

جامعة القاهرة
كلية الإعلام
قسم الإذاعة والتلفزيون

دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات فى دعم حرية التعبير

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير

إعداد

السيد محمد أبوشعشع حسن
معيد بقسم الإذاعة والتلفزيون
كلية الإعلام – جامعة القاهرة

إشراف

الأستاذ الدكتور: حسن عماد مكاوى
أستاذ الإذاعة والتلفزيون
عميد كلية الإعلام – جامعة القاهرة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

إلى من هم حكمتى وعلمى ، أدبى

وحلمى ، وطريقى المستقيم

”أبى العزيز وأمى الغالية”

والذين هم سندی وقوتى وملاذى بعد

الله

شكر وتقدير

يشرفني أن أتقدم بوافر الشكر وعظيم التقدير لأستاذي العزيز الدكتور / حسن عماد
مكاوي أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام بجامعة القاهرة الذي أشرف علي هذه
الرسالة وأمدني بفيض من علمه؛ من خلال ما قدمه لي من توجيهات وفكر ووقت
ومساعدة زادت لدى روح التصميم والمثابرة والتفاني في بذل الجهد وإعمال الفكر .

كما أتقدم بوافر الشكر إلي الأستاذة الدكتورة **هويدا مصطفى** أستاذة الإذاعة والتلفزيون
ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة، والأستاذة الدكتورة **نائلة**
عمارة أستاذة الإذاعة والتلفزيون بكلية الآداب جامعة حلوان؛ علي تفضلهما بالموافقة علي
مناقشة هذه الرسالة.

كما أشكر أساتذتي وزملائي في قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة
والذين أعتبرهم دائماً عائلتي الكبيرة.

الباحث

قائمة الموضوعات

الصفحة	الموضوع
١	مقدمة
الفصل الأول: مشكلة الدراسة ومنهجها	
٤	مشكلة الدراسة
٥	أهمية الدراسة
٦	أهداف الدراسة
٧	الإطار النظري الذي تستند إليه الدراسة
٤٣ : ٧	الدراسات السابقة
٧	دراسات اهتمت بدراسة برامج الرأى
١٩	دراسات اهتمت بدراسة حرية التعبير
٣٢	دراسات اهتمت بدراسة المسئولية الاجتماعية للقائم بالإتصال
٤٣ : ٤٨	التعليق على الدراسات السابقة
٤٣	أولاً: فيما يخص الإطار النظري الذى اعتمدت عليه الدراسات السابقة
٤٦	ثانياً: فيما يخص الإطار المنهجى الذى اعتمدت عليه الدراسات السابقة
٤٧	ثالثاً: فيما يخص الأطر المعرفية التى قدمتها الدراسات السابقة
٤٨	الاستفادة من الدراسات السابقة
٥٠	تساؤلات الدراسة
٥١	التعريفات الإجرائية للمفاهيم المستخدمة فى الدراسة
٦٨ : ٥١	الإجراءات المنهجية
٥١	نوع الدراسة ومنهجها
٥٢	عينة الدراسة

الصفحة	الموضوع
٥٣	أسباب اختيار عينة الدراسة ومدتها الزمنية
٥٣	أداة جمع البيانات
٥٤	وحدات التحليل
٥٥	فئات التحليل
٦٧	إجراءات الصدق والثبات
الفصل الثانى: نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وتطبيقها على الدراسة	
٧٠	ظروف نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام
٧٠	أولاً: نظرية السلطة
٧١	ثانياً: النظرية الليبرالية
٧٣ : ٨٥	ثالثاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام
٧٤	نموذج سيبرت التقليدى للمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام
٧٥	نموذج آدامز بلوم وجوهانا كليبرى المزدوج للمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام
٧٧	نموذج بول اس فوكس للأخلاقيات والمحددات الاجتماعية لصناعة الأخبار فى وسائل الإعلام
٧٨	نموذج بول اس فوكس للمسؤوليات القانونية والأخلاقية لوسائل الإعلام
٨٠	مستويات المسؤولية الاجتماعية للإعلام كما تحددها النظرية

الموضوع	الصفحة
المبادئ الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية	٨١
أبعاد ومرتكزات نظرية المسؤولية الاجتماعية	٨٢
إيجابيات نظرية المسؤولية الاجتماعية	٨٤
الانتقادات الموجهة لنظرية المسؤولية الاجتماعية	٨٥
المسؤولية الاجتماعية للإعلام المرئي ولبرامج المشاركة الجماهيرية (تطبيق النظرية على موضوع الدارسة)	٨٥
الفصل الثالث: برامج المشاركة الجماهيرية ودورها في دعم حرية التعبير	
حرية التعبير وتطورها مع تطور وسائل الإعلام	٩٣
انتهاكات التي ترتكب ضد حرية التعبير (التهديدات والمخاطر)	٩٥
بداية ظهور برامج الرأي بشكل عام	٩٨
البرامج التفاعلية ومنها برامج المشاركة الجماهيرية	٩٩
أهمية برامج المشاركة الجماهيرية	١٠١
بداية ظهور برامج المشاركة الجماهيرية على الساحة العربية	١٠٣
أولاً: برنامج منبر الجزيرة على قناة الجزيرة	١٠٥
ثانياً: برنامج نقطة حوار على قناة BBC العربية	١٠٦
ثالثاً: برنامج الرأي الأول على قناة العالم	١٠٨
رابعاً: برنامج الرأي الحر على قناة الحوار	١٠٩

الموضوع	الصفحة
أسلوب عمل برامج المشاركة الجماهيرية	١١٠ : ١٢٥
أولاً: اختيار الموضوعات	١١٠
ثانياً: بداية البرنامج	١١٢
ثالثاً: التواصل مع الجمهور وفتح باب المشاركة	١١٣
رابعاً: خاتمة الحلقة	١٢٥
المسئولية الاجتماعية والمهنية للقائم بالاتصال فى برامج المشاركة الجماهيرية	١٢٦
التحديات والمشكلات التى تواجه برامج المشاركة الجماهيرية	١٢٩
الفصل الرابع: نتائج تحليل محتوى عينة من برامج المشاركة الجماهيرية المقدمة فى قناتى الحوار و BBC العربية فى الفترة من أول أكتوبر ٢٠١١ إلى آخر ديسمبر ٢٠١١	
الإجابة على تساؤلات الدراسة	١٣٢
خاتمة الدراسة	١٦٨ : ١٨١
خلاصة نتائج الدراسة	١٦٨
مناقشة نتائج الدراسة	١٧٣
مقترحات الدراسة	١٨٠
مصادر ومراجع الدراسة	
المصادر والمراجع العربية	١٨٣
المصادر والمراجع الأجنبية	١٩٠
ملاحق الدراسة	
صحيفة تحليل المضمون	١٩٦

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
١	نوع القضايا المطروحة فى برامج المشاركة الجماهيرية	١٣٣
٢	الإطار الجغرافى للقضايا التى تعالجها برامج المشاركة الجماهيرية	١٣٦
٣	مدى حالة القضية المطروحة للنقاش	١٣٧
٤	أسلوب تحديد القضايا المطروحة للنقاش فى البرنامج	١٣٩
٥	أسلوب معالجة البرنامج للقضية المطروح للنقاش	١٤٠
٦	الأدوات التى يستخدمها البرنامج فى عرض قضايا النقاش	١٤٢
٧	طرق التواصل مع ضيوف البرنامج	١٤٥
٨	نوع بث المشاركة	١٤٧
٩	جنسية الجمهور المشارك فى النقاش	١٤٨
١٠	جهة الجمهور المشارك فى النقاش	١٥٠
١١	نوع الجمهور المشارك فى النقاش	١٥٢
١٢	وسائل مشاركة الجمهور فى النقاش	١٥٤
١٣	أسلوب مشاركة الجمهور فى النقاش	١٥٦
١٤	المساحة الزمنية المخصصة من البرنامج للمشاركة الجماهيرية	١٥٨
١٥	المساحة الزمنية لكل مشارك فى النقاش	١٥٩
١٦	إمكانية العودة للمشارك للرد على آراء مشاركين آخرين	١٦١
١٧	إمكانية أن يرد الضيف على تساؤلات وآراء الجمهور المشارك	١٦٢
١٨	مدى تدخل القائم بالاتصال فى توجيه النقاش	١٦٣
١٩	أشكال تدخل القائم بالاتصال فى توجيه النقاش	١٦٤

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
١٦٦	مدى التزام الجمهور المشارك فى النقاش بأخلاقيات الحوار	٢٠
١٦٧	أشكال عدم الإلتزام بأخلاقيات وآداب الحوار	٢١

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
١	النموذج التقليدي للمسئولية الاجتماعية	٧٥
٢	النموذج المزدوج للمسئولية	٧٥
٣	نموذج الأخلاقيات والمحددات الاجتماعية لصناعة الأخبار	٧٧
٤	موقع قناة الجزيرة كشكل من أشكال تلقى الأخبار من جانب الجمهور دون المشاركة برأيهم فيها	١١٥
٥	موقع قناة BBC العربية كشكل من أشكال تلقى الأخبار من جانب الجمهور دون المشاركة برأيهم فيها	١١٥
٦	موقع قناة العالم كشكل من أشكال تلقى الأخبار من جانب الجمهور دون المشاركة برأيهم فيها	١١٦
٧	البث المباشر لقناة الجزيرة على موقعها الإخباري	١١٦
٨	البث المباشر لقناة BBC العربية على موقعها الإخباري	١١٧
٩	البث المباشر لقناة العالم على موقعها الإخباري	١١٧
١٠	البث المباشر لقناة الحوار على موقعها الإخباري	١١٧
١١	أشكال التفاعلية على موقع قناة الجزيرة (التعليق على الصور والأخبار والفيديوهات)	١١٨
١٢	أشكال التفاعلية على موقع قناة العالم (التعليق على الصور والأخبار والفيديوهات)	١١٨
١٣	أشكال التفاعلية على موقع قناة الجزيرة (استطلاعات الرأي العام)	١١٩

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
١٤	أشكال التفاعلية على موقع قناة الجزيرة (استطلاع الرأي الأسبوعي)	١١٩
١٥	أشكال التفاعلية على موقع قناة BBC العربية (استطلاعات الرأي العام)	١٢٠
١٦	صفحة قناة الجزيرة على موقع Facebook	١٢١
١٧	أشكال التفاعلية على صفحة قناة الجزيرة على موقع Facebook	١٢١
١٨	صفحة برنامج نقطة حوار على موقع Facebook	١٢٢
١٩	أشكال التفاعلية على صفحة برنامج نقطة حوار على موقع Facebook	١٢٢
٢٠	صفحة قناة الحوار على موقع Facebook	١٢٣
٢١	صفحة برنامج نقطة حوار على موقع Twitter	١٢٣
٢٢	تواصل الجمهور مع برنامج نقطة حوار من خلال الـ (Web Cam)	١٢٤
٢٣	تواصل الجمهور مع برنامج نقطة حوار من خلال خدمة Skybe	١٢٤
٢٤	تواصل الجمهور مع برنامج نقطة حوار من خلال خدمة الـ (3G)	١٢٥

مقدمة الدراسة:

أدى التطور الهائل الذى حدث فى وسائل الإعلام منذ نشأتها إلى الآن إلى ظهور العديد من الوسائل الجديدة التى تقدم الخدمات الإعلامية للجمهور فى أى وقت وفى كل مكان مثل القنوات الفضائية والإنترنت والهاتف الخلوى، كما أتاحت هذه الوسائل للجمهور القدرة على التعبير عن رأيه بشكل أفضل من الوسائل الإعلامية التقليدية.

وتعد حرية التعبير عن الرأي حق أساسى من حقوق الإنسان بموجب المادة ١٩ من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وتم تعريفها على أنها " التعبير عن الأفكار والآراء عن طريق الكلام أو الكتابة أو عمل فني بدون رقابة أو قيود حكومية بشرط أن لا تمثل طريقة ومضمون الأفكار أو الآراء ما يمكن اعتباره خرقاً لقوانين وأعراف الدولة أو المجموعة التي سمحت بحرية التعبير ".^١ فيما أشار العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية الصادر فى عام ١٩٧٦ إلى أنه " لكل فرد الحق فى حرية التعبير وهذا الحق يشمل حرية البحث عن المعلومات أو الأفكار من أى نوع وتلقيها ونقلها بغض النظر عن الحدود وذلك لها شفاهةً أو عن طريق الكتابة أو الطباعة سواء كان ذلك فى قالب فنى أو بأى وسيلة أخرى يختارها " ولكن العهد الدولي ربط ممارسة هذه الحقوق بواجبات ومسئوليات أخرى وعلى ذلك فهي قد تخضع لقيود معينة^٢.

ولأهمية هذا الحق فقد وضع موضع الاهتمام فى المواثيق الدولية المعنية بحقوق الانسان والتي صادقت عليها الحكومة المصرية وأصبحت جزءاً لا يتجزأ من قانونها الداخلى وفقاً للمادة الخامسة من دستور ١٩٧١ والذى أكد أيضاً فى مادته رقم ٤٧ على كفالة حرية إبداء الآراء لكل إنسان والتعبير عن رأيه ونشره بالقول أو بالكتابة أو غير ذلك فى حدود القانون ، وعلى الرغم من ذلك إلا إنه وبخصوص موضوع الدراسة فقد لاحظ الباحث أن القنوات الحكومية المصرية لا تقدم هذه البرامج " برامج المشاركة الجماهيرية " على النحو المنشود فى حين قامت بهذا الدور قنوات فضائية غير مصرية والتي - على الرغم من أن بعضها يدعى الإستقلال فيما يقدمه من خدمات إعلامية للجمهور العربى بشكل عام والمصرى بشكل خاص - إلا أنه وبالملاحظة الجيدة لما تقدمه هذه القنوات نجد أنها فى الواقع تعتبر جزءاً من السياسة الخارجية للدولة المالكة لهذه القناة.

ولذلك يمكن القول أنه لم تعد الفضائيات العربية مجرد شاشات مسطحة تعرض مادة ترفيهية أو سياسية أو ثقافية أو فنية، بل صارت للمشاهد - فى بعض الأحيان - مساحات

(1) <http://ar.wikipedia.org/wiki/> accessed on 2 December 2010 at 3:00 pm.

(2) http://www.unicef.org/arabic/why/files/ccpr_arabic.pdf/ accessed on 15 November 2010 at 5:00 pm.

للحرية فعندما عجز المشاهد عن التعبير عن رأيه فيما يحدث حوله في التلفزيون الحكومي، إمتدت تلك الأذرع الفضائية إلى هذه الكمامة الموضوعة على الفم، لكي تنتزعها ليتحدث صاحبها ويدلى برأيه فيما يدور حوله من أحداث سواء داخل المجتمع المصرى أو فى المجتمع العربى والإسلامى أو حتى عن أحداث تدور فى العالم وتؤثر على الداخل العربى. كما جعلت برامج المشاركة الجماهيرية القنوات الفضائية ليست فقط منبراً للمعارضين للنظام من السياسيين وكبار المثقفين بل أتاحت الفرصة أمام الجموع الغفيرة من الجماهير للتعبير عن رأيها فى القضايا التى تهمها وتؤثر على واقع الحياة فى وطنها.

كما أنه عند زيارة مواقع هذه القنوات على شبكة الإنترنت نجد زاوية خاصة لاستطلاع رأي الجماهير فى قضية من القضايا، وعادة تتخذ تلك الزوايا شكل سؤال واحد فقط وأربعة أو خمسة اختيارات، ويكون على الزائر أو المتعامل مع هذه الزاوية اختيار إجابة واحدة فقط، لكي يعبر عن رأيه فى القضية المطروحة، وتكون عادة من القضايا المطروحة على الساحة الراهنة وتشغل اهتمام الجماهير كما يتم عرض نتيجة هذه الاستطلاعات على شاشة التلفزيون فى الحلقة التى يتم فيها مناقشة القضية.

وقد ثار الجدل حول مدى قدرة هذه البرامج خاصة والقنوات التى تقدمها عامة على إتاحة الفرصة للجمهور للتعبير عن رأيه بشكل كامل، وخاصة بعد صدور وثيقة " مبادئ تنظيم البث والاستقبال الفضائى الإذاعى والتلفزيونى فى المنطقة العربية فى ٢٠٠٨ والتى ينظر البعض لها على أنها تئى تكريساً لوصاية الدول العربية وهيمنتها على وسائل الإعلام بحجة إسباغ قدسية على المؤسسات الحاكمة بينما ينظر البعض الأخر لها على أنها تهدف إلى محاولة ضبط ما تصفه بحالة الإنفلات الفضائى.

كما أن التطورات التى طرأت على المشهد الإعلامى بعد قيام ثورات الربيع العربى من زيادة أعداد القنوات الفضائية بشكل كبير وتنوع المضامين المقدمة ما بين ترفيهيه تصل إلى حد الإبتزال ومواد سياسية أخبارية وتحليلات للأحداث أوجدت ضرورة لدراسة مدى التزام هذه القنوات بمسئوليتها الإجتماعية تجاه المجتمع، ولذلك يسعى الباحث إلى دراسة محتوى عينة من هذه البرامج للتعرف على ما إذا كان لها دور فى دعم حرية التعبير بشكل كامل للجمهور أم أن هناك سقف معين لا يسمح للجمهور المتصل أن يتعداه؟، وفى حالة وجود هذا السقف فهل هو نابع من بنود وثيقة الإعلام العربى؟، أم يدخل فى تحديد ارتفاعه توجهات القناة البائه للبرنامج بمعنى أنه إذا قدم المشاهد المتصل رأياً مخالفاً لسياسة القناة فهل سيتم إعطائه الفرصة للتعبير عنه بشكل كامل أم سيتدخل مقدم البرنامج لتغيير هذا الرأى أو حتى سيتم قطع الاتصال؟

الفصل الأول

مشكلة الدراسة والإجراءات المنهجية

- تمهيد.
- مشكلة الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- الإطار النظري للدراسة.
- الدراسات السابقة.
- تساؤلات الدراسة.
- التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة.
- الإجراءات المنهجية للدراسة.

لقد كان لظهور القنوات الفضائية أثر كبير في تغيير تركيبة الإعلام العربي والذي كان يعتمد بالدرجة الأولى على القنوات الحكومية فقط، فلطالما حصر المواطن العربي في عدد محدد من القنوات الحكومية التي تتحدث بلسان الحكومات والسلطات في تلك الدول، إلى أن ظهر الإعلام الفضائي بقنواته المتعددة والمتنوعة سواء في العدد أو في المضمون؛ فأتاحت له هذه القنوات فرصاً جديدة لم يكن يحظى بها من قبل.

فلأول مرة يشاهد المواطن العربي برنامجاً يتناول مشكلات بلده بحرية ويتحدث عن فساد مسئولين كبار وربما فساد رئيس الدولة نفسه، ولأول مرة يشاهد المواطن العربي أخباراً عن أحداث تقع داخل دولته ولكنه لم يكن لديه الحق قديماً في التعرف عليها وذلك من خلال شبكة مراسلين يعملون ليل نهار لتقديم أحدث الخدمات الإخبارية للمشاهدين، إلا أنه ومع مرور الوقت وزيادة عدد هذه القنوات وزيادة التنافسية بينها لجذب أكبر عدد من المشاهدين فلم تقتصر في دورها على نشر أخبار لا يقدمها التلفزيون الحكومي فقط أو استضافة أشخاص ليس من المسموح لهم الظهور في برامج التلفزيون الحكومي ولكن تطور آدائها إلى مرحلة إتاحة الفرصة للجمهور العادي للتعبير عن رأيه بنفسه وذلك من خلال برامج المشاركات الجماهيرية والتي تقدم على شاشتها.

مشكلة الدراسة:

تتبلور مشكلة الدراسة في استجلاء دور برامج المشاركة الجماهيرية في دعم حرية التعبير وتحديد الفرص التي تقدمها للجمهور العربي والمصري للمشاركة بارائه إزاء الموضوعات والقضايا المقدمة في هذه البرامج والتعبير عن اتجاهاته إزاءها وما يمكن أن يترتب على ذلك من تأثير على صنع القرار السياسي، وذلك من خلال تحديد نوع الموضوعات التي تتم مناقشتها في هذه البرامج، والأسس التي يتم من خلالها تحديد هذه الموضوعات واسلوب المعالجة المستخدم في المناقشة، كما تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على نوعية الموضوعات التي تناقش في برامج المشاركة الجماهيرية، وكذلك مساحة الحرية التي تعطى لكل مشارك في هذه البرامج، ومدى تدخل مقدمو هذه البرنامج في تغيير أو تقييد آراء المشاركين فيها من الجمهور.

