج تطبيق "ت" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة على مقياس كثافة التعرض للبرامج الحوارية ، حيث كانت قيمة ال "ت" (8.564) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.005) لصالح الذكور. ويؤكد ذلك الافتراض و قد يعود السبب في تفوق عدد الذكور عن الاناث في كثافة التعرض إلى انشغال بعض الاناث واهتمامهم ببعض الأنواع الأخرى من البرامج التلفزيونية الاجتماعية منها والترفيهية ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة محمد على البرماوى⁴⁶ حيث أظهرت الدراسة أن فئة الذكور هي الفئة الأكثر تعرضاً للبرامج الحوارية السياسية عن فئة الإناث.

ب- العمر

يسعى هذا الفرض لاختبار ما إذا كان هناك فروقاً إحصائية هناك فروقاً إحصائية في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية السياسية بين ذوى المراحل العمرية المختلفة.

46- محمد محمد على البرماوى، "دور البرامج السياسية المقدمة عبر راديو الإنترنت في المشاركة السياسية للشباب الجامعي" ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة

عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2013م).

جدول رقم (17) ويوضح الفروق الإحصائية في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية السياسية بين ذوى المراحل العمرية المختلفة .

كثافة التعرض للبرامج الحوارية	المجموعات	العدد	المتوسط	الإنحراف المعياري	قيمة f	درجة الحرية dF	مستوى الدلالة SIG
العمر	(18 : أقل من 20)	144	1.8750	0.70834	0.071	398	0.931
	(20 : 22) عام	209	1.890	0.72214			
	أكثر من 22 عام	46	1.8478	0.66558			
							غير دالة عند 0.05

تشير نتائج تطبيق "f" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دالة إحصائية حسب العمر بين عينة الدراسة على مقياس كثافة التعرض للبرامج الحوارية ، حيث كانت قيمة الـ "f" (0.071) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.05).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة محمود أحمد مزيد⁴⁷، والتي وجدت أن ارتفاع معدل مشاهدة المراهقين ممن هم بين فترتي (18:21) عاماً للقنوات الفضائية حيث ممن يشاهدها بصفة منتظمة 62% وممن يشاهدها 31.1% بصفة غير منتظمة.

ويعود ذلك إلى انتماء عينة الدراسة رغم الفروق العمرية إلى فئة عمرية واحدة وهي فترة المراهقة المتأخرة والتي غالباً ما تتسم بصفات مشتركة بين كافة أفرادها تقل أو تزيد قليلاً حسب العمر ولا تلاحظ في كثيراً من الأوقات، ويشير ذلك إلى أن الشباب مهما اختلفت أعمارهم فيما بينهم إلى أن كثافة تعرضهم للبرامج الحوارية قد يرتبط بمرحلة عمرية محددة حيث تزداد فيها قوة النمو العقلي والنضوج الفكري بالنسبة لهم في هذه المرحلة بشكل كبير مما يجعلهم أكثر تعرضاً واستيعاباً وفهماً لما تقدمه لهذه البرامج من مضامين إعلامية مختلفة تتلائم معهم ومع مستوى فكرهم .

47- محمود أحمد محمود مزيد ، مرجع سابق .

كلما زادت درجة اعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات حول القضايا في مصر، حيث جاءت هنا النتائج مشيرة بالمساواة بين كلاً من فئة الإناث وفئة الذكور في مدى تعرضهم للبرامج الحوارية في الحصول على المعلومات والأحداث السياسية في مصر.

ب- العمر

ويحاول الباحث من خلال هذه الجزئية عرض النتائج الخاصة بالفروق بين عينة الدراسة حسب العمر على مقياس الإعتدال على البرامج الحوارية في استقاء المعلومات.

جدول رقم (19) ويوضح الفروق بين عينة الدراسة حسب العمر على الإعتدال على البرامج الحوارية في استقاء المعلومات ، والذي يتضح نتاجه من خلال الجدول التالي :

مستوى الدلالة SIG	درجة الحرية dF	قيمة f	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	الاعتماد على البرامج الحوارية في استقاء
غير دالة عند 0.05	387	0.52	0.56244	1.4143	140	18 : أقل من 20	العمر
			0.61604	1.4020	204	20 : 22 عام	
			0.58658	1.4318	44	أكثر من 22 عام	

تشير نتائج تطبيق "f" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية حسب العمر بين عينة الدراسة على مقياس الاعتماد على البرامج الحوارية في استقاء المعلومات، حيث كانت قيمة الـ "f" (0.52) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.05).