أهمية الدراسة:

تظهر الأهمية العلمية والمجتمعية لهذه الدراسة فى النقاط التالية:

أولاً: الأهمية العلمية:

١. زيادة الإهتمام بدراسات حرية التعبير فى العالم بصفة عامة وفى العالم العربى بصفة خاصة، وتحديدًا بعد التطورات السياسية التى شهدتها المنطقة العربية من ثورات الربيع العربى وظهور أنظمة حكم جديدة؛ حيث بدأت البحوث فى مجال الإعلام التركيز على الموضوعات المتعلقة بحرية التعبير ومدى تعامل وسائل الإعلام مع هذه الحرية.
٢. أهمية دراسة مدى التزام وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون بما له من إنتشار كبير بين أوساط الجمهور العربى بقواعد ومبادئ المسئولية الإجتماعية؛ حيث يشير الكثير من المراقبين للوضع الإعلامى - بل والكثير من الإعلاميين أنفسهم - بأننا نعيش الآن حالة من "الإنفلات الإعلامى" والذى عادة ما يتبع التحولات السياسية الكبيرة مثل تلك التى حدثت فى المنطقة العربية.
٣. أهمية دراسة خصائص الجمهور المشارك فى الحوار والنقاش فى برامج المشاركة الجماهيرية بإعتبار أن هذا الجمهور هو جمهور إيجابى ونشط، يسعى دائماً إلى التفاعل والتعبير عن رأيه، ويقدم التحليلات لما يدور حوله من أحداث سواء فى بلده أو فى المنطقة العربية.
٤. ضرورة دراسة الإمكانيات التكنولوجية الحديثة التى تتيحها برامج المشاركة الجماهيرية للجمهور لتسهل عليه عملية التواصل والتعبير عن رأيه، حيث لم تعد هذه البرامج تعتمد على الإتصالات التليفونية والتقارير المصورة فقط؛ بل أدخلت وسائل حديثة للتواصل مع الجمهور مثل : البريد الإلكتروني والتواصل عبر الرسائل النصية القصيرة (SMS) وكاميرات الإنترنت الـ (Web Cam) وخدمات الجيل الثالث من الهاتف النقال الـ (3G) وما بعدها والتواصل المرئى عبر خدمة Skybe.
٥. ضرورة دراسة برامج المشاركة الجماهيرية كشكل حديث من أشكال برامج الرأى والتعرف على دورها فى دعم حرية التعبير؛ حيث أن هناك العديد من الدراسات التى تناولت دراسة برامج الرأى بشكل عام والبرامج الحوارية وكذلك برامج التوك شو إلا أنه لا توجد دراسات تناولت برامج المشاركة الجماهيرية تحديداً على الرغم من أهميتها كشكل برامجى يعتمد بالدرجة الأولى على الجمهور ويتيح مساحات زمنية كبيرة لأراء الجمهور حول القضايا المطروحة للناقش.

ثانياً: الأهمية المجتمعية:

١. الحصول على رؤية تقييمية لتجربة برامج المشاركة الجماهيرية في مصر، وكيفية استغلالها لتفعيل المشاركة المجتمعية، مع إلقاء الضوء على المعوقات التي تقف في طريق تحقيقها للأهداف التي وجدت من أجلها.
٢. نتيجة الدور الذي تلعبه برامج الرأي في مساعدة الرأي العام في الحصول على المعلومات والأخبار حول الأنشطة المختلفة سياسياً واجتماعياً واقتصادياً ومساعدة الأفراد على تكوين مواقف واتجاهات بشأنها وانتهاء باتخاذ قرار والقيام بسلوك نحوها.
٣. تحليل إمكانات ومزايا هذا الشكل من البرامج والتي تؤهلها للإسهام في جوانب عديدة من العملية السياسية مثل: المشاركة المجتمعية وحرية التعبير وقبول التعددية، مع تقديم رؤية موضوعية دون إفراط أو تفريط لقدرات وسائل الإعلام على العمل في إطار المجال المجتمعي العام.
٤. أهمية برامج الرأي كشكل من الأشكال المخصصة لطرح الإراء حول قضايا الرأي العام ومشكلات المواطنين والظواهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي يعيشونها مع التأكيد على الحرص على إدارة برامج حرة مفتوحة تقوم على مبدأ احترام الرأي والرأي الآخر.
٥. الحاجة المجتمعية إلى دعم المضامين التليفزيونية التي تدعم حرية التعبير وتخرج عن النطاق التقليدي للحوار بين مذيع وضيف إلى نطاق أرحب وأوسع يبدأ مداه من مقدم البرنامج ولا ينتهى هذا المدى أبداً؛ حيث أن المناطق التي لا يصلها إرسال القنوات المقدمة لبرامج المشاركة الجماهيرية عبر الأقمار فسيصلها البث عبر مواقع هذه القنوات على الإنترنت.

أهداف الدراسة:

١. تحليل مضمون برامج المشاركة الجماهيرية والتعرف على طبيعتها كشكل هام من أشكال برامج الرأي يعتمد بشكل أساسى على الجمهور.
٢. رصد فاعلية برامج المشاركة الجماهيرية فى إتاحة الفرصة للجمهور فى ممارسة حقه فى الإتصال والتعبير بأمانه عن أفكاره واتجاهاته، مما يجعله رأى عام فعال ونشط ولديه مشاركات ومساهمات فعالة فى القضايا العربية المطروحة للنقاش فى برامج المشاركة الجماهيرية.

٣. رصد كيفية اختيار الموضوعات ونطاق هذا الاختيار وأساليب معالجتها ومدى تحقق عنصر الموضوعية والحياد في طرح القضايا وكذلك إثارة التساؤلات حولها في الحلقة النقاشية.

٤. تحديد مدى الإلتزام بمعايير وأخلاقيات العمل الإعلامي لدى القائمين بالإتصال في برامج المشاركة الجماهيرية.

٥. معرفة مدى التزام الجمهور بآداب الحوار حول القضايا والموضوعات المطروحة للنقاش.

٦. الوصول إلى تقييم عام لبرامج المشاركة الجماهيرية وتوضيح طرق إعدادها وإنتاجها وتقديمها، وهل الزمن المخصص لهذه البرامج يكفي لتحقيق الهدف منها، ومدى مشاركتها في عرض وإيجاد الحلول للقضايا، وذلك في محاولة من أجل تطويرها شكلاً ومضموناً.

الإطار النظري:

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام والتي تعد إطاراً أخلاقياً ينبغي أن تعمل في إطاره برامج المشاركة الجماهيرية في القنوات الفضائية الإخبارية سواء العربية منها أو الموجهة باللغة العربية، وتعرض الدراسة الإطار النظري بالتفصيل في الفصل الثاني من الدراسة.

الدراسات السابقة:

يمكن تقسيم الدراسات السابقة التي تم الرجوع إليها إلى ثلاثة محاور رئيسية هي:

أولاً: محور دراسات اهتمت بدراسة برامج الرأي.

ثانياً: محور دراسات اهتمت بدراسة حرية التعبير.

ثالثاً: محور دراسات اهتمت بدراسة المسؤولية الاجتماعية للقائم بالإتصال.

المحور الأول: دراسات اهتمت بدراسة برامج الرأي:

وتركز الدراسات والبحوث في هذا المحور على دراسة برامج الرأي بشكل عام مثل البرامج الحوارية وذلك على اعتبار أنها وسيلة هامة من وسائل حرية التعبير، ولذلك ينصب اهتمامها على دراسة طبيعة هذه البرامج وخصائصها إلى جانب دراسة علاقة الجمهور بها، وما تنتجه من إمكانيات تفاعلية وخدمات للمجتمع الذي تتوجه إليه.

ومن الدراسات التي اهتمت بدراسة هذه البرامج:

١. دراسة ليزا جندرز Lisa Gunders (٢٠١٢) عن البرامج التفاعلية في الراديو والمشاركة السياسية^١. استهدفت هذه الدراسة التعرف على دور البرامج التفاعلية الصباحية في دعم المشاركة السياسية، وأعدمت هذه الدراسة على منهج المسح من خلال تحليل الخطاب المقدم في برامج Mornings with Madonna King ، وقد توصلت الدراسة إلى البرنامج يقوم فعلا بتشجيع المشاركة السياسية لدى الجمهور الأسترالي وأن الفضل في ذلك يرجع إلى القائم بإتصال حيث أنه يقوم بتحديد القضايا التي تتخفف فيها المشاركة السياسية ويجمع معلومات عن هذه القضايا ثم يقدمها للجمهور بشكل يشجعه على المشاركة الفعالة في الأحداث السياسية.

٢. دراسة بيتر جي موسيج Peter G mwesige (٢٠٠٩) عن الوظيفة الديمقراطية لبرامج الرأي السياسية في الراديو: حالة الإذاعة الأوغندية^٢. واستهدفت هذه الدراسة تحديد دور برامج الرأي في الإذاعة الأوغندية باعتبارها وسيلة هامة من وسائل التعبير عن الرأي وإتاحة الفرصة للمواطنين للتعبير عن آرائهم فيما يحدث من قضايا سياسية، وشملت عينة الدراسة التحليلية ثمانية برامج من إذاعات المناطق الحضرية بالإضافة الى أربعة برامج من إذاعات المناطق الريفية و توزعت العينة على: برامج من محطات الإذاعة العامة والخاصة وبرامج تبث على الهواء مباشرةً وبرامج مسجلة وبرامج باللغة الإنجليزية وبرامج أخرى باللغة الأوغندية المحلية. وأظهرت نتائج الدراسة أن برامج الرأي قد شكلت المجال السياسي العام حيث يسعى المواطنون من خلالها للحصول على الأخبار والمعلومات عن الأحداث السياسية التي تحدث في مجتمعهم وإبداء آرائهم حول الموضوعات المختلفة، كما تسعى الأحزاب ومنظمات المجتمع المدني إلى التواصل مع الجمهور من خلال المشاركة في هذه البرامج، كما أوضحت نتائج التحليل أيضاً أن النخبة السياسية تلجأ كثيراً إلى هذا الشكل من البرامج وذلك للوصول وكسب ثقة المواطنين في برامجها الانتخابية.

٣. دراسة أميرة سمير (٢٠٠٩) عن دور الأخبار والبرامج الإخبارية في القنوات التلفزيونية المصرية والعربية الخاصة في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الإصلاح السياسي في

(1) Gunders, Lisa. " Local Talkback Radio and political engagement" . In: **Media International Australia** , 2012 , No 142 , [://search.ebscohost.com/](http://search.ebscohost.com/) accessed on 8 October 2012 at 9:20 pm .

(2) Mwesige , Peter G. "The democratic functions and dysfunctions of political talk radio: the case of Uganda" . In : **Journal of African Media Studies**, 2009, Vol 1 (2) , from , <http://search.ebscohost.com/> accessed on 30 October 2010 at 10:36 pm .

مصر^١. واستهدفت هذه الدراسة تحديد دور الأخبار والبرامج الإخبارية المقدمة فى القنوات التلفزيونية المصرية والعربية الخاصة فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الإصلاح السياسى فى مصر، وقامت الدراسة بإجراء مقارنة بين دور هذه القنوات الخاصة ودور وسائل الإعلام الحكومية لاسيما المصرية فى تشكيل الاتجاهات نحو الإصلاح السياسى؛ وذلك لمعرفة ما إذا كان هناك فرق بين الوسائل الحكومية والخاصة. واستخدمت الدراسة منهج المسح حيث أجرت مسحا لعينة عشوائية طبقية من ذوى المؤهلات المتوسطة والعليا والدراسات العليا مكونة من ٤٠٠ مبحوث فى محافظات القاهرة والجيزة. وقد توصلت الدراسة إلى أن نسبة المبحوثين الذين يشاهدون الأخبار من خلال القنوات المصرية الحكومية أعلى من مشاهديها على القنوات الخاصة كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المعتمدين على وسائل الإعلام الخاصة والمعتمدين على وسائل الإعلام الحكومية؛ حيث أن المجموعتين المعتمدين على وسائل الإعلام الخاصة كان اتجاهها نحو الإصلاح السياسى فى مصر سلبياً، فى حين أن اتجاه المجموعات المعتمدة على الوسائل الحكومية نحو الإصلاح السياسى كان أكثر إيجابية.

٤ . دراسة نهى عاطف العبد (٢٠٠٩) عن العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية فى الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأى العام بقضايا الإصلاح السياسى فى مصر^٢. واستهدفت هذه الدراسة تحديد مدى اعتماد الرأى العام المصرى على البرامج الحوارية لاستنقاء معلومات حول الإصلاح وقدرة هذه البرامج على تقليص فجوة المعرفة بين شرائح الرأى العام المصرى المختلفة فى قضية لها أبعاد سياسية واقتصادية واجتماعية وتتسم بالتعقيد والتشابك وهى قضية الإصلاح. واعتمدت الدراسة على منهج المسح، حيث أجرت مسحا لعينة عمدية قوامها ٤٢٠ مبحوث من الجمهور المصرى العام بشرائحه الثلاث موزعة بالتساوى على متغيرى: النوع والمستوى الاقتصادى الاجتماعى. وأشارت نتائج الدراسة بأنه تتوزع معدلات مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية على المشاهدة دائماً (٣٤.٣%)، أحيانا (٦٠%)، ونادراً (٥.٧%)، وأهم البرامج التى يشاهدها المبحوثين

(١) أميرة سمير، دور الأخبار والبرامج الإخبارية فى القنوات التلفزيونية المصرية والعربية الخاصة فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الإصلاح السياسى فى مصر، بحث مقدم للمؤتمر العلمى السنوى الخامس عشر: الإعلام وقضايا الإصلاح فى المجتمعات العربية: الواقع والتحديات، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩، ص ص ٥٦٥ - ٦١٣.

(٢) نهى عاطف العبد، العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية فى الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأى العام بقضايا الإصلاح السياسى فى مصر، بحث مقدم للمؤتمر العلمى السنوى الخامس عشر: الإعلام وقضايا الإصلاح فى المجتمعات العربية: الواقع والتحديات، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩، ص ص ٧٢٩ - ٨١٩.

للحصول على معلومات حول الإصلاح السياسى فى مصر هى: العاشرة مساءً (٣٢.٦%)، البيت بيتك (٢٦.٧%)، ٩٠ دقيقة (١٨.٦%)، القاهرة اليوم (١٢.١%)، والحياة اليوم (١٠%)، وتتوزع درجات اعتمادهم عليها للحصول على معلومات حول الإصلاح السياسى فى مصر على: الاعتماد بدرجة كبيرة (٣٢.٦%)، الاعتماد بدرجة متوسطة (٥٨.١%)، والاعتماد بدرجة قليلة (٩.٣%).

٥. دراسة هبه شاهين (٢٠٠٩) عن معايير بناء أجندة القضايا العامة المقدمة فى برامج الرأى بالقنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة - دراسة فى القائم بالإتصال^١. استهدفت هذه الدراسة اختبار فروض بناء الأجندة بالتطبيق على القائمين بالإتصال فى مجال برامج الرأى المقدمة بالقنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة واختبار الدور الذى يقوم به فى تحديد أولويات القضايا العامة والتعرف على حدود الحرية المتاحة لاختيار موضوعات القضايا العامة وشخصيات المشاركين فيها والمصادر الإخبارية التى يتم الاعتماد عليها. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال تطبيق استبيان على القائمين بالإتصال فى برامج (البيت بيتك - ٩٠ دقيقة - العاشرة مساءً - الحياة اليوم) وبلغ إجمالي القائمين بالإتصال من فريق عمل برامج الرأى الأربع ٦٠ مبحوثاً. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: اختلاف درجات دور برامج الرأى كمرقب ومنتقد للأوضاع لتحقيق صالح الجمهور، كما أنه وبالرغم من نجاح برامج الرأى المسائية اليومية التى تواكب الأحداث الجارية على شاشات التليفزيون المصرى بقنواته الحكومية والخاصة فى تحقيق نسبة مشاهدة جماهيرية مرتفعة، إلا أنها تواجه مشكلات التشابه وتكرار الموضوعات مما يصيب المشاهد بحالة من الارتباك والملل بالإضافة إلى الارتباط الوثيق بين الموضوعات المطروحة فى برامج الرأى وأجندة الصحف المصرية الخاصة بالتركيز على الإثارة لجذب المشاهدين.

٦. دراسة أرلا جى. برنستين و رومنى اس. نورود Arla G. Bernstein & Romney S. Norwood (٢٠٠٨) عن تأثير الإختلافات العرقية على المشاركة العامة ودور أساليب

(١) هبه شاهين، معايير بناء أجندة القضايا العامة المقدمة فى برامج الرأى بالقنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة - دراسة فى القائم بالاتصال، بحث مقدم للمؤتمر العلمى السنوى الخامس عشر: الإعلام وقضايا الإصلاح فى المجتمعات العربية: الواقع والتحديات، كلية الاعلام، جامعة القاهرة ٢٠٠٩، ص ص ٧٣٥-٨١٦.

الإتصال فى الصراع والإحساس بالانتماء للمجتمع^١. اعتمدت هذه الدراسة على توصلت إليه الدراسات السابقة عليها من أن أهم عنصرين يؤثران على المشاركة العامة فى وسائل الإتصال هما: أساليب الإتصال المختلفة والمتصارعة والإحساس بالانتماء للمجتمع، ولذلك فقد اعتمدت هذه الدراسة على هذين العنصرين لدراسة تأثير الإختلافات العرقية على عملية المشاركة الجماهيرية فى المجتمع الأمريكى. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال تطبيق استبيان على عينة مكونة من ٢٧٠٠ مفردة من البالغين فى مدينة أطلانطا فى ولاية جورجيا (٢٠٠٠ منهم من أصول إفريقية و ٧٠٠ من أصول كورية). وتوصلت الدراسة إلى توحيد عنصرى (الإختلاف فى طرق وأساليب الإتصال والإحساس بالانتماء للمجتمع) - وهما ما توصلت إليه الدراسات السابقة على هذه الدراسة - تحت عنوان الإختلافات العرقية وتأثيرها على المشاركة الجماهيرية، حيث أن الأمريكان الأفارقة كانوا أكثر حزماً فى أثناء صراعهم فى الإتصال مع الآخرين وقُل سكوناً وتوفيقاً على عكس الامريكيين من أصل كورى. وعن الميل إلى التواصل مع الآخرين فى المجتمع فقد توصلت الدراسة إلى أن الأمريكان من أصل كورى كانوا أكثر قابلية للتواصل مع الآخرين وتكوين المجتمعات أكثر من الأمريكين من أصل إفريقي؛ وقد أرجعت الدراسة ذلك إلى أن الأمريكان من أصل كورى كانوا الجيل الثانى أو الثالث الذى يرحل إلى الولايات المتحدة فى بداية نشأتها بل ويساعد على قيام الدولة بها.

٧. دراسة أحمد أحمد عثمان (٢٠٠٨) عن حرية التعبير فى برامج المشاركة بالراديو فى إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعى^٢. واستهدفت هذه الدراسة تحديد ما يمكن اتبعه لتحقيق التوازن بين حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية فى برامج الراديو بأعلى مستوى ممكن لهذا التوازن، وتعد من الدراسات الوصفية وتم استخدام منهج المسح فى مستوييه: الوصفى والتحليلى، حيث تم استخدام تحليل المضمون لعينة من ثلاث خدمات إذاعية هى: إذاعة البرنامج العام وإذاعة الشباب والرياضة وإذاعة وسط الدلتا بواقع ٢٣ برنامجاً خلال دورة برمجية كاملة (يناير وفبراير ومارس ٢٠٠٨). وشملت عينة الدراسة الميدانية ٦٦ قائماً بالإتصال يعملون فى الخدمات الإذاعية الثلاثة. وأظهرت النتائج عدم

(1) Bernstein , Arla G. & Norwood , Romney S. " Ethnic Differences in Public Participation: The Role of Conflict Communication Styles and Sense of Community" , In : **Journal of Intercultural Communication Research** , 2008 Vol. 37, No. 2 , pp. 119-138 ,from <http://search.ebscohost.com/> accessed on 20 April 2011 at 10:00 pm.

(٢) أحمد أحمد عثمان، حرية التعبير فى برامج المشاركة بالراديو فى إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعى، بحث مقدم للمؤتمر العلمى الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسؤولية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ص ٧٣٣ - ٦٥٧.

التوازن بين الموضوعات المقدمة فى برامج المشاركة حيث احتلت الموضوعات الاجتماعية نسبة ٢٩.٨٨% فى حين احتلت الموضوعات السياسية ٧.٩٤% والدينية ٢.٤٢%، وكذلك فمستوى ممارسة حرية التعبير ومستوى الالتزام بالمسئولية الاجتماعية جاء متوسطان فى تناول غالبية الموضوعات. وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن غالبية القائمين بالإتصال فى هذه البرامج (٦٥.٦٣%) غير راضيين عن مساحة الحرية المسموح بها فى هذه البرامج بينما (٣٢.٣٧%) راضون إلى حد ما، ولم يعبر أى مبحوث عن رضاه التام عن هذه المساحة. وقد جاءت الموضوعات السياسية فى مقدمة الموضوعات التى لا يرضى المبحوثين عن مستوى الحرية المتاحة لهم فيها بنسبة (٨٩.١%).

٨. دراسة بول اس. مارتن PAUL S. MARTIN (٢٠٠٨) عن لماذا تعتبر الأخبار السيئة عن القضايا أخباراً جيدة للمشاركة فى وسائل الإعلام ودور وسائل الإعلام كحارس للبوابة^١. وقد استهدفت هذه الدراسة بحث الأسباب التى جعلت الأخبار السيئة عن الموضوعات المختلفة ذات طبيعة جيدة جداً للمشاركة والحوار حولها فى وسائل الاعلام. واستمدت إطارها النظرى من نظرية تأثير وسائل الإعلام على المشاركة. واعتمدت الدراسة على نتائج دراسة أخرى سابقة اجريت فى العام ١٩٧٤ وتعتبرها دراسة فريدة من نوعها حيث أثبتت تلك الدراسة أن الأخبار السئية تعتبر أخباراً ممتازة من أجل المشاركة وابداء الرأى حولها فى الإعلام أكثر من الأخبار الإيجابية والجيدة. واعتمدت الدراسة على اسلوب التحليل الثانوى للبيانات التى تم الحصول عليها من خلال اجراء مسح لنتائج الدراسات السابقة فى هذا الموضوع. وقد توصلت الدراسة إلى أن أسباب ذلك ترجع إلى أن الأخبار الاجتماعية ذات الخلفية السياسية - السيئة - تعمل على تشكيل الوعى الاجتماعى لدى الجمهور بالقضايا السياسية الهامة، كما أن الصحافة وحتى المؤسسات الحكومية غالباً ما تنحو إلى هذا الاتجاه وهو لفت إنتباه الجمهور إلى هذه الأخبار وبالتالي تكون محفزاً على جعلها بيئة خصبة للنقاش والحوار بين الجمهور وفى وسائل الإعلام.

٩. دراسة جيردا لوراباش Gerda Lauerbach (٢٠٠٧) عن الجدل فى البرامج الحوارية السياسية^٢. وقامت الدراسة بتحليل لغة الخطاب واستخدام الجدل من قبل

(1) MARTIN , PAUL S. " The Mass Media as Sentinel: Why Bad News About Issues is Good News for Participation" , In : **Political Communication** , 2008 , Vol 25 , pp 180 – 193 from <http://search.ebscohost.com/> accessed on 22 April 2011 at 3:20 pm.

(2) Lauerbach , Gerda "Argumentation in Political Talk show Interviews" . In : **Journal of Pragmatics** , 2007, Vol : 39 , No: 8 , pp1388-1419 , from <http://search.ebscohost.com/> accessed on 30 November 2010 at 4:25 pm.

الضيوف والمتحدثين فى البرامج الحوارية السياسية حيث ترى الدراسة أن تحليل الجدل القائم فى هذه البرامج يساعد على تقييم الحجج التى يستخدمها كل طرف سواء من الجمهور أو الضيوف لتأكيد وجهة نظره فيما يقول، وقد تم اختيار عينة من الحلقات المذاعة من برنامج لارى كنج شو خلال الفترة التالية للانتخابات الأمريكية لعام ٢٠٠٠. أوضحت نتائج الدراسة: مراعاة هؤلاء الضيوف فى الحلقات التى تم تحليلها لمستوى فهم الرأى العام وثقافته فى تناولهم للقضايا السياسية وجدلهم حولها لتوضيح الرأى والرأى الآخر مع التركيز على الأجندة الحكومية الرسمية للسياسة الداخلية والخارجية، كما أوضحت أن هناك اختلافات فى البنية الهيكلية للخطاب المقدم من جانب الضيوف الخبراء والذى اتسم بقدر كبير من الإقناع عن طريق تقديم الأدلة التى تؤيد هذه الآراء، كما أظهرت نتائج تحليل الخطاب وجود عدد من نقاط الضعف والتى من شأنها أن تقلل من جودة وعقلانية الحوار، كما أظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن الآراء التى تقدم من مشاهير السياسة تكون عادة محل شك وريبه من الجمهور.

١٠. دراسة كارول جيلين وآخرون Gylmn , Carroll and Others (٢٠٠٧) عن تأثير مشاهدة البرامج الحوارية السياسية على الجمهور^١. وتسعى هذه الدراسة إلى التعرف على دور البرامج الحوارية النهارية فى تكوين الآراء لدى الجمهور. وانطلقت الدراسة من فروض نموذج الغرس ومدخل ترتيب الأولويات، واعتمدت على تحليل عينة مكونة من ٢٠٠ مفردة (حلقة) من ١١ برنامج حوارى (talk show) نهارى فى خلال الفترة من ١٩٩٤ الى ١٩٩٥، وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها: أن مشاهدة البرامج الحوارية السياسية تؤثر فى مستوى ونوعية معلومات الجمهور السياسية. كما أوضحت الدراسة أن القضايا التى تعرض فى هذه البرامج تحدد بشكل كبير أولويات الجمهور واهتماماته حيث تعرض موضوعات يقوم الجمهور بعد ذلك بالبحث والتحرى عن معلومات حولها بشكل أكثر تفصيلاً، كما وجدت الدراسة ارتباط إيجابى بين الأيديولوجية السياسية التى يعتنقها الجمهور وبين نوعية الموضوعات التى يتابعها فى هذه البرامج.

(1) Gylmn , Carrol and Others . when Oprah **Interviews** : Political **Correlation** of day time Talk show viewing. **In : Journal of broadcasting and Electronic Media** , 2007 , Vol : 51, No : 2 , pp 228 – 244 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 14 December 2010 at 11:30 pm.

١١. دراسة رانيا أحمد محمود مصطفى (٢٠٠٧) عن مدى اعتماد الشباب على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصرى^١. واستهدفت هذه الدراسة معرفة مدى اعتماد الشباب على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصرى وذلك من خلال التعرف على مدى مشاهدة الشباب لبرامج الرأى فى التلفزيون ومعرفة مدى تفضيل الشباب لبرامج الرأى فى القنوات الفضائية وفى القنوات الأرضية ومعرفة مدى اعتماد الشباب على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصرى. واعتمدت الدراسة على استخدام منهج المسح بالعينة فقد اجريت على عينة حصرية قوامها ٢٠٠ مبحوثاً من الشباب فى المرحلة العمرية من ١٨ إلى ٣٥ عام، واخذت العينة بإسلوب التوزيع المتساوى من الشباب (١٠٠ من الذكور و١٠٠ من الإناث)، وحسب طبيعة التعليم ما بين الكليات النظرية والكليات العملية بواقع ١٠٠ طالبا لكل منهما. وتوصلت إلى أن معرفة مشكلات المجتمع المصرى من أهم أسباب مشاهدة الشباب لبرامج الرأى فى التلفزيون ويرجع ذلك لتركيز تلك البرامج على مشكلات المجتمع واعتبارها مصدراً هاماً من مصادر المعلومات إلى جانب أنها تساعد على تبنى وجهات نظر صحيحة عن تلك المشكلات، كما جاءت نسبة تفضيل الشباب لبرامج الرأى فى الفضائيات أعلى منها فى القنوات الأرضية الحكومية.

١٢. دراسة موهان دوتابرجمان و ونجون شانج Mohan Dutta-Bergman و Wonjun Chung (٢٠٠٥) عن العلاقة بين المشاركة السياسية عبر الإنترنت والمشاركة عبر الوسائل التقليدية فى إطار نظرية تكامل الوسيلة^٢. واستهدفت هذه الدراسة تحديد العلاقة بين المحفزات السياسية فى المجتمع وبين المشاركة السياسية عبر الإنترنت، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ حيث جاءت البيانات التى اعتمدت عليها لإختبار فروضها بواسطة مركز "Pew" لبحوث الجمهور والصحافة وهو مركز يقوم بإجراء الدراسات الاستقصائية على الجمهور الأمريكى فى مجال استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتكنولوجيا الإتصال. وقد تم إختيار عينة عشوائية من الإستبيانات التى أجرها المركز عن طريق التليفون على الجمهور الأمريكى. وتوصلت الدراسة إلى أن الأفراد الذين كان لديهم محفزات واهتمامات سياسية كانوا أكثر استخداماً للإنترنت فى البحث عن أخبار الحملات

(١) رانيا أحمد محمود مصطفى، مدى اعتماد الشباب على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصرى، بحث مقدم فى المؤتمر العلمى الثالث عشر: الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعى للمواطن العربى، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧، ص ص ١٢٧٥ - ١٢٩٨.

(2) Dutta-Bergman, Mohan & Chung , Wonjun " The relationship between online political participation and traditional political participation: The theory of channel complementarity " , Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association , 2005 , New York , pp 1-27 from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 23 November 2010 at 5:07 pm.

الانتخابية من غيرهم من غير المهتمين بالأمر السياسي، كما لوحظ أن السلوك الانتخابي كان مؤشراً هاماً للدلالة على المشاركة السياسية عبر الإنترنت، وأيضاً كان لمتابعة القنوات الإخبارية التقليدية دور كبير في دفع الجمهور نحو المشاركة السياسية عبر الإنترنت.

١٣. دراسة سابين تريبت Sabine trebte (٢٠٠٥) عن الأحاديث اليومية كوسيلة لتحقيق الذات: دراسة تطبيقية على المشاركة في برامج الرأي (talk shows)^١. واستهدفت هذه الدراسة تحديد الأسباب وراء متابعة جمهور التلفزيون للتلفزيون خصيصاً كوسيلة إعلامية وكذلك أسباب مشاركة جمهور التلفزيون في برامج الرأي المقدمة به؛ ولذلك فقد قام الباحث بتقييم برامج الرأي الألمانية والمشاهدين المتابعين لها. واعتمدت الدراسة على منهج المسح حيث قد أجرى الباحث دراستين: في الدراسة الأولى أجريت مقابلة مع ٦٦ من مشاهدي هذه البرامج وطبق عليهم استبيان الدراسة لإجراء تحليل كفيي لما إذا كانوا يتابعون هذه البرامج أم لا؟ وما هو سبب متابعتهم لها؟. وقد توصلت هذه الدراسة إلى وجود علاقة بين متابعة الجمهور لهذه البرامج وبين تحقيق الذات، كما توصلت أيضاً إلى أن الجمهور يأخذ في مشاهدته لهذه البرامج إحدى وضعين (إما مهتم ومشارك أو مبتعد عن المشاركة ومجرد متابع لها فقط). وأجريت الدراسة الثانية على ٣٣ من المبحوثين المشاركين في هذه البرامج وتوصلت نتائج هذه التجربة إلى إثبات الفرض القائل بأن الأفراد الذين يعتبرون وسائل الإعلام وسيلة مهمة للمشاركة لديهم مستوى مرتفع من تحقيق الذات.

١٤. دراسة اليزابيث ام بيرس و جيسিকা اس بينتر Elizabeth M. Perse and Jessica S. Butler (٢٠٠٥) عن برامج الرأي في الراديو: تعويض أم مجرد ثراء^٢. واستهدفت هذه الدراسة دراسة برامج الرأي في الراديو وذلك على اعتبار أنها توفر مساحة واسعة من الحرية للجمهور ويمكن من خلالها طرح أكثر من رأي ومعالجة القضايا المطروحة من أكثر من وجهة نظر مختلفة. واعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ حيث أجريت من خلال إجراء ١٢ مقابلة مع عينة عشوائية من الطلاب البالغين والذين يعيشون في مقاطعة نيو كاسل بولاية ديلاوير والذين قاموا بالمشاركة في هذه البرامج في فترة ثلاث أسابيع على مدى شهرى ابريل

(1) Trepte , Sabine "Daily Talk as Self-Realization:An Empirical Study on Participation in Daily Talk Shows" . In : **MEDIA PSYCHOLOGY**, 2005 , Vol 7, PP 165–189 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 20 November 2010 at 6:50 pm .

(2) Perse , Elizabeth M. & Butler , Jessica S. "Call-In Talk Radio: Compensation or Enrichment" . In : **Journal of radio and studies** , Novmber 2005 , vol 12 (2) , pp 204 – 222 , from <http://search.ebscohost.com/> accessed on 23 October 2010 at 5:00 pm .

ومايو ١٩٩٦. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى إثبات ما توصلت إليه العديد من الدراسات السابقة وهو أن الجمهور لم يعد من الممكن وصفه بأنه معزول اجتماعياً، كما أوضحت أن المبحوثين الذين كانوا يشاركون في هذه البرامج يتسمون بالحركية والقدرة على الانغماس ومتابعة الأحداث المدنية التي تحدث في المجتمع وذلك على عكس غير المشاركين في برامج المشاركة الجماهيرية، كما أن المشاركين الفاعلين في هذه البرامج كانوا أكثر اعتقاداً من غيرهم بأن وسائل الإعلام هي أكثر التصاقاً بالمجتمع وتعبيراً عن مشاكله.

١٥. دراسة فرنسية لى Fracis Lee (٢٠٠٧) عن دور الاستماع إلى الراديو والتعبير عن الرأي والمناقشات السياسية في ديمقراطية المجتمع^١. واستهدفت هذه الدراسة بالبحث الاستماع إلى الإذاعة بإعتبارها "تشاط للرأي opinion activity" في مجتمع هونج كونج، وذلك على اعتبار أنه يخضع لعملية التحول الديمقراطي تدريجياً. وقامت الدراسة بتحديد العلاقة بين الاستماع إلى الراديو وبين تعبير المواطنين عن آرائهم في المناقشات السياسية في العديد من المضامين. واعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال تطبيق استبيان على ٨٠٠ مفردة من سكان هونج كونج الناطقين باللغة الكانتونية من سن ١٥ الى ٧٠ عام. وتوصلت الدراسة إلى أن المستمعين لبرامج الراديو هم الأكثر تحدثاً في الموضوعات السياسية العامة مع الأقارب والأصدقاء من غيرهم، كما أنهم كانوا الأكثر تعبيراً عن آرائهم أثناء تطبيق الاستبيان عليهم، وأنهم الأكثر قابلية للتحدث مع غرباء عنهم في الموضوعات السياسية العامة عبر الإنترنت ولذلك فهم في النهاية الأكثر قابلية للذهاب للتصويت في الانتخابات وكذلك في الاعتراض والاحتجاج على من يخالفهم.

١٦. دراسة جيلان محمود عبد الرازق (٢٠٠٤) عن أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء talk show في القنوات الفضائية العربية^٢. واستهدفت هذه الدراسة رصد القضايا العربية كما تعكسها برامج الرأي talk show التي تبث من خلال بعض القنوات الفضائية العربية فضلاً عن رصد تأثيرات تحول الإعلام العربى من الإعلام

(1) Lee , Fracis " Talk Radio Listening, Opinion Expression and Political Discussion in a Democratizing Society" Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association , 2005 , New York , pp 1 – 31 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 23 November 2010 at 5:30 pm .

(٢) جيلان محمود عبد الرازق، أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء talk show في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة ٢٠٠٤) ص ص ٢٥-٢٦.

الحكومي إلى الإعلام الخاص في إحداث تغييرات في جوانب الشكل والمضمون الإعلامي وتهتم الدراسة بدراسة برامج الرأي حيث تعد المحادثات المفتوحة هي أبسط أشكال الإتصال التفاعلي في التلفزيون. وتعتبر الدراسة من الدراسات من الدراسات الكمية وهي بحوث بها متغيرات قابلة للقياس بشكل إحصائي كما استخدمت الباحثة التحليل الكيفي في الشق الخاص برصد وتحليل اطر المعالجة الخيرية المطروحة في برامج الرأي، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح وتم تطبيق الدراسة على عينة من ٩ برامج هم الأكثر مشاهدة من ٢٢ برنامجا. وتوصلت الدراسة إلى أن برامج الرأي - محل الدراسة - تعرض في الفترة المسائية بنسبة ٩٩.٨% كما يعاد بثها بنسبة ٧٨.٤%، واحتلت القضايا الإقليمية الصدارة ضمن اهتمامات برامج الرأي في القنوات الفضائية العربية محل الدراسة بنسبة ٤٨.١%، استخدمت برامج الرأي في القنوات الفضائية العربية الإستمالات العاطفية والمنطقية معا لمخاطبة الجمهور بنسبة ٥١.٢%.

١٧. دراسة وليد فتح الله بركات (٢٠٠٣) عن تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية^١. واستهدفت هذه الدراسة رصد مدى تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي وتقييمها لها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي وتم تطبيق البحث على عينة عشوائية طبقية قوامها ٢٠٠ من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية (الحاصلين على الدكتوراه) موزعين على ٤ جامعات وتم اختيار العينة بإسلوب التوزيع المتساوي بواقع ٥٠ مفردة من كل جامعة من الجامعات التالية: جامعة القاهرة، جامعة الأزهر، جامعة المنيا، جامعة ٦ أكتوبر. وانتهت إلى العديد من النتائج منها: حصول برامج الرأي على المركز الرابع بين ألوان البرامج التي يفضلها المبحوثين، كما جاء التلفزيون المصري بمختلف قنواته الأرضية والفضائية في مقدمة القنوات العربية التي يفضلها المبحوثين ثم جاءت قناة الجزيرة، كما ثبت وجود علاقة بين تلقى الدراسة للحصول على درجة الدكتوراه من داخل مصر وخارجها وبين مشاهدة برامج الرأي التي يقدمها التلفزيون المصري، وكان برنامج (رئيس التحرير) أهم البرامج من وجهة نظر المبحوثين في حين كان برنامجا (الاتجاه المعاكس) و(أكثر من رأي) على قناة الجزيرة الأكثر مشاهدة على القنوات العربية غير المصرية، وكذلك كان هناك تأثير لنوع الجامعة على فكر المبحوث وبالتالي على أحكامه على برامج الرأي موضع الدراسة.

(١) وليد فتح الله بركات، تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع، العدد المزدوج، ٢٠٠٣، ص ٤٩ - ٧٥.

١٨. دراسة ديفيد كوربيوس واندرو منديلسون David D. Kurpius and Andrczu Mendelson (٢٠٠٢) عن دراسة حالة حول الديمقراطية التداولية فى التلفزيون: الحوار المدنى فى برامج الرأى^١. وتعتبر هذه الدراسات من الدراسات الإستكشافية التى يرى فيها الباحث أن برامج الرأى قد صممت بالدرجة الأولى لكى تعطى للمواطنين الفرصة فى التعبير عن آرائهم فى الموضوعات المطروحة فى المجتمع ولذلك فقد استهدفت هذه الدراسة التعرف على المدى الذى يمكن أن يقدم من خلاله الأفراد آرائهم وطولهم للمشكلات خاصة السياسية منها. واعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ حيث تم تحليل مضمون ٢٢٥ مكالمة من مكالمات الجمهور فى شبكة الشئون العامة المعتمدة على الاتصالات الكابلية (C-SPAN)، وتوصلت الدراسة إلى أن ٢٧% من المكالمات كانت فى الموضوعات السياسية، كما أن المتصلين يأخذون وقت أطول فى عرض وجهات نظرهم فى حالة الموضوعات الجديدة أكثر من الوقت الذى يحتاجونها فى التحدث فى الموضوعات التى عرضت من قبل.

١٩. دراسة جوهان كيم وروبرت وايت و اليهو كاتز Joohan Kim , Robert O. Wyatt , ElihuKatz (١٩٩٩) عن الأخبار والحديث والرأى والمشاركة ودورهم فى الديمقراطية التداولية من خلال المحادثات^٢. واستهدفت هذه الدراسة دراسة الديمقراطية التداولية التى عرفتها على أنها نظام سياسى يعتمد على مناقشة آراء الجمهور فى الموضوعات السياسية بحرية شديدة، وتختلف هذه الدراسة عما سبقها من دراسات تناولت الديمقراطية التداولية بشكل طبيعى حيث أنها حاولت اختبار نموذج الديمقراطية التداولية من خلال تقسيمه إلى أربعة عناصر أساسية هى: استخدام الأخبار السياسية، الأحاديث السياسية، تشكيل الآراء، المشاركة السياسية. واعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال تطبيق استبيان على ١٠٢٩ مفردة من البالغين من كل الولايات الامريكية عن طريق التلفزيون. وقد توصلت الدراسة إلى أن استخدام الأخبار مرتبط ارتباط طردى بمستوى الأحاديث السياسية التى يقوم بها الفرد يومياً، كما أشارت النتائج إلى توفر الإرادة للمناقشة فى الموضوعات السياسية لدى الأفراد الذين يتحدثون أحاديثاً سياسية ويستمعون إلى الأخبار السياسية أكثر من غيرهم، كما توصلت إلى أن متابعة الأخبار

(1) Kurpius , David D. & Mendelson , Andrczu " A CASE STUDY OF DELIBERATIVE DEMOCRACY ON TELEVISION: CIVIC DIALOGUE ON CSPAN CALL-IN SHOWS". In : I &MC Quartirly , Autumn 2002 , Vol. 79, No 3. 587-601 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 20 November 2010 at 3:00 pm .

(2) Kim , Joohan & Wyatt , Robert O. & Katz , Elihu "News , Talk , Opinion , Participation :ThePart Played by Conversation in Deliberative Democracy" , In : **Political Communication** , 1999 , Vol 16, pp. 361 - 385 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 2 December 2010 at 10:30 pm .

السياسية والأحاديث والمناقشات السياسية تلعب دور هام فى تشكيل الرأى لدى الجمهور حول موضوع معين كما أن لهما ارتباط قوى مع متغير المشاركة السياسية.

٢٠. دراسة سوزان هيربست Susan Herbst (١٩٩٥) عن الفضاء الإلكتروني العام: البرامج الحوارية من منظور نظري^١. وترى الدراسة أن برامج الرأى التليفزيونية والإذاعية قد استحوذت على اهتمام كبير منذ الحملات الانتخابية للرئاسة الأمريكية فى عام ١٩٩٢ إلا أنه لا يوجد معرفة وافية بأسباب اتصال الجمهور بهذه البرامج أو هل لهذه الظاهرة أهمية نظرية لعلوم السياسة والإتصال ولذلك استهدفت هذه الدراسة تقديم بيانات استكشافية حول هذه البرامج ومعرفة دورها فى تشكيل الثقافة السياسية فى الولايات المتحدة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ حيث تم إجراء الدراسة على عينة من ١٠٥٧ مفردة عن طريق الإتصال الهاتفى بهم وذلك فى الفترة من ٢ مايو الى ١٦ يوليو ١٩٩٣. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن ١٧% فقط قد قاموا بالإتصال بهذه البرامج من قبل والمشاركة فيها لمرة واحدة و ٢٣% لمرتين و ١٥% لأكثر من ثلاث مرات، ووضحت الدراسة أيضاً أن ٤٦% من العينة محل الدراسة تعتقد أن هذه البرامج تتيح للجمهور فعلاً الحرية الكاملة فى التعبير عن وجهات نظره المختلفة فى القضايا السياسية.