ربما يعود ذلك إلى انتماءهم جميعاً إلى مرحلة عمرية واحدة فيها صفات واحدة قد تختلف قليلاً بين شخص وآخر لكنها لا تظهر.

كما يرجع الباحث النتائج الخاصة بالجدولين السابقين إلى ما حدث على الساحة الليبية في قبل وأثناء فترة تطبيق الدراسة وإلى الآن من تصاعد الأحداث التي تجعل المواطنين يراقبون المواد المنتجة عن وسائل الإعلام ويقع التليفزيون في القلب من ذلك للتعرف على كل ما هو جديد لإزالة الغموض الحادث من تراكم الأحداث، فيكون الغموض في ظل التغييرات الاجتماعية

السريعة وتحديث المجتمعات التقليدية والناس الذين يعتمدون أكثر على وسائل الإعلام هم الذين يحاولون الحصول على معلومات لإزالة الغموض.

الفرض السادس :

يوجد فرق ذا دلالة إحصائية وفق للمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع - العمر) على مقياس مستوى رؤيتهم التي يشكلونها عن البرامج الحوارية السياسية .

ويحاول الباحث من خلال هذا المحور عرض النتائج الخاصة بالفروق بين عينة الدراسة على مقياس مستوى رؤيتهم التي يشكلونها عن البرامج الحوارية.

أ- النوع

ويحاول الباحث من خلال هذه الجزئية عرض النتائج الخاصة بالفروق بين عينة الدراسة حسب النوع على مقياس مدى رؤيتهم التي يشكلونها عن البرامج الحوارية.

جدول رقم (20) ويوضح الفارق وفق متغير النوع للمبحوثين على مقياس مستوى رؤيتهم التي يشكلونها عن البرامج الحوارية السياسية ، والذي يتضح نتاجه من خلال الجدول التالي :

الدلالة SIG مستوى		درجة الحرية dF	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	رؤية عينة الدراسة للبرامج الحوارية
دالة عند 0.01	0.000	396	22.458	0.90492	2.7624	202	ذكر	النوع
				0.92265	2.6359	195	أنثى	

تشير نتائج تطبيق "ت" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذا دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة على مقياس رؤيتهم للبرامج الحوارية من، حيث كانت قيمة ال "ت" (22.458) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الذكور . ويفسر الباحث هذه النتيجة لانشغال الإناث أكثر بالأعمال المنزلية عن الذكور ، ومن خلال ما اهتمامهم ببعض الأنواع الأخرى من البرامج التلفزيونية الاجتماعية منها والترفيهية دون البرامج الحوارية.

ب- العمر

ويحاول الباحث من خلال هذه الجزئية عرض النتائج الخاصة بالفروق بين عينة الدراسة حسب العمر على مقياس رؤيتهم التي يشكلونها عن البرامج الحوارية.

جدول رقم (21) ويوضح الفارق وفق متغير العمر للمبحوثين على مقياس رؤيتهم التي يشكلونها عن البرامج الحوارية السياسية، والذي يتضح نتائجه من خلال الجدول التالي :

مستوى الدلالة SIG		درجة الحرية dF	قيمة f	الإنحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	رؤية عينة الدراسة للبرامج
غير دالة عند 0.05	0.309	396	1.178	0.92153	2.7708	144	(18 : أقل من 20)	العمر
				0.91401	2.6329	207	(20 : 22) عام	
				0.89226	2.7826	46	أكثر من 22 عام	

تشير نتائج تطبيق "f" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية حسب العمر بين عينة الدراسة على الرؤية للبرامج الحوارية ، حيث كانت قيمة ال "f" (0.309) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.05).