المحور الثانى: دراسات اهتمت بدراسة حرية التعبير:

تركزت الدراسات والبحوث فى هذا المحور على دراسة حرية التفكير والرأى والتعبير باعتبارها من أقدم الحريات التى كافح الإنسان وما زال فى سبيل الوصول إليها، وقد تعددت الدراسات فى إطار هذا الحق ومنها:

٢١. دراسة ناعومى صقر (٢٠١٠) عن حرية التعبير على التليفزيون العربى^٢. والتى ترى أن حرية التعبير لا تعتبر حقاً منفصلاً ولكنها ترتبط بالحقوق الأخرى التى يكفلها الإعلان العالمى لحقوق الإنسان. وقد تركزت مشكلة الدراسة حول التعرف على مفهوم وحدود حرية التعبير على التليفزيون العربى من خلال التعرف على مفهوم وحدود الحرية فى المجتمع العربى، وقام الباحث بتطبيق دراسة على مسلسل فارس بلا جواد والرسوم المسنئة للرسول صلى الله عليه وسلم ثم استعرض اراء بعض المالكين للقنوات الخاصة فى مصر، وأشارت

(1) HERBST , SUSAN "On Electronic Public Space: Talk Shows in Theoretical Perspective". In : **Political Communication** , 1995 , Vol 12, pp. 263-274 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 2 December 2010 at 10:05 pm .

(2) Sakr, Naomi." Enriching or Impoverishing Discourse on Rights?Talk about Freedom of Expression on Arab Television ". In: **Middle East Journal of Culture and Communication** , 2010 , Vol 3, PP 101 : 119 from:<http://search.ebscohost.com/> accessed on 8 October 2012 at 10:00 pm .

نتائج الدراسة إلى أن من دافعوا عن - ما وصفه الباحث - بالعنصرية والكراهية التي حملها مسلسل فارس بلا جواد عن إسرائيل هم أنفسهم من أعتزوا على الرسوم المسئية للرسول وهذا يدل على - فى ضوء تفسير الباحث - وجود إزدواجية فى المعايير فى المجتمع العربى فهو يعتبر أن ما يقدمه عن الأخر حرية تعبير أما التعرض لمقدساته يعتبر مساساً بالأديان والمعتقدات والرموز. كما يرى الباحث أن المالكن للقنوات الخاصة فى مصر لا يهتمهم دعم حرية التعبير فى وسائل الإعلام بقدر ما يهتمهم زيادة الخصخصة لممتلكات الدولة.

٢٢. دراسة أنا ترياندا فيليدو Anna Triandafyllidou (٢٠٠٩) عن أزمة الرسوم الكاركاتورية فى الصحف البريطانية واليونانية^١. واستهدفت الدراسة تحديد طريقة معالجة وسائل الإعلام البريطانية واليونانية لهذه الأزمة وذلك بسبب الجدل الذى صاحب نشر هذه الصور وتمثل فى انقسام الصحفيين ورؤساء التحرير بشأنه ما بين مؤيد ومعارض وأثار قضية هامة وهى مبادئ حرية التعبير فى ضوء احترام الأديان الأخرى ومدى حدود تطبيق هذه المبادئ فى الممارسة العملية. واعتمدت الدراسة على اسلوب تحليل الخطاب حيث تم إجراء الدراسة التحليلية على عينة من صحيفتين يونانيتين هما: The Daily Eleftherotypia و Kathimerini وصحيفتين بريطانيتين هما: The Daily Telegraph و The Guardian وذلك لمدة اسبوع واحد فى الفترة من ٢ حتى ٨ فبراير ٢٠٠٦. وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد ثلاث اختلافات رئيسية فى معالجة صحف البلدين لأخبار الأزمة فقد أوضح تحليل الخطاب أن الصحف اليونانية اعتمدت على الكلمات الرنانة مثل صدام الحضارات بينما ابتعدت الصحف البريطانية عن استخدام هذه المصطلحات كما أن الصحف اليونانية ركزت على أن الأمر هو عبارة عن صراع فكرى حاد بين معسكرين (الغرب والمسلمين) أما الصحف البريطانية فلم تأخذ الأمر بهذه الحدة وأخيراً فقد اعتمدت الصحف اليونانية على كلمات مثل " أوروبا أو الاتحاد الاوربى " فى المانشيتات حتى تجذب انتباه القارىء وهو ما لم تفعله الصحف البريطانية.

٢٣. دراسة سوزان جى. دركر و جري جمبرت Susan J. Drucker و Gary Gumpert (٢٠٠٩) عن حرية التعبير فى المدن الإتصالية^٢. واستهدفت هذه الدراسة بحث العلاقة بين

(1) Triandafyllidou , Anna "THE MOHAMMED CARTOONS CRISIS IN THE BRITISH AND GREEK PRESS" . In : **Journalism Studies** , 2009, Vol 10, No 1, PP 36_53, from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 15 December 2010 at 8:15 pm .

(2) Drucker , Susan J. & Gumpert , Gary " Freedom of Expression in Communicative Cities", In : **Free Speech Yearbook** , 2009 , Vol. 44, p65-84 . from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 15 May 2011 at 2:45 pm .

الدراسات فى المجتمعات الحضرية وحرية التعبير، وقدمت مفهوم "المدينة الإتصالية" ثم تناولت بالبحث العناصر التى تنظم حرية التعبير فى المدن - سواء العناصر التى تساند حرية التعبير فى المدينة أو التى تعوقها. وهذه الدراسة هى عبارة عن استعراض لما قدمته الدراسات السابقة عن البيئة الإتصالية فى المدن حيث أوضحت أن أهم أسباب تقدم الجمهور فى المدن فى استخدام وسائل الإتصال الحديثة هى ارتفاع المستوى الاقتصادى الاجتماعى عن الجمهور فى المناطق نصف الحضرية والريفية وبالتالي تتكون المدينة الإتصالية من شبكة معقدة من الإتصالات داخل المدينة الواحدة والتى تحكمها عادة الحكومات من خلال قوانين وتشريعات تقل كلما اتجهنا إلى المجتمعات الديمقراطية. كما أن العلاقة بين الفضاء الإعلامى وبين المتغيرات المادية مثل المدن لآبد أن يحكمها إطار من الوعى لدى كل من الجانبين سواء الأفراد فى المدن أو القائمين بالإتصال فى الفضاء الإعلامى.

٢٤. دراسة عبير إبراهيم محمد عزى (٢٠٠٩) عن وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات^١. واستهدفت هذه الدراسة التعرف على معالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الحريات وذلك انطلاقاً مما أشار إليه العهد الدولى للحقوق المدنية والسياسية الصادر عام ١٩٧٦ من أنه لكل فرد الحق فى حرية التعبير بكافة أشكالها. وتعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح بشقيه الوصفى والتحليلى حيث أجرت تحليل مضمون لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة (الحكومية والخاصة) وذلك على عينة عمدية من (٥٤٠) عدد الصحف اليومية (الأهرام - الوفد - الدستور - ومواقع الجرائد الثلاث على الإنترنت) وكانت عينة الدراسة الميدانية هى ٥٠ مفردة موزعين بالتساوى بين الصفوة السياسية والإعلامية والأكاديمية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهى ضآلة الموضوعات المنشورة فى الصحف القومية مقارنة بالصحف الحزبية أو الخاصة، كما دلت النتائج على ضآلة الموضوعات المنشورة فى المواقع الحكومية بالمقارنة بالمواقع الخاصة عينة الدراسة والتى وجدت فيها مواد الحريات مجالاً أوسع لنقد الحكومة ومؤسساتها وكذلك فقد زادت الأصوات المطالبة بتوسيع الحريات فى الصحف الخاصة كما زادت الأصوات المطالبة بتغيير النظم القائمة فى الصحف الحزبية والتى حرمت من فرصة المشاركة فى الحياة السياسية.

(١) عبير إبراهيم محمد عزى، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات. رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان ٢٠٠٩).

٢٥. دراسة لين دهينينس Leen D'heanens وآخرون (٢٠٠٩) عن مراقبة وسائل الإعلام للعملية الديمقراطية^١. وقد تم إجراء هذه الدراسة في خمس دول أوروبية هي: هولندا والمانيا والبرتغال وسويسرا وليتوانيا، وتهدف إلى تقييم الأداء الإعلامى فى هذه الدول. وقد تم جمع الجزء الأكبر من البيانات من خلال مراكز البحوث فى هذه الدول بالإضافة إلى المقابلات التى قام بها الباحثين مع المهنيين العاملين فى وسائل الإعلام والعديد من الخبراء والمتخصصين فى هذه الدول والإضطلاع على العديد من الوثائق الحكومية الرسمية والمقالات العملية للأكاديميين والمواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية وذلك فى الفترة من ٢٠٠٦ حتى ٢٠٠٨. وقد تضمنت العينة صحف:

De Telegraaf , NRC Handelsblad , Het Parool , Elsevier , Gelderlander , Meppeler Courant , De Pers , Der Spiegel , Süddeutsche Zeitung , Bild , 20 Minuten , Neue , Zürcher Zeitung , Lietuvos rytas , Kauno diena , Vakaro žinios , 15 minučių .

ومحطات إذاعية وتلفزيونية مثل:

NOS _ TV news and Radio 1 , RTL , Tagesschau , RTL aktuell , Deutschlandfunk , Schweizer Fernsehen DRS , Schweizer Radio DRS , TV3 , LTV , Žinių radijas , LR1

وقد توصلت الدراسة إلى أن السرعة فى التغطية الإخبارية كانت الهدف الرئيسى للصحف، كما أن كثيراً من الصحف ركزت على الأخبار الترفيهيه أكثر من تركيزها على الأخبار السياسية، كما لم تفرد لبعض الموضوعات المساحات التى تحتاجها من التحليلات كما يرى الخبراء، وينطبق نفس الأمر على المحطات الإذاعية والتلفزيونية إلا أن المحطات التلفزيونية والإذاعية الخاصة قد أوجدت العديد من القوالب لتقديم المعلومات إلى الجمهور أكثر من المحطات الحكومية.

٢٦. دراسة أسل رولاند Asle Rolland (٢٠٠٨) عن ملكية وسائل الإعلام النرويجية وحرية التعبير^٢. وتعد هذه الدراسة من الدراسات النقدية التى استهدفت بحث العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام النرويجية وأثر ذلك على قدرة هذه الوسائل على إتاحة حرية الرأى

(1) D'HAENENS , LEEN and others "The Media for Democracy Monitor applied to five countries:A selection of indicators and their measurement". In : **Communications** , 2009 , Vol 34 , PP 203_220 (DOI 10.1515/COMM.2009.013) , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 25 November 2010 at 12:30 pm .

(2) Rolland , Asle " The Norwegian media ownership act and the freedom of expression" In : **International Journal of Media and Cultural Politics** , 2008 , Volume 4 Number 3. (doi: 10.1386/macp.4.3.313/1) , from:<http://search.ebscohost.com/> accessed on 24 November 2010 at 6:24 pm .

والتعبير أمام الجمهور، حيث يرى الباحث أن الهدف الأساسي والمعلن من وراء وضع القانون المنظم لملكية وسائل الإعلام النرويجية هو الحفاظ على حرية التعبير ودعمها ولكن الهدف الحقيقي منه هو الحد من تأثيرات هذه الوسائل على الجمهور وخاصة التأثيرات السياسية، كما يرى الباحث أنه ونظراً لفشل النظام الحزبي الديمقراطي والذي يعتمد على التعددية في الحياة السياسية في السيطرة الكاملة على وسائل الإعلام واحكام القبضة عليها فقد جاء هذا القانون لكي يحدد تأثير وسائل الإعلام على الأفراد. وقد توصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من أن القانون يتيح الفرصة لأجهزة الدولة للتحكم في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية من راديو وتلفزيون إلا أنه أتاح للقطاع الخاص الفرصة لإمتلاك الصحف، كما توصلت الدراسة إلى أنه من محاسن قانون ملكية وسائل الإعلام في النرويج أنه يلزم وسائل الإعلام المملوكة سواء للدولة أو للقطاع الخاص باحترام آراء المواطنين وعدم التأثير عليها أو محاولة جرّها إلى معاني ومرادفات تختلف عما يريد المواطن التعبير عنه في البرامج التي يشارك فيها في وسائل الإعلام.

٢٧. دراسة عواطف عبد الرحمن (٢٠٠٨) عن حرية الإعلام العربي: التحديات والبدائل^١. وقد تركزت مشكلة الدراسة حول الإجابة على مجموعة من التساؤلات وهي: ما معنى حرية الإعلام والتعبير لدى كل من النخبة الحاكمة والاعلاميين العرب في ضوء الممارسات الإعلامية في العالم العربي في ظل العولمة؟، وما هي تجليات التناقض بين حرية الإعلام في العالم العربي الموجودة في المواثيق الدولية والدساتير المحلية وتأثير هذا التناقض على الإعلام والاعلاميين؟، وما هي المعوقات المجتمعية والسياسية والسياسية والتشريعية التي تحول دون تحقيق حرية التعبير في العالم العربي؟، وما البدائل والحريات الإعلامية الجديدة المطروحة في ظل التعددية السياسية والإعلامية التي فرضتها الضغوط الأجنبية وتدايات الثورة التكنولوجية في مجال الإتصال والمعلومات في العالم العربي؟. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أنه على الرغم من التحسن النسبي في أوضاع حرية التعبير والصحافة في بعض الدول العربية خلال الأعوام ٢٠٠٢-٢٠٠٦ فقد شهدت هذه الفترة اتساع مساحة حرية التعبير والرأى في العديد من الصحف العربية الحزبية والخاصة التي مارست النقد الصريح للسياسات والرموز الحاكمة سواء في المجال السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي إلا أن هذا التحسن ظل محدوداً ولم يحجب الإنتهاكات المستمرة لحرية الصحافة والتي رصدتها التقارير الدولية مثل منظمات المادة ١٩ ومقرها لندن وصحفيون بلا حدود ولجنة حماية الصحفيين واتحاد الصحفيين العرب، كما

(١) عواطف عبد الرحمن، حرية الإعلام العربي: التحديات والبدائل، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ١ - ٢٨.

أشارت الدراسة إلى الدور الكبير الذى لعبته مواقع الإنترنت فى دعم حرية التعبير والتخلص من السيطرة الحكومية والتي قد تمارس على الصحف الورقية.

٢٨. دراسة عبد الجواد سعيد محمد ربيع (٢٠٠٨) عن العلاقة بين نمط ملكية الصحف المصرية وحرية التعبير^١. واستهدفت الدراسة التعرف على طبيعة ومدى وجود علاقة بين نمط ملكية وإدارة الصحف المصرية، ومستوى الحرية فى اختيار ومعالجة القضايا المختلفة التى تقدمها الصحف سواء القومية أو الخاصة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفى والتحليلى، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية فى ٤٠٠ مفردة من القراء موزعين على الجنسين، بينما تمثلت عينة تحليل المضمون فى مجموعة أعداد من الصحف المصرية فى الفترة من بداية يناير ٢٠٠٨ وحتى نهاية فبراير ٢٠٠٨ بأسلوب الحصر الشامل والذى ضم: ٦٠ عدد من جريدة الاهرام، ٥٢ عدد من جريدة روزاليوسف، ٦٠ عدد من جريدة المصرى اليوم، ٦٠ من جريدة الدستور. وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف الخاصة كانت أكثر تعبيراً وفساحاً للمجال من الصحف القومية أمام القراء حيث حفل بريد القراء فى الصحف الخاصة بالشكاوى أكثر منه فى الصحف القومية، الأمر الذى يثبت معه صحة الفرض الذى وضعه الباحث وقال فيه أنه توجد علاقة بين نمط ملكية الصحف والمساحة المخصصة لبريد القراء المنشور بها، كما أن المالك فى الصحف الخاصة من أهم العوامل المؤثرة على أداء القائم بالإتصال فى هذه الصحف حيث أن الصحفيين يتبنون رؤية رئيس التحرير باعتبار أن سياسيته تعكس اختياراته وتصورات له عوامل الجذب ونوع الخدمات الصحفية التى يرغب فى تقديمها.

٢٩. دراسة رفعت محمد البدرى (٢٠٠٨) عن استخدام أدوات الويب ٢ فى مواقع الصحف العربية على الإنترنت وعلاقتها بحرية التعبير: دراسة تحليلية^٢. وقد استهدفت الدراسة التعرف على مدى اهتمام الصحف العربية محل الدراسة باستخدام أدوات الويب ٢ فى مواقعها على الإنترنت وعلاقتها بحرية التعبير والحوار، وبصورة عامة فإن الويب ٢ يضم العديد من التطبيقات الموجودة على مواقع الإنترنت ركز الباحث منها على: المدونات، والويكيز، ومنتديات الحوار، وملقمات التغذية الاخبارية المتزامنة RSS. وتنتمى الدراسة إلى مجموعة الدراسات الاستطلاعية التى تستهدف الحصول على معلومات تفصيلية ووصف للظاهرة محل الدراسة. واعتمدت على منهج المسح بشقيه الوصفى والتحليلى واقتصرت عينة الدراسة

(١) عبد الجواد سعيد محمد ربيع، العلاقة بين نمط ملكية الصحف المصرية وحرية التعبير، بحث مقدم للمؤتمر العلمى الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ص ٥٤٥ - ٦٠٣.

(٢) رفعت محمد البدرى، استخدام أدوات الويب ٢ فى مواقع الصحف العربية على الإنترنت وعلاقتها بحرية التعبير: دراسة تحليلية، بحث مقدم للمؤتمر العلمى الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ص ٩٦٩ - ١٠١٤.

على ٢٤ موقعا لصحف الكترونية عربية منها ما هو ذو أصل مطبوع أو أصل إلكتروني ومنها ما هو صادر داخل البلاد العربية وصحف أخرى تصدر خارجها. وقد توصلت الدراسة إلى أن مواقع الصحف محل الدراسة تستخدم أدوات الويب ٢ استخداماً محدوداً وكان أكثر الصحف استخداماً لأدوات الويب ٢ بالترتيب هي: دنيا الوطن، إيلاف، الرياض، الجزيرة. وألها استخداماً كان صحيفة الأهرام وكانت معظم الاستخدامات هي عبارة عن: التعليق على المقالات المكتوبة أو الحصول على خدمة أكثر تفصيلاً أو المشاركة بمقالات أو الحصول على تعليقات أخرى على المقالات المنشورة.

٣٠. دراسة هناء فاروق (٢٠٠٧) الحق في المعرفة ما بين حرية التعبير وحماية المقدسات: دراسة حالة لأزمة الإساءة للرسول والإسلام في الصحافة الدولية^١. واستهدفت الدراسة رصد أطر معالجة الأزمة التي ارتبطت بنشر الرسوم الكاريكاتيرية المسيئة للرسول (صلى الله عليه وسلم) وتصريحات بابا الفاتيكان عنه وعن الإسلام، في الفترة من سبتمبر ٢٠٠٥ حتى ديسمبر ٢٠٠٦، في الصحافة الدولية بالتطبيق على جريدة لوموند Le Monde الفرنسية وانترناشيونال هيرالد تريبيون الأمريكية International Herald Tribune وتوريكش ديلي نيوز التركية Turkish Daily News، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية المقارنة وتعتمد على منهجين هما: منهج المسح: وذلك للحصول على معلومات عن أطر معالجة الأزمة في الصحافة الدولية في الفترة من سبتمبر ٢٠٠٥ إلى ديسمبر ٢٠٠٦، والمنهج المقارن: للمقارنة بين أوجه الاختلاف والاتفاق في أطر معالجة الصحف الدولية للأزمة. وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف تظهر سلسلة من التحيزات عند معالجة الأزمات ذات الطابع الديني الثقافي وذلك من خلال التأكيد على الصراع والمبالغة في إبرازه والتكرار للسلبيات وإثارة القلق والخوف واستخدام إطار الأنا والآخر والمبالغة في عرض السلبيات واستخدام الصفات السيئة ونشر كل ما من شأنه إزكاء التعصب مثل التحيز وبث الكراهية للآخر والرفض ونشر الصور النمطية والأحكام القطعية عن المسلمين والتعصب الإيجابي للذات في مواجهة الآخر وفقدان الدقة والموضوعية والتوازن وهو ما يعد تأكيداً لإخفاق مبدأ المسؤولية الإعلامية.

٣١. دراسة مركز القاهرة لدراسات حقوق الانسان (٢٠٠٧) عن الإعلام في العالم العربي بين التحرير وإعادة إنتاج الهيمنة^٢. وقد تناولت الدراسة بالتحليل قطاع الإعلام المرئي والمسموع

(١) هناء فاروق، الحق في المعرفة ما بين حرية التعبير وحماية المقدسات دراسة حالة لأزمة الإساءة للرسول والإسلام في الصحافة الدولية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر: دور الإعلام في البناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧، ص ١ - ٩٠.

(٢) مركز القاهرة لدراسات حقوق الانسان، الإعلام في العالم العربي بين التحرير وإعادة إنتاج الهيمنة، القاهرة، ٢٠٠٧، تم الحصول عليها من موقع المركز على شبكة الإنترنت:

<http://www.cihrs.org/Arabic/NewsSystem/Articles/809.aspx> accessed on 4 November 2010 at 1:00 pm

في كل من مصر والمغرب والأردن، ورصدت الدراسة التطورات التي لحقت بهذا القطاع في السنوات الأخيرة، سواء الإعلام المملوك ملكية عامة أو خاصة. وتوضح نتائج الدراسة واقع قطاع الإعلام السمعى والمرئى وما شهدته من تطورات في السنوات الأخيرة، وما تفصح عنه التوجهات المستقبلية، ويبدو جلياً أن الطريق مازال طويلاً أمام الانتقال إلى أن يجسد هذا القطاع المعايير المتعارف عليها في المجتمعات الديمقراطية لضمان حرية وتعددية واستقلالية البث الإعلامي، وأنه لم تتوافر بعد الإرادة السياسية الجادة لتحرير هذا القطاع من مختلف القيود والأطر التي تحكم الحصار حوله. وتشير نتائج الدراسة أيضاً إلى أن تحرير قطاع البث السمعى والمرئى في بلدان الدراسة وفي مجمل البلدان العربية لن يتأتى بمعزل عن تحرير مختلف الوسائط الإعلامية وإطلاق حريات التعبير، وهو طموح بدوره يصعب تصوره إلا في إطار عملية شاملة للإصلاح الديموقراطى فى مختلف البلدان العربية تقود إلى تعزيز دولة القانون، وتقييم توازناً حقيقياً بين مختلف السلطات، وتعلى من شأن استقلالية القضاء، وتستعيد في إطارها السلطة التشريعية استقلالها عن ضغوط السلطة التنفيذية.

٣٢. دراسة مركز حماية وحرية الصحفيين (٢٠٠٧) عن حالة الحريات الإعلامية في الأردن^١. وقد تركزت الدراسة حول معرفة واقع الحريات الإعلامية من حيث التقدم أو التراجع أو الثبات، إضافة إلى السعى لمعرفة رأي الصحفيين، بأداء المؤسسات الإعلامية وأثر التشريعات عليهم ومحاولة رصد المشكلات والانتهاكات الواقعة عليهم. وتشير نتائج الدراسة إلى أن المؤشر يحمل دلالة سلبية واضحة على واقع حرية الإعلام في الأردن ويعكس حجم المخاطر والمشاكل والانتهاكات التي تعرض لها الصحفيون خلال السنوات الماضية حتى اتجهوا إلى فرض رقابة ذاتية تجنبهم المشكلات التي قد تنجم عن العمل بشكل حر ومستقل. وتوضح نتائج الدراسة أيضاً أن ٨٠% من الصحفيين يتجنبون انتقاد الأجهزة الأمنية، فيما يبتعد ٧٥% منهم عن انتقاد زعماء الدول العربية والأجنبية ويرى ٥٧% أن انتقاد الحكومة خط أحمر، بينما ٥٦% من الصحفيين لا يثيرون الموضوعات الجنسية خلال كتاباتهم. وقال ٢٨.٨% من الصحفيين أنهم ما يزالون يتعرضون للضغوط والمضايقات والتدخل بعملهم. وأكد ٥% من الإعلاميين أنهم تعرضوا للاحتجاز الإداري والتوقيف ويبلغ عددهم "٢٣ صحفياً فى حين أن ٨% ممن شاركوا في الدراسة قالوا أنهم تعرضوا للمحاكمة في قضايا لها علاقة بالصحافة.

(١) مركز حماية وحرية الصحفيين، حالة الحريات الإعلامية في الأردن، الأردن، ٢٠٠٧، تم الحصول على نسخة من الدراسة موقع المركز الإلكتروني <http://www.cdfj.org/look/publications.tpl/PDF/> accessed on 29 November 2010 at 8:30 pm

٣٣. دراسة حسنى محمد نصر (٢٠٠٦) عن دور بريد القراء فى التعبير عن الرأى العام فى ضوء نظرية دوامة الصمت: دراسة تحليلية لرسائل القراء الخاصة بتعديل المادة ٧٦ من الدستور المصرى فى صحيفة الأهرام خلال عام ٢٠٠٥. وقد جاءت مشكلة البحث فى ضوء ضألة الاهتمام بدراسة بريد القراء بوصفه معبراً عن الرأى العام فى المدرسة الإعلامية المصرية. واعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال تحليل مضمون عينة من بريد الأهرام فى الفترة من ٢٧ فبراير ٢٠٠٥ الى ٩ سبتمبر فى ٢٠٠٥ وقد تم اختيار قضية تعديل المادة ٧٦ من الدستور لتكون مجالاً تطبيقياً للبحث. وتوصلت إلى عدة نتائج منها: ما اتضح من تحليل المضمون أن بريد الأهرام فُسح مجالاً واسعاً لنشر رسائل المؤيدين للتعديل حيث تشير نتائج تحليل المضمون إلى أن ٧٥.٢% من الرسائل عبرت عن اتجاهات إيجابية نحو التعديل الدستورى بصفة عامة وهو ما يتفق مع رأى الأغلبية فى المجتمع المصرى الذى عبر عن نفسه فى الاستفتاء الذى اجرى فى مايو ٢٠٠٥ وبلغت نسبة الاتجاهات السلبية نحو التعديلات ٥% فقط وهو أقل من نسبة رافضى التعديل فى الاستفتاء (١٨%) وقد أرجع الباحث سبب ذلك إلى عدة عوامل منها المناخ الذى أحاط بالقضية موضوع الدراسة وهو مناخ مؤيد للتعديل الدستورى ومتعش لأى شكل من أشكال الحراك السياسى فى المجتمع المصرى.

٣٤. دراسة أشرف جلال (٢٠٠٥) عن العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية فى القنوات المصرية الحكومية والخاصة^٢. واستهدفت الدراسة التعرف على مدى تأثير نمط الملكية لوسائل الإعلام على طبيعة ومستوى الحرية المتاحة للجمهور فى هذه الوسائل وذلك بالمقارنة بين نمطين من الملكية يتمثلان فى القنوات المصرية الخاصة والحكومية. واعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ حيث تم تطبيق استبيان على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من الجمهور المصرى العام، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن القنوات الخاصة المصرية استطاعت التأثير فى خريطة برامج الرأى المصرية من خلال تناول موضوعات جريئة بأسلوب إخراجى مميز، مما زاد من اعتماد الجمهور المصرى عليها، حيث أنه كلما زاد الاتجاه الإيجابى نحو هذه القنوات زادت مشاهدة البرامج الحوارية. وكان من نتائج الدراسة أيضاً إتساع مساحة الحرية فى مناقشة الموضوعات المختلفة فى

(١) حسنى محمد نصر، دور بريد القراء فى التعبير عن الرأى العام فى ضوء نظرية دوامة الصمت: دراسة تحليلية لرسائل القراء الخاصة بتعديل المادة ٧٦ من الدستور المصرى فى صحيفة الأهرام خلال عام ٢٠٠٥ و ٢٠٠٦، *المجلة المصرية لبحوث الرأى العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السابع، العدد الأول، ٢٠٠٦، ص ص ١٣٩ - ١٨٠.

(٢) أشرف جلال، العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية فى القنوات المصرية الحكومية والخاصة، بحث مقدم للمؤتمر العلمى السنوى الحادى عشر: مستقبل وسائل الإعلام العربية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥، ص ص ٣٩٧ - ٤٥٠.

البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة مما يؤدي إلى إرتفاع معدلات مشاهدة الجمهور عينة الدراسة لها؛ حيث يميل الجمهور لاكتساب معلوماته من قضايا برامج الرأي من القنوات الخاصة التي لا تكتفى بذلك فقط بل تتعداه لتشكيل آراء ووجهات نظر الجمهور تجاه هذه القضايا.

٣٥. دراسة مركز حماية وحرية الصحفيين في الأردن (٢٠٠٥) عن التشريعات الإعلامية العربية^١. وتركزت هذه الدراسة حول التشريعات الإعلامية العربية في خمس دول عربية هي المغرب والجزائر وتونس ولبنان والبحرين، ووضعية الإعلام وتفاوت النظم السياسية ومستويات التقدم الاقتصادي والاجتماعي ومدى استعداد هذه النظم للانفتاح السياسي والإصلاح. وتشير نتائج الدراسة إلى أن أربع دول انضمت إلى العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية بإسنتثناء البحرين، وعلى الرغم من انضمام تلك الدول إلى العهد الدولي، إلا أن الدراسة تكشف عن عدم اقترانها بوضع تدابير تشريعية كافية لضمان اتساق البنية التشريعية مع الالتزامات الدولية والإقليمية في مجال كفالة الحريات الإعلامية. وتشير نتائج الدراسة أيضاً إلى أن مجمل بلدان الدراسة بدت فيها النصوص الدستورية داعمة عموماً لحرية الإعلام، لكنها مثل مجمل البلدان العربية جعلت القانون هو المرجعية في تنظيم ممارسة حرية الإعلام. وتوضح نتائج الدراسة أيضاً هشاشة و ضعف المجالس النيابية وغلبة تأثير السلطة التنفيذية عليها، وافتقار القضاء لضمانات الاستقلال والحيده وتأثره بدرجة أو بأخرى بضغوط السلطة التنفيذية، إضافة إلى تأثير الأداء المهني في مجال الإعلام إلى حد كبير بضعف أو غياب دور المنظمات النقابية للمشتغلين في حقل الإعلام سواء في مجال التصدي للضغوط على حرية الإعلام، أو لترقية الأداء المهني. وبترافق مع ذلك الضعف العام لمؤسسات المجتمع المدني ومن ثم محدودية الفاعلية لمنظمات حقوق الإنسان وخاصة إذا ما أخذ في الاعتبار الضعف العام للحركة السياسية والأحزاب السياسية عموماً وغياب الحركات الاجتماعية واتساع دائرة المحظورات وامتداد التجريم تلقائياً لوسائل الإعلام غير التقليدية (عبر الإنترنت).

٣٦. دراسة عبدالحليم موسى يعقوب (٢٠٠٣) حرية التعبير الصحفي في ظل الأنظمة السياسية العربية: دراسة تحليلية مقارنة للصحف والقوانين السودانية والأردنية في الفترة من ١٩٨٩ -

(١) مركز حماية وحرية الصحفيين، أصوات مخرقة: دراسة في التشريعات الإعلامية العربية، الأردن، ٢٠٠٥، تم الحصول على نسخة من الدراسة موقع المراكز الإلكترونية <http://www.cdfj.org/look/publications.tpl/PDF/> accessed on 29 November 2010 at 7:20 pm

١٩٩٩^١. وقد اهتمت هذه الدراسة بقياس مدى التباين في حرية التعبير الصحفي بين السودان والأردن وهما دولتان مختلفتان من حيث التنظيم السياسي، فالأولى نظام جمهوري شبه مطلق، والثانية نظام ملكي وراثي مستقر. فقد تعرضت الدراسة إلى واقع الحرية في الممارسة الصحفية خاصة في ظل أنظمة عسكرية وملكية وراثية قبعث ثلاثة عقود تحت الأحكام العرفية. وتشير نتائج الدراسة إلى أن المستعمر في كل من السودان والأردن خلف إرثاً من التشريعات الصحفية التي استمدت منها قوانين الصحافة وأفرزت واقعاً صحفياً اتسم بعدم الاستقرار نتيجة لهيمنة الحكومات على الصحافة بصفتها إحدى أدوات توجيه الرأي العام وفق الوجهه التي ترضي رغبات الحكومات. وتوضح النتائج أيضاً أن الصحافة في السودان اتسمت خلال الفترة التعددية الثالثة بالفوضى حتى أصبحت ذريعة لتدخل الجيش واستيلائه على السلطة في ٣٠ يونيو ١٩٨٩، كما عانت الصحافة والصحفيون خلال حقبة الأحكام العرفية، حيث تعرض العديد من الصحفيين للسجن والمساءلة، ومنع بعض الصحفيين من السفر خارج الأردن.

٣٧. دراسة عصام نصر (٢٠٠١) عن حدود حرية الرأي في ساحات الحوار العربي عبر الإنترنت: دراسة تحليلية^٢. واستهدفت هذه الدراسة رصد صور تبادل الحوار والآراء والأفكار العربية والإسلامية عبر الإنترنت للتعرف على أهم الموضوعات التي يتم التطرق إليها وأسلوب التعبير والتحاوور في تلك القضايا وأثر الانتماءات السياسية المذهبية على طبيعة تلك الآراء وتوجهاتها. وطرحت الدراسة مجموعة من التساؤلات حول تصنيف وطبيعة الموضوعات والقضايا المثارة من خلال ساحات الحوار العربية عبر الإنترنت واتجاهات الآراء نحو تلك القضايا ومدى تعلق الآراء بجهات رسمية أو شعبية أو شخصية ومدى استنادها لأدلة وحقائق ومعلومات وأثر الانتماءات المذهبية في ذلك وحجم دور المراقب أو الوسيط كحارس للبوابة في التحكم فيما يطرح من قضايا. وتم اختيار ثلاثة أسابيع صناعية على مدار ٢١ اسبوع شارك فيها ٢١٥ مشترك وتضمنت ٢٧٧٠ رأياً. وانتهت الدراسة إلى أن القضايا الدينية هي أهم ما يشغل المتعاملين مع مواقع الحوار العربي عبر الإنترنت وهم يوجهون اهتماماتهم لمناقشة القضايا العربية ثم الخليجية

(١) عبدالحليم موسى يعقوب، حرية التعبير الصحفي في ظل الأنظمة السياسية العربية: دراسة تحليلية مقارنة للصحف والقوانين السودانية والأردنية في الفترة من ١٩٨٩-١٩٩٩ (الأردن: دار مجدلوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣)، ص ٣٥٥-١١.

(٢) عصام نصر، حدود حرية الرأي في ساحات الحوار العربي عبر الإنترنت: دراسة تحليلية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السابع: الإعلام وحقوق الإنسان العربي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١، ص ٤٣٣ - ٤٧٦.

كما أن التناول الموضوعي للقضايا الدينية والسياسية لا يتماشى مع الشروط الموضوعية من قبل أصحاب مواقع الحوار فالمعايير لا تطبق سواء بالحذف أو التعديل أو التغيير.

٣٨. دراسة محمود يوسف (٢٠٠١) عن أخلاقيات حماية حرية الرأي عبر وسائل الإعلام من منظور إسلامي^١. واعتمدت الدراسة على منهج المسح حيث استخدمت الأسلوب التحليلي في مراجعة تقارير الممارسة الصحفية التي يصدرها المجلس الأعلى للصحافة والتي ترصد تجاوزات الممارسة الصحفية مدعومة بدراسة استطلاعية على بعض الصحف ونتائج الدراسات السابقة في هذا المجال. وتحددت تساؤلات البحث في سؤالين أساسيين هما: ما الشواهد أو الأدلة التي تؤكد إقرار الإسلام بحق الأفراد والجماعات في التعبير عن الرأي وما هي الأخلاقيات والضوابط التي وضعها الإسلام لحرية الرأي والتي ينبغي على وسائل الإعلام الالتزام بها. وقدم الباحث المظاهر الدالة على اهتمام الإسلام بحرية الرأي من خلال تهيئة المناخ الملائم للتعبير عن الرأي وكفالة حق إبدائه واحترام الرأي الآخر وحق الجمهور في نقد السلطة وحق الأفراد والجماعات في تصحيح المعلومات. أما عن أخلاقيات وضوابط حرية الرأي فهي احترام الأديان وحرية الرأي في إطار المقدرة العلمية ومصلحة المجتمع واحترام الحياة الخاصة للمواطنين ومراعاة سمعة الأفراد وعدم التعصب وحماية الآداب العامة مما يؤكد سبق الإسلام وحرصه وريادته في مجال حرية الرأي والتعبير.

٣٩. دراسة حسن عماد مكاوي (١٩٩٤) عن أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة^٢. وقد استهدفت هذه الدراسة رصد تطور حرية التعبير في الولايات المتحدة الأمريكية ومصر والقوانين التي تنظم عمل وسائل الإعلام وأخلاقيات الممارسة المهنية. وقد استخدمت الدراسة المنهج المقارن والمنهج التاريخي واعتمدت في الوقت نفسه على أسلوب دراسة الحالة لأساليب الممارسة المهنية في بعض القضايا التي تثير صراعا بين الولاء المهني والمعايير الأخلاقية. وقد توصلت إلى أن المفهوم الأمريكي لحرية التعبير والصحافة يعتمد على حرية الفكر والممارسة المهنية وفقاً لأحكام التعديل الأول والتعديل الرابع عشر من الدستور غير أن هذه الحرية يقابلها بعض القيود التي تتمثل في وضع امتيازات خاصة للرئيس والرموز الوطنية للحفاظ على وحدة الأمة أثناء فترات الحروب ومقاومة التجسس وحماية الأمن القومي، في حين أن الدول النامية تعرف بالوقاية بعد النشر وقبل التوزيع والرقابة بعد التوزيع وهذا بالإضافة إلى الرقابة غير المباشرة المتمثلة في التوجيهات الحكومية الخاصة ببعض المحظورات والتدخل في أسلوب المعالجة الصحفية وتعرض الإعلاميين لوسائل الضغط

(١) محمود يوسف، أخلاقيات حماية حرية الرأي عبر وسائل الإعلام من منظور إسلامي، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السابع: الإعلام وحقوق الإنسان العربي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١، ص ٣٤٩ - ٣٩٣.
(٢) حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٤).

المادى والمعنوى والرقابة من خلال رئيس التحرير ووضع قيود على عملية استقاء الأخبار وتداولها. كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أن وسائل الإعلام المصرية والأمريكية تتغافل عن الجانب الأخلاقى فى سبيل تحقيق سبق الصحفى والريح المادى.

٤٠. دراسة جولى ال أنديساجير و ام مارك ميلر Julie L. andsager & M. mark miller (١٩٩٤) عن رغبة الصحفيين والجمهور فى دعم حرية التعبير^١. واستهدفت هذه الدراسة التعرف على من لديه الرغبة الأكبر فى دعم حرية التعبير، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح؛ حيث أجرى تصميمين مسحين: الأول أجرى على عينة عشوائية عن طريق الهاتف مكونة من ١٥٠٨ مفردة من المحررين الصحفيين فى الولايات المتحدة (٧٩٣ منهم اناث و ٧٠٨ ذكور) بنسبة استجابة ٧٠% وذلك فى ابريل ١٩٩٠، بينما تم تطبيق الاستبيان الثانى من خلال البريد الإلكتروني على كل أعضاء الجمعية البحرية الأمريكية للمهندسين بنسبة استجابة ٥٣%، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحفيين كانوا أكثر دعماً وتأييداً للحق فى حرية التعبير من الجمهور بينما كان الجمهور أكثر تأييداً للحق فى حماية الخصوصية للأفراد فى المجتمع، كما أوضحت نتائج الدراسة أيضاً أن السن والاتجاه السياسى الذى يعتنقه الفرد يؤثر بدرجة كبيرة على مدى دعمة للحق فى حرية التعبير حيث أن المبحوثين ممن هم أكبر من ٦٤ عاماً كانوا أقل دعماً للحق فى حرية التعبير بينما الفئة من ١٨ إلى ٣٥ كانوا أكثر دعماً لها.

٤١. دراسة فورهوف ديرك Voorhoof Dirk (١٩٩٠) عن القانون وحرية الإتصال^٢. وقد استهدفت هذه الدراسة تحليل خصائص بناء ضمانات قانونية لحرية الإتصال فى وسائل الإعلام وذلك على اعتبار أنها قضية أساسية فى محور الضمانات القانونية لحرية الإعلام واستخدم الباحث مصطلح حرية الإتصال على أنه افضل تحديد للحق الأساسى فى حرية التعبير من خلال وسائل الإعلام المختلفة. واعتمدت الدراسة على منهج المسح حيث قام الباحث بإجراء تحليل كفى للتشريع والقانون البلجيكى فيما يتعلق بحرية التعبير وحرية الصحافة واللذان كفلتهما المواد ١٤ و١٨ و٩٨ من الدستور البلجيكى و المادة ١٠ من اتفاقية حقوق الانسان الاوروبية. وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة منها: أن هذه المواد لم تقدم أساس واطار عمل أفضل لحرية الإتصال كعامل حاسم فى تطور قانون الإعلام،

(1) Andsager , Julie L. & Miller , M. Mark "Willingness of journalists and public to support freedom of expression" . In : **Newspaper Research Journal** , 1994, Vol. 15, No 1 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 11 November 2010 at 10:20 pm .

(2) Dirk , Voorhoof "Law and freedom of communication" , **PH.D dissertation** , Rijks university , Gent Belgium, 1990, from: <http://search.ebsco host.com/> accessed on 15 November 2010 at 9:28 pm.