مراجع البحث

1. Gynn, Carroll and others, "When Oprah interviews: political correlation of Day Time talk show viewing", **Journal of Broadcasting and electronic media**. Vol. 51, No. 2, 2016, P.p. 228-224.
2. Selah, Revital, "Impact of violence television shows and music video clip on Adolescent" , **International journal of adolescent and youth**, Vol. 13, No. 1-2, 2016, P.p. 99-112.
3. McGraw, Shannon K. "The late night television talk show and political comedy programs. A study of young voters", **PHD Dissertation**, (USA the University of Oklahoma, .2016
4. هشام أحمد عبد العاطى فايد ، "دور خطاب الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت في تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو قضايا السياسة العامة" ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2015م).
5. ياسمين محمد عبد المنعم، " علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التلفزيونية " ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2015م).

6. زينب الحسينى رجب بلال ربحان، " الاساليب الإقناعية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى معالجة أحداث المرحلة الإنتقالية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة المنصورة ، كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوى، 2014م).
7. هبة صلاح الدين قطب عبد المطلب، "دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في اتجاهات الشباب الجامعي نحو بعض قضايا الإصلاح السياسي في مصر عقب ثورة 25 يناير : دراسة تحليلية ميدانية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة المنصورة ، كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوى، 2014م).
8. محمد محمد على البرماوى، "دور البرامج السياسية المقدمة عبر راديو الإنترنت فى المشاركة السياسية للشباب الجامعي" ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2013م).
9. السيد محمد أبو شعيشع حسن، " دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2012م).
10. ولاء إبراهيم عقاد على، "معالجة القضايا المقدمة في برامج الرأي الجماهيرية في الفضائيات العربية واتجاهات النخبة المصرية نحوها" ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الأزهر، كلية الدراسات الإسلامية والعربية ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، شعبة صحافة وإعلام، 2011م).
11. ياسمين سعيد محمد عبد المنعم، " دور برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية فى تكوين المعرفة عن القضايا العامة لدى الجمهور المصرى" ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الآداب، علوم الإتصال والإعلام، 2010م).
12. نهى عاطف العبد، "العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية فى الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأي العام بقضايا الإصلاح السياسي في مصر " ، (المؤتمر العلمى الدولى الخامس عشر، الإعلام والإصلاح، الواقع والتحديات، الجزء الثانى، 7-9، يوليو 2009م)، ص 802.
13. ريهام سامى حسين يوسف، "دور البرامج الحوارية فى القنوات الحكومية والخاصة فى ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصرى" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2008م).
14. صابر محمد أحمد أبو بكر المضامين المقدمة عبر موقع اليوتيوب وعلاقتها بنشر ثقافة السلام لدى المراهقين رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة 2016
15. محمد سيد عباس ، 2016 إتجاهات الشباب الجامعي نحو نشر ثقافة السلام الإجتماعي : دراسة تحليلية لبناء برنامج من منظور خدمة الجماعة لتنمية ثقافة السلام الإجتماعي ، مجلة الخدمة الأجتماعية - (الجمعية المصرية للأخصائيين الأجتماعيين) - مصر ، ع/55، 443-484
16. عبد المنعم محمد النور ، دور راديو المجتمع في تعزيز السلام الإجتماعي في ولاية النيل الأزرق ، مجلة العلوم الانسانية ، جامعه السودان للعلوم والتكنولوجيا ، مج17/ ع3 - 2016 ، 157-179
17. نسرين محمد عبد العزيز ، دور الدراما المصرية في الفضائيات العربية في نشر ثقافة السلام لدى طلاب الجامعات ، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط - الجمعية المصرية للعلاقات العامة- مصر ، ع/2 ، 2014 ، 233-237