كما توضح نتائج الدراسة أيضاً أثر الحماية القانونية للأوجه المختلفة لحرية الإتصال كما جاء فى المادة ١٠ والتي تقدم إطاراً مرجعياً للسلطات التشريعية والقضائية البلجيكية وحرية المعلومات.

المحور الثالث: دراسات اهتمت بدراسة المسؤولية الاجتماعية للقائم بالإتصال بالفضائيات:

تناولت الدراسات فى هذا المحور العلاقة بين مفهوم الحرية الإعلامية وبين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تجاه المجتمع وخاصة فى ظل عصر السماوات المفتوحة والإعلام الحر الموجه من الكثير من الدول إلى المنطقة العربية.

٤٢. دراسة سوميا دوتا Soumya Dutta (٢٠١١) عن المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام والديموقراطية فى الهند^١. استهدفت هذه الدراسة التعرف على الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام فى دعم العملية الديموقراطية فى المجتمع. وقد توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام سواء المقروءة أو المسموعة أو المرئية تحتاج إلى رقابة شعبية كبيرة بمعنى أن تكون هذه الوسائل مسئولة أمام الجماهير بالعمل لتحقيق الصالح العام، كما ترى الدراسة أنه يجب على مجلس الصحافة فى الهند أن يهتم بموضوع التكتلات الإعلامية والتي غالباً ما تسعى إلى تحقيق أهداف اقتصادية لإصحابها بعض النظر عن الصالح العام.

٤٣. دراسة تيرى آدامز بلوم وجوهانا كلييرى Terry adams & Johanna cleary (٢٠٠٩) عن دعم المسؤولية الاجتماعية^٢. واستهدفت الدراسة البحث عن نموذج جديد يجمع بين المبادئ الموجودة فى نظرية المسؤولية الاجتماعية والاعتبارات الجديدة التى ظهرت فى العقود الأخيرة فى الولايات المتحدة والتي تتمثل فى تغير النظام الاقتصادى لوسائل الإعلام حيث ترى الدراسة أنه ومنذ ٥٠ عاماً اعتمدت الدراسات فى هذا المجال على النظريات الأربعة الخاصة بالصحافة إلا أنه ومع التطور الذى حدث فى هذه الفترة فى وسائل الإعلام فلم تواكب الكتابات النظرية هذا التطور. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ حيث تم تحليل مضمون عينة مكونة من ٩٦ مفردة (حلقة) من البرامج الإخبارية الصباحية والتي تذاغ على قنوات: FOX , CNN , NBC , CBS , ABC وذلك لمدة شهر كامل

(1) Dutta, Soumya " SOCIAL RESPONSIBILITY OF MEDIA AND INDIAN DEMOCRACY" . In: **Global Media Journal – Indian Edition**, 2011, from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 8 October 2012 at 11:00 pm .

(2) Adams , Terry & Cleary , Johanna " Staking a Claim for Social Responsibility: An Argument for the Dual Responsibility Model" . In : **The International Journal on Media Management** , 2009 , Vol 11 , PP 1424-1277 ,(DOI: 10.1080/14241270802518356) , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 18 November 2010 at 6:33 pm .

(نوفمبر ٢٠٠٤). وقد توصلت الدراسة إلى أن الشبكات الثلاث كانت أكثر تركيزاً على المحتوى الترفيهي من الشبكتين الكابليتين.

٤٤. دراسة أنور بن محمد الرواس (٢٠٠٩) عن الإعلام العماني بين الحرية والمسؤولية: دراسة نقدية^١. وقد ركزت هذه الدراسة على كشف واقع ممارسة الإعلام العماني لمفهوم الحرية والمسؤولية، كما سعت إلى قراءة الواقع السياسي العماني ومدى إدراك الإعلام العماني للتطور الذي تشهده الساحة العمانية، ومدى النضج السياسي العماني في آلية التعامل مع معطيات الإعلام العصري. وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات النقدية التي تعتبر وسائل الإتصال الجماهيرية أدوات للتعبير الحضاري والتواصل الثقافي الذي يساعد على تحرير وعي الجماهير وبالتالي يفتح أمامها آفاقاً أوسع لتحقيق إنسانيتها. وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على نظريتين لهما علاقة مباشرة بالحرية الإعلامية والمسؤولية في سلطنة عمان لكونهما الأقرب إلى مفهوم العمل الإعلامي من المنظور النظري والتطبيقي في بعض الأحيان، وكذلك حسب رؤية القائمين بالإتصال في سلطنة عمان الذين يرون فيهما التوازن بين الأخذ بنهج الانفتاح الإعلامي والحفاظ على التماسك المجتمعي. والنظريتان هما: نظرية الصحافة الحرة و نظرية المسؤولية الاجتماعية. وقد أشارت الدراسة إلى أن الوظيفة الديمقراطية للإعلام المعاصر في إطار المسؤولية الاجتماعية تستطيع أن توسع دائرة مسؤولية الفرد في صنع القرارات الوطنية وفي إدارة شؤون الوطن، وتبادل الأفكار والحوار حول القضايا والذي من شأنه إثارة حماس الناس للمشاركة في الحياة العامة ودفعهم للتفكير في الحلول السلمية لمشاكلهم العامة.

٤٥. دراسة أشرف جلال حسن (٢٠٠٨) حدود الحرية والمسؤولية المهنية في أداء الشبكات الإخبارية الفضائية العالمية وأثرها على اتجاه جمهور الأجانب نحو القضايا العربية^٢. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استهدفت تحديد طبيعة وحدود الحرية والمسؤولية المهنية في أداء الشبكات الإخبارية العالمية في تغطيتها للأحداث والقضايا العربية. واعتمدت الدراسة على منهج المسح حيث تم اختيار نوعين من العينات: عينة الدراسة الكمية وتشتمل على الأخبار المقدمة عن قضيتي الإحتلال الأمريكي للعراق واختيار الرئيس اللبناني في الفترة من ١٥ يناير إلى ١٥ مارس ٢٠٠٨ في كل من الشبكات الأربع التالية (EURONEWS – BBCWORLD – CNN – ALJAZERA INTERNATIONAL)

(١) أنور بن محمد الرواس، الإعلام العماني بين الحرية والمسؤولية: دراسة نقدية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الخامس عشر عشر: الإعلام وقضايا الإصلاح في المجتمعات العربية: الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩.

(٢) أشرف جلال حسن، حدود الحرية والمسؤولية المهنية في أداء الشبكات الإخبارية الفضائية العالمية وأثرها على اتجاه جمهور الأجانب نحو القضايا العربية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسؤولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٤٣ – ١٣١.

وعينة البرامج الاخبارية وشملت البرنامج الإخباري الرئيسى على كل قناة ويشمل البرامج الاتية: (ALJAZERA INTERNATIONAL INSIDE IRAQ.- BBC WORLD DEBATE / BBC WORLD NEWS. - CNN INSIDE THE MIDDLE EAST- PERSPECTIVE. وعينة الجمهور: وشملت ٣٥٦ مفردة بالإضافة إلى عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من الأجانب المقيمين فى الدوحة، وتوصلت الدراسة إلى أن البعد السياسى يؤثر إلى حد كبير على طبيعة ومدى الموضوعية فالشبكات الغربية تتحاز ضد القضايا العربية فتقدمها بصور متحيزة ومشوهة بدرجات نسبية تزيد فى حالة الـ CNN وتقل فى الـ EURONEWS وذلك مروراً بالـ BBC رغم كل إدعاءات الحياد والموضوعية.

٤٦. دراسة أميرة سمير (٢٠٠٨) التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة فى إطار المسؤولية الاجتماعية^١. واستهدفت الدراسة التعرف على التأثيرات السياسية للاعتماد على القنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة للحصول على الاخبار والمعلومات السياسية. وتنتمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح فتم تطبيق استبيان على عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠١ مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أنه يعتمد (٤٩.٥%) من عينة الدراسة على القنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة للحصول على المعلومات بينما يعتمد (٢٧.٩%) على القنوات المصرية الحكومية، كما توجد فروق فى متوسط درجات المعرفة درجات المعرفة السياسية درجات الاهتمام السياسى ودرجات الثقة السياسية بين الجمهور وكانت النتائج لصالح المجموعة المعتمدة على القنوات المصرية والعربية الفضائية الخاصة. كما أشارت الدراسة إلى أنه ونظراً للمكانة التى تحظى بها القنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة لدى المشاهدين فإن ذلك يلزمها بمسئولية أكبر تجاه المجتمع ولذلك فمن المفترض أن تقوم هذه القنوات بعمل تقييم ذاتى ومتابعة الجهود البحثية التى تجرى لتقييم هذا الأداء حتى تستطيع أن تعالج أى قصور يؤثر سلبياً على المجتمع.

٤٧. دراسة حازم أنور محمد البنا (٢٠٠٨) عن أخلاقيات الإعلام فى الفضائيات العربية الخاصة كما يراها الجمهور المصرى^٢. وقد استهدفت هذه الدراسة تحديد ملامح رؤية الجمهور المصرى لأخلاقيات الاعلام فى القنوات الفضائية العربية الخاصة (الإخبارية، الغنائية، الإعلان، الحوار والدرشة، السحر والدجل والشعوذة). وقد اعتمدت الدراسة على

(١) أميرة سمير، التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة فى إطار المسؤولية الاجتماعية، بحث مقدم للمؤتمر العلمى السنوى الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ١٣٣ - ١٨١.

(٢) حازم أنور محمد البنا، أخلاقيات الإعلام فى الفضائيات العربية الخاصة كما يراها الجمهور المصرى، بحث مقدم للمؤتمر العلمى السنوى الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ١٨٣ - ٢٧٥.

منهج المسح، حيث تم تطبيق الاستبيان على عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٥٠ مفردة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أنه توجد علاقة ارتباطية بين أكثر المواد المفضلة في المشاهدة في الفضائيات العربية الخاصة وبين كل من (السن، المستوى التعليمي، مكان الإقامة)، كما توصلت النتائج إلى أنه تختلف رؤية المبحوثين لضرورة استمرارية الأنماط المختلفة من الفضائيات العربية الخاصة باختلاف النوع والمستوى التعليمي بينما لا تختلف رؤية المبحوثين لضرورة استمرارية الأنماط المختلفة من الفضائيات العربية الخاصة باختلاف مكان الإقامة. كما تختلف رؤية المبحوثين لدرجة الالتزام بأخلاقيات الإعلام في الفضائيات العربية الخاصة باختلاف (السن، المستوى التعليمي، مكان الإقامة)، وكذلك أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين رؤية الجمهور لضرورة استمرار القنوات الفضائية العربية (الاخبارية، المتخصصة في الحوار والدرشة) وبين الالتزام بأخلاقيات الإعلام التي تعكسها هذه الفضائيات.

٤٨. دراسة أميرة محمد إبراهيم النمر (٢٠٠٨) عن شريط المحادثة على القنوات العربية بين الضوابط الأخلاقية والمسئولية المهنية^١. واستهدفت هذه الدراسة التعرف على أهم الأفكار والقيم والمعايير الأخلاقية التي تبث عبر شريط المحادثة. واعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال تحليل مضمون عينة من الرسائل التي ظهرت على قنوات (اقرأ - روتانا زمان - ميلودي ارابيا - دريم ١) وقد بلغ عدد الرسائل المذاعة عبر هذه القنوات الأربع والتي تم تحليلها ٤٤٧٢ رسالة بعد حذف المكرر. وتوصلت الدراسة إلى أن الفضائيات العربية تقوم بدوراً سلبياً من خلال خدمة الرسائل التي تهدم مفهوم المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام حيث سيطر مفهوم الربح المادي على حساب صالح المجتمع وأهدافه، كما أن هذه الرسائل تساهم في إنحطاط وتدهور المستوى اللغوي حيث تسيطر عليها اللغة العامية والسوقية ما عدا قناة اقرأ فقط، ويعد الذكور أكثر استخداماً لهذه الرسائل من الإناث، وعن مضمون الرسائل فقط وجدت الدراسة علاقة بين نوع القناة وبين مضمون الرسائل المقدمة عليها (جنسي، عاطفي، ديني.. وغيره) وإن كانت المضامين العاطفية والجنسية قد سيطرت على معظم الرسائل، ولخيراً تشير الدراسة إلى التراجع الشديد في الأهداف الأخلاقية والاجتماعية التي يجب أن تقوم بها بالقنوات الفضائية العربية الخاصة في إطار المسئولية الاجتماعية الواجبة عليها.

(١) أميرة محمد إبراهيم النمر، شريط المحادثة على القنوات العربية بين الضوابط الأخلاقية والمسئولية المهنية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ص ٢٧٧ - ٣٢٥.

٤٩. دراسة نرمين زكريا خضر (٢٠٠٨) عن اتجاهات القائم بالإتصال نحو مفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية في الألفية الثالثة^١. واستهدفت هذه الدراسة التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في الصحافة المصرية نحو مفهومي حرية الصحافة ومسئوليتها الاجتماعية وذلك من خلال قياس مدركات القائم بالاتصال لمفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية للصحافة وتقييمهم لحالة الحريات الصحفية في مصر والتعرف على المعوقات التي تعوق حرية العمل الصحفي. وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تعتمد على منهج المسح والمنهج المقارن. وتمثلت عينة الدراسة في ١٠٠ مفردة. وتوصلت إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مفهوم حرية الصحافة واتجاهات القائم بالاتصال نحو كل من مفهوم حرية الصحافة والمسئولية الاجتماعية لها، وأن العوامل الديموغرافية والشخصية لا تعد عاملاً مؤثراً على اتجاهاتهم نحو مفهومي حرية الصحافة والمسئولية الاجتماعية لها، كما يرى عينة القائمين بالاتصال بصحف الدراسة (الأهرام - الوفد - المصري اليوم) أن حالة الحريات الصحفية في مصر هي مقبولة، وجاءت أهم معوقات حرية الممارسة الصحفية من وجه نظر القائمين بالاتصال هي الأجهزة الأمنية والسلطة السياسية على الصحفيين، القوانين والتشريعات الصحفية، السياسة العامة التي يفرضها النظام الحاكم، الضغوط التي يفرضها رؤساء التحرير على الصحفيين، ضعف أجور ومرتببات الصحفيين.

٥٠. دراسة حنفى حيدر أمين محمد (٢٠٠٨) عن التعرض للحياة الخاصة للشخصيات العامة في حدود المسئوليات القانونية والأخلاقية^٢. واستهدفت الدراسة التعرف على مدى التزام الصحفيين بالضوابط القانونية والأخلاقية التي تحكم التعرض للحياة الخاصة للشخصيات العامة ومدى إنعكاسها على الممارسة الصحفية. واعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ حيث قام الباحث بتطبيق استبيانين: الأول على عينة من الصحفيين العاملين في الصحف القومية (الأهرام والأخبار والجمهورية)، والحزبية (الوفد والأحرار والعربي)، والخاصة (المصري اليوم والاسبوع والفرسان) وذلك بواقع (٧٥ مفردة) لكل نوع من أنواع الصحف الثلاث. أما الاستبيان الثاني فطبق على عينة من النخبة السياسية والاقتصادية والأكاديمية والفنية والرياضية (١٠٠ مفردة). وتوصلت الدراسة إلى

(١) نرمين زكريا خضر، اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية في الألفية الثالثة، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٣٢٧ - ٤١٣.

(٢) حنفى حيدر أمين محمد، التعرض للحياة الخاصة للشخصيات العامة في حدود المسئوليات القانونية والأخلاقية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٤١٧ - ٤٩٤.

أنه بالرغم من التزام الغالبية العظمى من الصحفيين بتلك الضوابط فإن ٢٨% من إجمالي المبحوثين تعرضوا للمساءلة القانونية، كما تراجع معدل الرضا من الصحفيين لدور النقابة في تفعيل ميثاق الشرف الصحفي فيما يتعلق بحماية الحياة الخاصة للشخصيات العامة حيث مالت استجاباتهم بأن ليس لديها آليات محددة لتفعيل ميثاق الشرف الصحفي واتجهت إجابات أخرى بأنها تتغاضى عن محاسبة الصحفيين في إطار المصالح الانتخابية، كما ارتفعت معدلات تقدير المسؤوليات القانونية والأخلاقية لدى الصحفيين أصحاب الخبرة المهنية والصحفيين الذين لم يسبق لهم التعرض لأي مساءلة قانونية.

٥١. دراسة عزة مصطفى الكحكي (٢٠٠٨) عن حدود الحرية والمسئولية كما يراها القائم بالإتصال بقناة الجزيرة الاخبارية^١. واستهدفت الدراسة قياس أبعاد المسئولية الاجتماعية والأخلاقية ومستوى الحرية الإعلامية لدى القائمين بالإتصال فى قناة الجزيرة ورؤيتهم للأداء المهني للقناة ومدى التزامهم بتطبيق ميثاق شرف المهنة الخاص بالقناة وتحديد العوامل التي تؤثر فى صناعة القرار الإخباري. واعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ حيث تم تطبيق استبيان على عينة من ١٠٢ من القائمين بالإتصال بقناة الجزيرة من المحررين ومعدى البرامج ومذيعي النشرة ومقدمى البرامج والمندوبين ورؤساء التحرير ومديرى الأخبار والمخرجين والمترجمين والمصورين ومنسقى التبادل الإخباري. وتوصلت الدراسة إلى أن ٥١% من القائمين بالإتصال فى الجزيرة لا يلتزمون حرفياً بتطبيق ميثاق الشرف المهني فى مقابل ٤٧% يلتزمون به حرفياً، كما يرى ٨٧.٣% من القائمين بالإتصال أن سياسة القناة هى المحدد الأول لصناعة الخبر يليها السبق الإخباري ثم توجيهات رئيس العمل، ويرى ٨١.٤% أن ممارسة الحرية الإعلامية لا تحول دون مراعاة المسئولية الاجتماعية والأخلاقية للمهنة، كما أن ٤٩% من المبحوثين قد اطلعوا على بنود وثيقة تنظيم البث الفضائي و ٤٣.١% سمعوا عنها فقط ولم يطلعوا عليها وأخيراً جاء الاتباط سلبياً بين درجات تقدير القائم بالإتصال بالجزيرة لحدود الحرية الإعلامية واتجاهه نحو وثيقة البث الفضائي العربي.

(١) عزة مصطفى الكحكي، حدود الحرية والمسئولية كما يراها القائم بالإتصال بقناة الجزيرة الاخبارية، بحث مقدم للمؤتمر العلمى الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ص ٦٠٥ - ٦٥٦.

٥٢. دراسة علياء عبد الفتاح رمضان (٢٠٠٨) عن حرية البث الفضائي الإعلامي ومسئولية الإعلام العربي الليبي في الحفاظ على الهوية الثقافية^١. واستهدفت هذه الدراسة تحديد مدى قدرة البث الفضائي الإعلامي الحر في التأثير على الهوية الثقافية الليبية التي يحافظ عليها المجتمع الليبي منذ القدم ودور الإعلام الليبي في مواجهة ذلك. واعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ حيث تم تطبيق استبيان على عينة عشوائية بسيطة من الشباب الجامعي الليبي من جامعتي السابع من أكتوبر وجامعة الفاتح قوامها ٢٢٠ مفردة وبعد مراجعة الإستمارات تم استبعاد ١٠ مفردات من كل جامعة فأصبحت العينة ٢٠٠ مفردة موزعة بالتساوي بين الجامعتين. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن البث الفضائي الحر يقدم ثقافات وعادات وسلوكيات غريبة وتوجهات تختلف تمام الاختلاف مع خصائص المجتمع الليبي وأنها يمكن أن تؤثر على الهوية الثقافية للمجتمع، كما كشفت الدراسة أيضاً أن الإعلام العربي الليبي يقوم بمسئوليته في الحفاظ على الهوية الثقافية القومية من خلال تقديم المعلومات التي تبرز الوجه الحضاري للهوية الثقافية وتدعم القيم والتقاليد والمعايير المثالية للمجتمع الليبي. كما توصلت الدراسة إلى أن المتغيرات الديموغرافية ليس لها تأثير في إدراك حرية البث الفضائي وإدراك مسؤولية الإعلام الليبي في الحفاظ على الهوية.

٥٣. دراسة هالة بغدادى (٢٠٠٧) عن المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في القنوات الفضائية العربية الإخبارية^٢. واستهدفت هذه الدراسة تحديد المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في قناتين فضائيتين إخباريتين هما: قناة الجزيرة وقناة النيل للأخبار والتي تؤثر على مدى جودة وكفاءة العمل الإعلامي في هذه القنوات. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وتهدف إلى التعرف على خصائص القائم بالاتصال وجمهور الصفوة من المتابعين للفضائيات الإخبارية. واعتمدت الدراسة على منهج: المسح والمنهج المقارن. وشملت عينة الدراسة الميدانية على النخبة في مصر ١٥٠ مفردة من النخبة الإعلامية والأكاديمية والسياسية، وشملت الدراسة الميدانية على النخبة في قطر ١٥٠ من النخب السابقة ماعدا السياسية لتعذر الحصول على استجابة منها، وتوصلت نتائج الدراسة إلى ظهور ضغوط الوقت وسرعة الأداء ودقته في مقدمة الضغوط التي يعانى منها القائمون بالاتصال فى القناتين يليها ضغوط نقص الكوادر

(١) علياء عبد الفتاح رمضان، حرية البث الفضائي الإعلامي ومسئولية الإعلام العربي الليبي في الحفاظ على الهوية الثقافية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ص ٨١٧ - ٨٥٧.

(٢) هالة محمد إسماعيل بغدادى، المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في القنوات الفضائية العربية الإخبارية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٧).

البشرية والمركزية الشديدة فى سلطة اتخاذ القرار والتبعية للسياسة الحكومية وعدم وجود أى قدر من صلاحية صنع القرار وعدم كفاية الأجور مقارنة بالمهام الوظيفية والتنافس مع القنوات الأخرى.

٥٤. دراسة سيجيرو تسوكاموتو Seijiro Tsukamoto (٢٠٠٦) عن المسؤولية الاجتماعية ودراسة أخلاقيات العمل الصحفى فى اليابان^١. وقد استهدفت هذه الدراسة تحديد الأسباب التى حصرت موضوع أخلاقيات العمل الصحفى من الناحية البحثية كفرع من فروع قانون الصحافة فى اليابان بدلاً من أن يصبح حقلاً ومجالاً متميزاً للدراسة بحد ذاته، كما تعرض الدراسة لبداية دخول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للصحافة فى المجتمع اليابانى بعد الحرب العالمية الثانية، وتشير الدراسة أيضاً إلى أنه توجد اختلاقات فى وجهات النظر بين جمعية المحررين الصحفيين الأمريكية وبين وجهات النظر اليابانية حول الدور المناسب للمؤسسات الإعلامية فى المجتمع. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها: أن المسئولين فى اليابان قد عملوا على ترسيخ العمل الصحفى الحر والمسئول وذلك من خلال ثلاثة نقاط رئيسية وهى: مؤسسات صحفية مستقلة، تشريعات تحدد أخلاقيات ومسئوليات العمل الصحفى، تطوير عملية تعليم الصحافة فى التعليم الجامعى. إلا أن ذلك لا يعنى رغبة القيادة فى الدولة اليابانية فى السيطرة على الموقف، وقد أرجعت الدراسة سبب عدم البحث فى موضوع أخلاقيات العمل الصحفى كمجال مستقل للبحث بدل من اعتباره جزءاً من قانون الصحافة إلى الطريقة التى قدمت بها نظرية المسؤولية الاجتماعية للمجتمع اليابانى بعد الحرب العالمية الثانية.

٥٥. دراسة فتحى حسين أحمد عامر (٢٠٠٥) عن أخلاقيات نشر الجريمة فى الصحف المصرية الخاصة^٢. واستهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل الملامح العامة للأسس والمعايير الأخلاقية التى تحكم التغطية الصحفية المتعلقة بالجرائم فى صحف الدراسة، بالإضافة إلى رصد ملامح التغطية الصحفية للمواد الخاصة بالجريمة من نواحى عديدة مثل: الأشكال الصحفية والمصادر والقيم الإخبارية ونوع التغطية ومستوياتها والتواجد الجغرافى وأنواع الجرائم والكشف عن مدى التزام الصحيفة بمعايير أخلاقية معينة من عدمه فى تغطيتها لمادة الجريمة. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهجى

(1) Tsukamoto , Seijiro "Social Responsibility Theory and the Study of Journalism Ethics in Japan" , In : **Journal of Mass Media Ethics** , 2006 , Vol 21 (1) , pp 55-69 , from: <http://search.ebsco host.com/> accessed on 20 April 2011 at 9:25 pm .

(٢) فتحى حسين أحمد عامر، أخلاقيات نشر الجريمة فى الصحف المصرية الخاصة، رسالة ماجستير، غير منشورة (القاهرة: جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، ٢٠٠٥).

المسح والمنهج المقارن وتمثلت عينة الدراسة فى كل الأعداد الصادرة من صحف: (الميدان - النبأ الوطنى - الأسبوع - صوت الأمة) وذلك فى الفترة من ٢٠٠٢/٦/٩ إلى ٢٠٠٤/٦/٩ بأسلوب الحصر الشامل بواقع ٤١٤ صحيفة أو مفردة بواقع ١٠٥ عدد للنبأ الوطنى و ١٠٥ لصوت الأمة و ١٠٤ للأسبوع و ١٠٠ للميدان، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحف الخاصة المدروسة تنظر إلى أن أهداف نشر مواد الجريمة هى أن تعكس ما يدور فى أرض الواقع دون مناقشته أو تحليل أسبابه ومعرفة علاجه والإسهام فى الشفاء منه، كما تشير النتائج إلى تفوق قيمة "الصراع" فى الصحف الخاصة وكذلك الاهتمامات الإنسانية وذلك للوصول إلى المركز الأول فى السوق بين القراء.

٥٦. دراسة عادل عبد الغفار (٢٠٠٣) عن أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ١٢. واستهدفت هذه الدراسة التعرف على حدود المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة وذلك بالتطبيق على برامج الرأي المقدمة فى (قناة دريم ٢)، باعتبارها القناة الأكثر جدية بين الفضائيات المصرية الخاصة - كما ترى الدراسة ذلك - حيث تقدم عدد من البرامج ذات المضمون السياسى والاقتصادى والاجتماعى الجاد. وتعد الدراسة من الدراسات الكمية الكيفية والتي اعتمدت على منهج المسح حيث قام الباحث بتطبيق الدراسة على كل برامج الرأي التى قدمتها قناة دريم ٢ طيلة شهر يناير ٢٠٠٣. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى بروز الموضوعات السياسية فى مقدمة الموضوعات المقدمة فى البرامج بنسبة ٤٠.٣% من إجمالي الموضوعات المقدمة، وذلك مع التركيز على معالجة الموضوعات الخاصة بمصر بنسبة ٥٩.٧%.

٥٧. دراسة أمل السيد متولى، سحر فاروق (٢٠٠٣) عن أخلاقيات نشر الجريمة فى الصحافة المصرية: دراسة تحليلية وميدانية على عينة من الصحف والقائمين بالاتصال ٢. واستهدفت هذه الدراسة تحديد مدى التزام الصحف - عينة الدراسة - بأخلاقيات نشر مادة الجريمة وذلك للتعرف على التجاوزات التى قامت بها وكذلك التعرف على الضوابط والمعايير الأخلاقية والاهتمية التى تحكم عمل هذه الصحف وذلك فى إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. واعتمدت فى إطارها النظرى على نظرية المسؤولية الاجتماعية، كما اعتمدت

(١) عادل عبد الغفار، أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢، بحث مقدم للمؤتمر العلمى السنوى التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣، ص ص ٧٤٧ - ٨٢٥.

(٢) أمل السيد متولى وسحر فاروق، أخلاقيات نشر الجريمة فى الصحافة المصرية: دراسة تحليلية وميدانية على عينة من الصحف والقائمين بالاتصال، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمى السنوى التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣، ص ص ١١٤٧ - ١٢١١.

على منهج المسح؛ حيث تم تحليل مضمون الصحف التالية: (الأهرام، الوفد، الميدان) خلال الأشهر الثلاثة الأخيرة من عام ٢٠٠٢ وكان إجمالي المبحوثين من الصحفيين ٤٨ مبحوثاً. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن الصحف عينة الدراسة (الأهرام والوفد والميدان) تخرق ميثاق الشرف الصحفى فى تناولها لمادة الجريمة حيث أنها لا تنشر معلومات محددة عن الفاعل كما لا تفصح عن المصدر بالإضافة إلى نشر الفاظ غير ملائمة والمبالغة فى سرد تفاصيل الحوادث غير الطبيعية أو الشاذة أو الجنسية، كما أن الصحف عينة الدراسة تخترق خصوصية الأفراد وذلك من خلال نشر أسمائهم وصورهم وذلك دون أن يصدر القاضى حكماً نهائياً بشأنها، فضلاً عن الإستخدام المثير والمضلل للعناوين.

٥٨. دراسة نجاد البرعى (٢٠٠٣) عن محددات العمل الإعلامى وأصوله نحو ميثاق شرف للإعلام المصرى^١. وهو بحث مقدم إلى دورة تدريبية لمعدى البرامج فى الإذاعة والتلفزيون المصرى حول الإعلام وحقوق الإنسان خلال الفترة من ٢٠ إلى ٣٠ أكتوبر. وقد ركز الباحث فى الدراسة على عرض الجهود الدولية فى مجال وضع الضوابط والمعايير المهنية المنظمة لعمل الصحفيين والإعلاميين ومن أبرزها إعلان "بوربدو" خلال انعقاد المؤتمر الثالث للإتحاد الدولى للصحفيين عام ١٩٥٤ واقترح مجموعة من المعايير العامة لمحددات العمل الإعلامى والصحفى مثل: توثيق المعلومات ومراعاة الدقة فى نشرها وعدم نشر أو عرض الصور الفاضحة ومرعاها أدبيات نشر الجريمة بشكل عام والتمييز بين التحرير والإعلان وعدم القيام بأعمال جلب الإعلان أو تحريره ويرى الباحث أن هذه المعايير تؤدى إلى دعم حرية التعبير لأن الصحافة والإعلام دون ضمان نزاهتها تؤدى إلى فرض نوع من الإرهاب الفكرى على المجتمع وانتهاك لأبسط حقوق الإنسان فيه.

٥٩. دراسة محمد سعد أحمد إبراهيم (٢٠٠٠) عن الاتجاهات الحديثة فى دراسات القائم بالإتصال^٢. واستهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل الاتجاهات الحديثة فى بحوث القائم بالإتصال، سواء من حيث الإشكاليات البحثية أو المداخل النظرية والمنهجية أو الأساليب والأدوات البحثية بما يسهم فى توسيع دائرة المعرفة العلمية. واعتمدت الدراسة على المنهج المقارن كاسلوب منهجى مناسب للتحليل والمقارنة بين إسهامات المدارس البحثية

(١) نجاد البرعى، محددات العمل الإعلامى وأصوله نحو ميثاق شرف للإعلام المصرى، بحث مقدم إلى دورة تدريبية لمعدى البرامج فى الإذاعة والتلفزيون المصرى حول الاعلام وحقوق الإنسان خلال الفترة من ٢٠ إلى ٣٠ أكتوبر، ٢٠٠٣، الطبعة الأولى (القاهرة: مشروع دعم القدرات فى مجال حقوق الإنسان التابع لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائى، ٢٠٠٣)، ص ص ٤٣٧ - ٤٥١.

(٢) محمد سعد أحمد إبراهيم، الاتجاهات الحديثة فى دراسات القائم بالإتصال، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، العدد الرابع، ٢٠٠٠، ص ص ١٨١ - ١٩٥.

المختلفة، كما اعتمدت على منهج المسح من خلال تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي لـ ٢٤ دورية عربية وأجنبية ورسائل علمية بهدف الوقوف على المجالات البحثية الجديدة لدراسات القائم بالإتصال. وذلك في الفترة من عام ١٩٩٥ إلى عام ١٩٩٩. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن المدرسة الأمريكية استأثرت بالنصيب الأكبر من دراسات القائم بالإتصال تلتها المدرسة العربية. ومن حيث الوسائل فقد جاءت الصحافة المطبوعة في المرتبة الأولى تلتها الصحافة الإلكترونية. وتمثلت أبرز المجالات البحثية في الدراسات المتعلقة بالقائم بالإتصال في الصحافة الإلكترونية، وحارس البوابة في شبكة الإنترنت، والمحرر المتكامل، والأنماط الشخصية للصحفيين، والقيم المهنية العالمية أو متعددة الجنسيات، والقائم بالإتصال في سياق البيئتين الإتصاليين المحلية والدولية، والدراسات الامبيريقية للالتزامات القانونية والأخلاقية للقائم بالإتصال.

٦٠. دراسة برين ثورنتون Brain thornton (١٩٩٨) عن مناقشة أخلاقيات الإعلام في رسائل المحرر^١. واستهدفت الدراسة التعرف على مدى إهتمام وسائل الإعلام الأمريكية بمناقشة مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام ومستويات الأداء الصحفى. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح حيث تم اجراء تحليل مضمون على عينتين: الأولى مكونة من أعداد عشر مجلات أمريكية صدرت في الفترة من ١٩٠٢ إلى ١٩١٢ والعينة الثانية: هي أعداد عشر مجلات أمريكية أيضاً صدرت في الفترة من ١٩٨٢ إلى ١٩٩٢ وذلك للمقارنة فيما بينهما حول مدى الالتزام بمستويات الأداء الصحفى ومعايير المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية. وقد توصلت الدراسة إلى أن حجم الاهتمام بمستوى الأداء الصحفى وأخلاقياته في العينة الأولى بلغ ٣٠% بينما بلغ ٣.٥% في العينة الثانية وهو ما يشير إلى الإنخفاض الكبير في حجم الاهتمام بمستوى الأداء الصحفى والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية من جانب الممارسين للعمل الإعلامى.

٦١. دراسة كريستى بوتون Kristie Buton (١٩٩٨) عن المسؤولية الاجتماعية فى تغطية القضايا المحلية^٢. واستهدفت هذه الدراسة تحديد مدى التزام الصحف بالمسؤولية الاجتماعية الملقاه على عاتقها تجاه المجتمع وذلك فى تغطيتها للقضايا المحلية، وقد اعتمدت الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام فى إطارها النظرى، وتعد

(1) Tornton , Brain " the disappearing media ethics debate in letters to the editor". In : **journal of mass media ethics** , 1998 , vol 13 , Number 1 ,PP 40- 55 , from <http://search.ebscohost.com/> accessed on 24 November 2010 at 5:45 pm .

(2) Buton , Kristie " social Responsibility in covering community :A Narrative Case analysis". In : **journal of mass media ethics** , 1998 , vol 13 , Number 4 ,PP 232- 246 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on <http://search.ebscohost.com/> accessed on 20 December 2010 at 8:50 pm .

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد اعتمدت على منهج المسح حيث اجريت الدراسة من خلال تحليل مضمون عينة من جريدتين محليتين يوزعان في المناطق الريفية في الولايات المتحدة وذلك لمعرفة حدود الاختلافات بينهما في معالجة القضايا المحلية خلال فترة استغرقت أربعة ايام. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: حاجة هذه الصحف إلى اللاتزام الأخلاقي وذلك ليس فقط على مستوى الأداء المهني (التوازن - الحياد - الدقة) ولكن أيضاً على مستوى تقديم خدمة إخبارية تتسم بالمسئولية في مختلف جوانبها في معالجة مشكلات المجتمع المحلي في الولايات المتحدة.

٦٢. دراسة بول اس فوكس Paul S. Voakes (١٩٩٧) عن التأثيرات الاجتماعية على قرارات الصحفيين في المواقف الأخلاقية^١. واستهدفت الدراسة تحديد تأثير بعض المواقف الاجتماعية الغير الجيدة على قرارات القائمين بالإتصال في المواقف الأخلاقية، وما العوامل المتحكمة في اتخاذ القرار في هذه المواقف، وهل تقوم القيم الشخصية بدور في تلك المواقف، واعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ حيث تم تطبيق استبيان من خلال استقصاء تليفوني على عينة قوامها ١١٨ مفردة من القائمين بالإتصال في الإذاعة والصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية، وطلب من المبحوثين تحديد أوجه التصرف إذا ما وقع أحدهم في ثلاث مواقف افتراضية تتصل بمشكلات ذات طابع أخلاقي. وقد توصلت الدراسة إلى نتائج هامة منها: أن سياسة منظمة العمل والجماعات الصغيرة التي يعمل القائم بالإتصال في إطارها تؤثر بشكل كبير على القرار الذي سيأخذه القائم بالإتصال في المواقف التي لها طابع أخلاقي بينما كان تأثير القيم الشخصية للإعلاميين قليل في هذه المواقف.

التعليق على الدراسات السابقة:

بمراجعة الدراسات السابقة في محاورها الثلاثة يتبين ما يلي:

أولاً: فيما يخص الإطار النظري الذي اعتمدت عليه الدراسات السابقة:

١. استمدت دراسات عديدة إطارها النظري من نظرية المسئولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام (١١ دراسات) ومنهم على سبيل المثال: دراسة سوميا دوتا Soumya Dutta (٢٠١١) عن المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام والديموقراطية في الهند، ودراسة تيري آدامز بلوم وجوهانا كلييري Terry adams

(1) Voakes , Paul S. " social influences on journalists decision making in Ethical situations" . In : : **journal of mass media ethics** , 1997 , vol 12 , Number 1 ,PP 18- 35 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 4 December 2010 at 5:54 pm .

Johanna cleary & (٢٠٠٩) عن دعم المسؤولية الاجتماعية، ودراسة أحمد أحمد عثمان (٢٠٠٨) عن حرية التعبير فى برامج المشاركة بالراديو فى إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعى، ودراسة حازم أنور محمد البنا (٢٠٠٨) عن أخلاقيات الإعلام فى الفضائيات العربية الخاصة كما يراها الجمهور المصرى، ودراسة أميرة محمد إبراهيم النمر (٢٠٠٨) عن شريط المحادثة على القنوات العربية بين الضوابط الأخلاقية والمسؤولية المهنية، ودراسة نرمين زكريا خضر (٢٠٠٨) عن اتجاهات القائم بالإتصال نحو مفهومي الحرية والمسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية فى الألفية الثالثة، ودراسة عادل عبد الغفار (٢٠٠٣) عن أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢، ودراسة كريستى بوتون Kristie Buton (١٩٩٨) عن المسؤولية الاجتماعية فى تغطية القضايا المحلية.

٢. استمدت دراسات أخرى إطارها النظرى من نظرية حارس البوابة (٣ دراسات) وهم: دراسة هبه شاهين (٢٠٠٩) عن معايير بناء أجندة القضايا العامة المقدمة فى برامج رأى بالقنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة - دراسة فى القائم بالإتصال، ودراسة أشرف جلال (٢٠٠٥) عن العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية فى القنوات المصرية الحكومية والخاصة، ودراسة عصام نصر (٢٠٠١) عن حدود حرية رأى فى ساحات الحوار العربى عبر الإنترنت: دراسة تحليلية.

٣. استمدت دراسات أخرى إطارها النظرى من نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام (٣ دراسات) وهم: دراسة نهى عاطف العبد (٢٠٠٩) عن العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية فى الفضائيات العربية ومستويات معرفة رأى العام بقضايا الإصلاح السياسى فى مصر، ودراسة أميرة سمير (٢٠٠٨) عن التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة فى إطار المسؤولية الاجتماعية، ودراسة رانيا أحمد محمود مصطفى (٢٠٠٧) عن مدى اعتماد الشباب على برامج رأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصرى.

٤. استمدت دراسات أخرى إطارها النظرى من نظريات مختلفة مثل: دراسة بيتر جى موسيج Peter G. mwesige (٢٠٠٩) عن الوظيفة الديموقراطية والاختلالات فى برامج رأى السياسية فى الراديو: حالة الإذاعة الأوغاندية التى استمدت إطارها النظرى من النظرية الديموقراطية، ودراسة أميرة سمير (٢٠٠٩) عن دور

الأخبار والبرامج الإخبارية فى القنوات التلفزيونية المصرية والعربية الخاصة فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الإصلاح السياسى فى مصر والتي استمدت إطارها النظرى من نموذج التلقى - القبول - العينة - Reception - acception - (sample model)، ودراسة عبيد إبراهيم محمد عزى (٢٠٠٩) عن وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات والتي اعتمدت فى إطارها النظرى على نظرية المجال العام، ودراسة أشرف جلال حسن (٢٠٠٨) حدود الحرية والمسئولية المهنية فى أداء الشبكات الإخبارية الفضائية العالمية وأثرها على اتجاه جمهور الأجنبي نحو القضايا العربية والتي اعتمدت فى إطارها النظرى على نظرية الأطر الخيرية، ودراسة عبد الجواد سعيد محمد ربيع (٢٠٠٨) عن العلاقة بين نمط ملكية الصحف المصرية وحرية التعبير والتي اعتمدت فى إطارها النظرى على مدخل تحليل النظم، ودراسة علياء عبد الفتاح رمضان (٢٠٠٨) عن حرية البث الفضائى الإعلامى ومسئولية الإعلام العربى اللبى فى الحفاظ على الهوية الثقافية والتي اعتمدت فى إطارها النظرى على نظرية الإمبريالية الثقافية ونموذج الجمهور النشط، ودراسة رفعت محمد البدرى (٢٠٠٨) عن استخدام أدوات الويب ٢ فى مواقع الصحف العربية على الإنترنت وعلاقتها بحرية التعبير: دراسة تحليلية والتي اعتمدت فى إطارها النظرى على النموذج الإتصالى لصحافة الويب، ودراسة كارول جيلين وأخرون Gylmn , Carroll and Others (٢٠٠٧) عن تأثير مشاهدة البرامج الحوارية السياسية على الجمهور والتي استمدت إطارها النظرى من نظرية الغرس الثقافى ونظرية ترتيب الأولويات، ودراسة حسنى محمد نصر (٢٠٠٦) عن دور بريد القراء فى التعبير عن الرأى العام فى ضوء نظرية دوامة الصمت: دراسة تحليلية لرسائل القراء الخاصة بتعديل المادة ٧٦ من الدستور المصرى فى صحيفة الأهرام خلال عام ٢٠٠٥ والتي اعتمدت فى إطارها النظرى على نظرية دوامة الصمت، ودراسة سابين تريبت Sabine trebte (٢٠٠٥) عن الأحاديث اليومية كوسيلة لتحقيق الذات: دراسة تجريبية على المشاركة فى برامج الرأى (talk shows) والتي استمدت إطارها النظرى من نظرية الإنجاز الذاتى الرمزي (Theory of symbolic self - completion)، ودراسة اليزابيث ام بيرس و جيسكا اس بيتر Elizabeth M. Perse and Jessica S. Butler (٢٠٠٥) عن برامج الرأى فى الراديو: تعويض أم مجرد ثراء؟ والتي اعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباع، ودراسة بول اس. مارتن PAUL S. MARTIN

(٢٠٠٨) عن لماذا تعتبر الأخبار السئية عن القضايا أخباراً جيدة للمشاركة فى وسائل الإعلام ودور وسائل الاعلام كحارس للبوابة والتي استمدت إطارها النظرى من نظرية تأثير وسائل الإعلام على المشاركة، ودراسة موهان دوتابرجمان وونجون شانج Mohan Dutta-Bergman و Wonjun Chung (٢٠٠٥) عن العلاقة بين المشاركة السياسية عبر الانترنت والمشاركة عبر الوسائل التقليدية والتي استمدت إطارها النظرى من نظرية تكامل الوسيلة.