18. Najih Imtihani, The Mass-media Role in Conflict Resolution (A Case Study of Kompas Daily Coverage on Aceh Conflict 2003 – 2005), Procedia Environmental Sciences , Volume 20, 2014, Pages 451-458
19. Joseph, Teresa. (2014). Mediating War and Peace: Mass Media and International Conflict. India Quarterly: A Journal of International Affairs. 70. 225-240.
20. Dmitri P. Gavra & Alena S. Savitskaya, Mass Media in Interstate Conflicts: Typological Model "Peace-conflict Journalism Multidimensional Approach, Journal Russian Journal of Communication Volume 4, 2011 – Issue 3-4, Pages 251-265
21. Seow Ting Lee, Peace Journalism: Principles and Structural Limitations in the News Coverage of Three Conflicts, Journal Mass Communication and Society Volume 13, 2010 – Issue 4, Pages 361-384
22. زينب عثمان سليمان، الاتجاهات النفسية لدى الإعلامي السوداني تجاه قضايا السلام على ضوء إتفاقية السلام 2005 ، رسالة ماجستير ، جامعة أم درمان الاسلامية ، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي ، 2007
23. حيدر محمد زين عبدالكريم ، مشكلات الخطاب الإعلامي السوداني في إرساء دعائم السلام : دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وسائل الإعلام السودانية في الفترة من أغسطس 2002 م – أغسطس 2005 م ، رسالة ماجستير ، جامعة أم درمان الاسلامية ، كلية الإعلام ، السودان ، 2006
24. محمد عبد الحميد، "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية" ، مرجع سابق ، ص130.
25. ضحى فتاحى، الإتجاهات وتعلمها (تعريف الإتجاهات وأهميته) ، الأحد 11/4/2010م ، متاح على الإنترنت. http://www.edutrapedia.illaf.net/arabic/show_article.thtml?id=558
26. Nico Carpenter, "Managing audience participation the construction of participation in an audience program European". **Journal of communication**, Vol.16, No.2, 2001, P.10.
27. Nica Carpenter, 2001, **Op. Cit**, P.210.
28. خالد صلاح الدين على، "الإنتاج التلفزيونى مدخل تطبيقى"، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2000م)، ص61.
29. ¹ <http://www.bipd.org/publications/Articles/179153.aspx>
30. عبد العزيز قبلان ، مرجع سابق .
31. حنان أحمد سليم ، حسام على سلامة ، "علاقة طلاب الجامعات فى صعيد مصر بالقنوات الفضائية" ، مجلة كلية الآداب ، العدد التاسع ، (جامعة أسيوط ، كلية الآداب، قسم الإعلام، يناير 2002م).
32. ياسمين محمد عبد المنعم، "علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التلفزيونية" ، 2015م، مرجع سابق.
33. ولاء إبراهيم عقاد على ، مرجع سابق.
34. حسن عماد مكوى، ليلى حسين السيد، المعاصرة، مرجع سابق .

35. وليد فتح الله بركات، " تعرض الصفوة لبرامج الرأى فى القنوات التلفزيونية العربية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأى العام* ، العدد المزدوج، المجلد الرابع ، يناير - ديسمبر 2003.
36. ياسمين محمد عبد المنعم، *مرجع سابق*.
37. رغدة محمد عيسى، " معالجة الإذاعة والتلفزيون لقضايا العمل في المجتمع المصري ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور " ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2009م).
38. ليلى حسين السيد ، " دور وسائل الاتصال فى إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية فى إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام "، *المؤتمر العلمى الرابع، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام)*، 25-27 مايو 1998م.
39. Carpentier, Nico, *Ibid*.
40. ياسمين محمد عبد المنعم، " علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التلفزيونية " ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2015م).
41. ريهام سامى يوسف ، *مرجع سابق*.
42. إلهام يونس أحمد، العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الاخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصرى واتجاهاته نحوها : دراسة مسحية ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون ، 2010 .
43. Carpentier, Nico, *Ibid*.
44. عادل فهمي البيومي، دور القنوات الفضائية في زيادة المشاركة الجماهيرية ، *مجلة البحوث المصرية الإعلامية* ، العدد السادس عشر ، أكتوبر 2001م.
45. Patricia Moy and Other, *Ibid*.
46. محمد محمد على البرماوى، "دور البرامج السياسية المقدمة عبر راديو الإنترنت فى المشاركة السياسية للشباب الجامعى" ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2013م).
47. محمود أحمد محمود مزيد ، *مرجع سابق* .
48. محمد هلال محمد سيد، "دور القنوات الفضائية فى إمداد الجاليات العربية فى مصر بالمعلومات السياسية" ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2009م).
49. رغدة محمد عيسى ، *مرجع سابق* .