ثانياً: فيما يخص الإطار المنهجي الذى اعتمدت عليه الدراسات السابقة:

١. اعتمدت دراسات عديدة على منهج المسح من خلال استخدام أداة تحليل المضمون وتحليل الخطاب (٢٦ دراسة) منها على سبيل المثال: دراسة ليزا جندرز Lisa Gunders (٢٠١٢) عن البرامج التفاعلية فى الراديو والمشاركة السياسية، ودراسة سوميا دوتا Soumya Dutta (٢٠١١) عن المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام والديموقراطية فى الهند، ودراسة ناعومى صقر (٢٠١٠) عن حرية التعبير على التلفزيون العربى، ودراسة أنا ترياندا فيليدو Anna Triandafyllidou (٢٠٠٩) عن أزمة الرسوم الكاركاتيرية فى الصحف البريطانية واليونانية، ودراسة عبير إبراهيم محمد عزى (٢٠٠٩) عن وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، ودراسة بيتر جى موسيج Peter G mwesige (٢٠٠٩) عن الوظيفة الديمقراطية والاختلالات فى برامج الرأى السياسية فى الراديو: حالة الإذاعة الأوغاندية، ودراسة لوراباش وجيردا Gerda و Lauerbach (٢٠٠٧) عن الجدل فى البرامج الحوارية السياسية، ودراسة كارول جيلين وأخرون Gylmn , Carroll and Others (٢٠٠٧) عن تأثير مشاهدة البرامج الحوارية السياسية على الجمهور، ودراسة ديفيد كوربيوس واندرو منديلسون David D. Kurpius and Andrczu Mendelson (٢٠٠٢) عن دراسة حالة حول الديمقراطية التداولية فى التلفزيون: الحوار المدنى فى برامج الرأى، ودراسة فورهوف ديرك Voorhoof Dirk (١٩٩٠) عن القانون وحرية الإتصال.

٢. اعتمدت دراسات أخرى على منهج المسح من خلال استخدام أداة الاستبيان (٢٦ دراسة) منهم على سبيل المثال: دراسة أميرة سمير (٢٠٠٩) عن دور الأخبار والبرامج الإخبارية فى القنوات التلفزيونية المصرية والعربية الخاصة فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الإصلاح السياسى فى مصر، ودراسة نهى عاطف العبد (٢٠٠٩) عن

العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية فى الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأى العام بقضايا الإصلاح السياسى فى مصر، ودراسة هبه شاهين (٢٠٠٩) عن معايير بناء أجندة القضايا العامة المقدمة فى برامج الرأى بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة - دراسة فى القائم بالاتصال، ودراسة وليد فتح الله بركات (٢٠٠٣) عن تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأى فى القنوات التلفزيونية العربية، وكان منهم (دراستين) استخدمتا الاستبيان عن طريق التليفون وهما: دراسة بول اس فوكس Paul S. Voakes (١٩٩٧) عن التأثيرات الاجتماعية على قرارات الصحفيين فى المواقف الأخلاقية، ودراسة سوزان هيربست Susan Herbst (١٩٩٥) عن الفضاء الإلكتروني العام: البرامج الحوارية من منظور نظرى، و(دراسة واحدة) استخدمت الاستبيان عن طريق البريد الإلكتروني وهى دراسة جولى ال انديساجير و ام مارك ميلر Julie L. andsager & M. mark miller (١٩٩٤) عن رغبة الصحفيين والجمهور فى دعم حرية التعبير .

٣. اعتمدت دراسات اخرى على منهج المسح من خلال المقابلة المتعمقة (دراستين) وهما: دراسة سابين تريبت Sabine trebte (٢٠٠٥) عن الأحاديث اليومية كوسيلة لتحقيق الذات: دراسة تطبيقية على المشاركة فى برامج الرأى (talk shows)، ودراسة اليزابيث ام بيرس و جيسكا اس بيتر Elizabeth M. Perse and Jessica S. Butler (٢٠٠٥) عن برامج الرأى فى الراديو: تعويض ام مجرد ثراء .

٤. اعتمدت دراسات أخرى على المنهج المقارن (٦ دراسات) ومنهم على سبيل المثال: دراسة هناء فاروق (٢٠٠٧) الحق فى المعرفة ما بين حرية التعبير وحماية المقدسات دراسة حالة لأزمة الإساءة للرسول والإسلام فى الصحافة الدولية، ودراسة محمود يوسف (٢٠٠١) عن أخلاقيات حماية حرية الرأى عبر وسائل الإعلام من منظور إسلامى، و دراسة فتحى حسين أحمد عامر (٢٠٠٥) عن أخلاقيات نشر الجريمة فى الصحف المصرية الخاصة.

٥. فيما اعتمدت دراسة واحدة على اسلوب التحليل الثانوى للبيانات وهى دراسة بول اس. مارتن PAUL S. MARTIN (٢٠٠٨) عن لماذا تعتبر الأخبار السيئة عن القضايا أخباراً جيدة للمشاركة فى وسائل الإعلام ودور وسائل الإعلام كحارس للبوابة.

ثالثاً: فيما يخص الأطر المعرفية التى قدمتها الدراسات السابقة:

قدمت الدراسات السابقة أطراً معرفية عديدة اختلفت من دراسة إلى أخرى باختلاف موضوع الدراسة ومشكلتها البحثية، ومن هذه الأطر المعرفية: بداية استخدام الإذاعة

المسموعة فى الدعاية السياسية، وتطور المشاركة السياسية للجمهور فى البرامج السياسية فى الإذاعة، وتطورات الإصلاح السياسى فى مصر وانعكاستها على تطور مساحة حرية التعبير فى الإعلام المصرى، والاختلافات العرقية وانعكاساتها على اختلاف أنماط الإتصال، والانتماء للمجتمع لدى المجموعات العرقية المختلفة، ودمقرطة المجتمع، والديموقراطية التداولية، والمدن الإتصالية، وتطور القنوات الفضائية العربية، والعلاقة بين نشأة القنوات الفضائية وظهور البرامج الحوارية وبرامج الرأى، وبرامج الرأى فى القنوات الحكومية فى مقابل برامج الرأى فى القنوات الخاصة، وحرية التعبير فى إطار المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، والبنية الهيكلية للخطاب الإعلامى ومسارات البرهنة فى أحاديث البرامج الحوارية وبرامج الرأى، وتطور برامج الرأى فى الفضائيات العربية، وفضاء الحرية الإلكترونية، وحرية التعبير واحترام الأديان، والتقنيات التكنولوجية الحديثة ودورها فى دعم قضايا الحريات، والدور الرقابى لوسائل الإعلام على العملية الديموقراطية فى المجتمع، والتقنيات التفاعلية الحديثة عبر الإنترنت (ويب ٢) ودورها فى دعم حرية التعبير، والضغوط الداخلية والخارجية على وسائل الإعلام وتأثيرها على مدى حرية هذه الوسائل، وحرية التعبير فى الفكر الإسلامى، والفرق بين حرية التعبير فى الفكر الأمريكى والدول النامية، ومفهوم وحدود الحرية والمسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام لدى القائمين بالإتصال فى هذه الوسائل، وخصائص القائم بالإتصال ودورها فى التأثير على العملية الاتصالية، والجمهور النشط ودوره فى دعم حرية التعبير.

جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

بمراجعة الدراسات السابقة وما خلصت إليه من نتائج، يمكن تحديد أوجه الاستفادة من هذه الدراسات فيما يلى:

١. انتهت غالبية الدراسات السابقة إلى أن القنوات الفضائية بشكل عام وبرامج الرأى و البرامج الحوارية بشكل خاص - بما تتيح من ساحات للحوار - تمثل مجالاً هاماً يمكن فى إطاره التحوار بشأن القضايا المختلفة ومنها القضايا السياسية وذلك فى إطار من حرية التعبير وبما يدعم تعددية الاتجاهات والآراء وبما يطور من الثقافة المدنية للمجتمع، وفى ضوء ما سبق تهتم هذه الدراسة برصد وتحليل برامج المشاركة الجماهيرية تحديداً وذلك على اعتبار أنها من أهم وأبسط أشكال الديموقراطية التى تتاح لكل أفراد المجتمع بشكل متساوى حيث أنه هنا لا يتم تحديد ضيوف معينين ليتم استضافتهم ولكن تترك وسائل الإتصال مفتوحة أمام الجماهير من مختلف التيارات والفئات للتواصل والتعبير عن رأيهم.

٢. اشارت بعض الدراسات السابقة إلى أن نمط ملكية وسائل الإعلام يؤثر بشكل كبير على درجة الحرية التي تتاح للقائمين بالإتصال والمشاركين في برامج هذه القنوات وخاصة البرامج السياسية منها حيث تقل نغمة المعارضة للحكومة في البرامج الحوارية التي تقدم في القنوات التابعة للدولة وترتفع في القنوات ذات الملكية الخاصة، وفي ضوء ذلك تسعى هذه الدراسة إلى تحديد دور برامج المشاركة الجماهيرية في قناتي الحوار وبي بي سي العربية في دعم حرية التعبير وذلك على اعتبار أن القناتين يمثلان هيئتان مستقلتان (فالأولى قناة خاصة والثانية تتبع هيئة مستقلة عن الحكومة الإنجليزية) وهو ما يختلف عن النظم الإعلامية الحكومية الأخرى.

٣. وإذا كانت إحدى الدراسات قد توصلت من خلال إجراء استبيان على القائمين بالإتصال في قناة الجزيرة (وهي إحدى القنوات التي كانت تقدم برنامجاً للمشاركة الجماهيرية) إلى أن ٥١ % من القائمين بالإتصال في الجزيرة قد أقرروا بأنهم لا يلتزمون حرفياً بتطبيق ميثاق الشرف المهني وكذلك ذكرت نسبة ٨٧.٣% من القائمين بالإتصال أن سياسة القناة هي المحدد الأول لصناعة الخبر يليها السبق الإخباري ثم توجيهات رئيس العمل وأيضاً ٤٣.١ % سمعوا فقط عن بنود وثيقة تنظيم البث الفضائي ولكنهم لم يطلعوا عليها، فان هذه الدراسة تسعى إلى رصد تأثير هذه المتغيرات في الواقع من خلال تحليل مضمون هذه البرامج المقدمة على قناتي الحوار وبي بي سي عربية.

٤. كذلك ركزت الدراسات السابقة على برامج الرأي بشكل عام سواء كانت برامج حوارية أو برامج talk show في حين لم تهتم بدراسة هذا النمط الهام من برامج الرأي وهو برامج المشاركة الجماهيرية والذي يستمد أهميته من قدرته على إتاحة أكبر مساحة ممكنة للجمهور العام للتعبير عن رأيه في القضية أو الحدث محل النقاش وهو الأمر الذي يصعب توفره في البرامج الحوارية العادية والتي تعتمد على ضيوف محددین والذين قد لا يمثلون في معظم الأحيان كافة الآراء المثارة حول الموضوع محل النقاش خاصة إذا كان لهذا الموضوع أبعاد كثيرة ومختلفة.

٥. بمراجعة الأطر النظرية والمعرفية للدراسات السابقة يتبين أن بعض هذه الدراسات استمد إطاره النظري من نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام في حين أن معظمها اعتمد على نظرية حارس البوابة، وتستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام وذلك للتكامل مع التراث العلمى السابق وحيث أن البرامج عينة الدراسة يمكن أن تكون سلاح ذو حدين، فهي إما تعمل على تدعيم حرية الرأي والتعبير أو تؤدي إلى إثارة الفتن والعداوات الطائفية بين الأفراد في المجتمع من خلال التحيز لآراء بعينها أو خدمة سياسات بعينها.

٦. كما يلاحظ أن الدراسات السابقة لم تقدم فى أطرها المعرفية تتبعا لظهور برامج المشاركة الجماهيرية تحديداً ، وتطورها، والعوامل التى تؤثر على نمو هذه البرامج وزيادة جماهيريتها وهو ما سنقوم به هذه الدراسة.

٧. كذلك من خلال استعراض الباحث للعديد من المواقع الإلكترونية ومنها بالطبع مواقع بى بى سى العربية و الجزيرة والعالم والحوار وغيرها من المنتديات والمواقع السياسية فقد لاحظ وجود تعليقات كثيرة من المترددين على هذه الصفحات الإلكترونية تتعلق بنوعية الضيوف الموجودين فى البرامج الحوارية، وكان أكثر هذه التعليقات تكراراً هو أن هؤلاء الضيوف هم ضيوف دائمين على موائد هذه القنوات بل ذهب بعض التعليقات إلى أبعد من ذلك حيث قالت أنهم يعتمدون على هذه البرامج كمصدر للرزق وليس للتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم واتجاهات شعوبهم نحو الموضوعات المثارة للنقاش، مما يقلل من مصداقية هؤلاء الضيوف لدى الجمهور ويزيد فى نفس الوقت الرغبة لدى هذا الجمهور فى التعبير عن آرائه واتجاهاته بنفسه من خلال برامج المشاركة الجماهيرية.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى دراسة أطروحة أساسية وهى التعرف على دور برامج المشاركة الجماهيرية فى دعم حرية التعبير وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

١. ما نوع القضايا التى يتم مناقشتها فى برامج المشاركة الجماهيرية؟
٢. ما الإطار الجغرافى للقضايا التى يتم مناقشتها فى برامج المشاركة الجماهيرية؟
٣. ما مدى حالة القضايا التى يتم مناقشتها فى برامج المشاركة الجماهيرية؟
٤. ما الأسلوب المتبع فى تحديد القضايا التى يتم مناقشتها فى برامج المشاركة الجماهيرية؟
٥. ما أسلوب معالجة القضايا التى يتم مناقشتها فى برامج المشاركة الجماهيرية؟
٦. ما الأدوات المستخدمة فى عرض القضايا التى يتم مناقشتها فى برامج المشاركة الجماهيرية؟
٧. ما وسائل اتصال الجمهور والضيوف ببرامج المشاركة الجماهيرية؟
٨. ما خصائص الجمهور المشارك فى النقاش من حيث النوع والجنسية؟
٩. ما الدول التى يتم منها الإتصال بالبرامج عينة الدراسة؟

١٠. ما نوع المشاركات التي تأتي من الجمهور في إطار النقاش؟
١١. ما أسلوب مشاركة الجمهور في النقاش المطروح في برامج المشاركة الجماهيرية؟
١٢. ما المساحة الزمنية المخصصة للمشاركة الجماهيرية في هذه البرامج؟
١٣. ما المساحة الزمنية المتاحة لكل مشارك في برامج المشاركة الجماهيرية؟
١٤. ما مدى مرونة القائم بالاتصال في العودة إلى المشاركين أو الضيوف للرد على المشاركات؟
١٥. ما مدى تدخل مقدم البرنامج في توجيه المشاركات في هذه البرامج؟
١٦. ما أشكال تدخل مقدم البرنامج في توجيه النقاش؟
١٧. ما مدى التزام المشاركين في برامج المشاركة الجماهيرية بأخلاقيات الحوار؟
١٨. ما أشكال عدم التزام المشاركين في برامج المشاركة الجماهيرية بأخلاقيات الحوار؟

التعريفات الإجرائية للمفاهيم المستخدمة في الدراسة:

١. برامج الرأي: هي شكل برامجي يقدم في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية يتم من خلاله طرح قضية معينة ذات أهمية بالنسبة للجمهور المستهدف ويتم مناقشة الجوانب المختلفة لهذه القضية من خلال استضافة الأطراف المتنازعة أو أفراد يمثلون وجهات النظر المختلفة أو محللين ومتخصصين ومتابعين لهذه القضية ولكنهم لا ينتمون إلى هذا الطرف أو ذلك أو يتم إعطاء الفرصة للجمهور للتواصل والتعبير عن رأيه من خلال وسائل الإتصال المختلفة و يتم الاعتماد على كل ذلك مجتمعاً .
٢. برامج المشاركة الجماهيرية: هي شكل من أشكال برامج الرأي والتي تقدم على القنوات الفضائية الإخبارية (العربية والموجهة باللغة العربية) ويتم فيها عرض القضية التي يتم مناقشتها في الحلقة ثم تتاح الفرصة للجمهور للتواصل والتعبير عن رأيه في البرنامج من خلال وسائل الإتصال المختلفة مثل: التليفون والبريد الإلكتروني والرسائل النصية القصيرة (SMS) والفيديوهات المرسلة من الجمهور على موقع القناة التي تبث البرنامج على الإنترنت والحوار الإلكتروني المفتوح على هذا الموقع حيث يمكن لأي فرد أن يدخل ويكتب تعليقه ورأيه حول الموضوع المطروح للنقاش وهذا الرأي أيضاً يقرأه مقدم البرنامج أو من خلال التواصل عبر حساب البرنامج على مواقع Facebook و Skybe و Twitter.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

تتضمن الإجراءات المنهجية للدراسة توضيح الخطوات المنهجية التي تم اتباعها في إجراء هذه الدراسة وهي: منهج الدراسة، وأسلوب إختيار العينة، وأسباب إختيار العينة، وأسلوب جمع البيانات وتحليلها، وإجراءات الصدق والثبات لصحيفة تحليل المضمون.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة وهي دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير، ويعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج المسح بشقه الوصفى (Descriptive) وذلك من خلال تحليل مضمون عينة من برامج المشاركة الجماهيرية والتي تقدم على القنوات الفضائية العربية والموجهه للتعرف على دور هذه البرامج في دعم حرية التعبير من خلال تحديد سمات وخصائص هذه البرامج ونوعية القضايا التي تقدمها وطريقة معالجتها لهذه القضايا.

حيث يساعد منهج المسح في وصف وتوثيق الأوضاع الحالية للظاهرة موضع الدراسة، كما أنه يساعد في وصف وتفسير أسبابها، والإجابة على تساؤلاتها^١. وقد استخدم الباحث في إطار منهج المسح أسلوب التحليل الكمي للمضمون؛ وذلك للخروج بنتائج تجيب على تساؤلات الدراسة الأساسية وتفسير هذه النتائج؛ مما يمكن من التعرف على دور هذه البرامج في دعم حرية التعبير.

عينة الدراسة:

اشتملت عينة الدراسة على عينة من الحلقات مأخوذة بأسلوب الأسبوع الصناعى ومقدمة فى الدورة البرمجية الأخيرة من عام ٢٠١١ والممتدة فى الفترة من أول أكتوبر ٢٠١١ إلى آخر ديسمبر ٢٠١١ من برنامجى:

١. برنامج الرأى الحر: هو برنامج يقدم خمس مرات فى الأسبوع ويداع على الهواء مباشرةً ابتداءً من الإثنين إلى الجمعة على قناة الحوار فى تمام الساعة الخامسة مساءً بتوقيت جرينيتش (السابعة مساءً بتوقيت القاهرة)، ثم يعاد فى اليوم التالى فى الساعة الثانية صباحاً والساعة الثانية بعد الظهر (بتوقيت القاهرة)، مدة الحلقة ٥٥ دقيقة، بعدد ١٢ حلقة.

(١) شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية فى الدراسات الإعلامية، الطبعة الأولى (القاهرة: دار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩) ص ص ١٠٩ - ١١٠.

٢. برنامج نقطة حوار: وهو برنامج يقدم خمس مرات في الأسبوع على شاشة قناة بي بي سي العربية ويذاع على الهواء مباشرةً ابتداءً من الإثنين إلى الجمعة في تمام الساعة ٣:٠٦ مساءً بتوقيت جرينتش (٥:٠٦ مساءً بتوقيت القاهرة) ثم يعاد صباح اليوم التالي في تمام الساعة ١١:٠٦ صباحاً بتوقيت جرينتش (١:٠٦ بعد الظهر بتوقيت القاهرة)، كما تذاع إعادات لحقات البرنامج يومياً في تمام الساعة ١٢:٠٦ بعد منتصف الليل بتوقيت جرينتش (٢:٠٦ صباحاً بتوقيت القاهرة)، مدة الحلقة ٥٠ دقيقة، بعدد حلقات ١٣ حلقة.

ليصل إجمالي الحلقات التي يتم تحليلها إلى ٢٥ حلقة من كلا البرنامجين في الفترة الزمنية المخصصة لإجراء الدراسة.

أسباب اختيار عينة الدراسة ومدتها الزمنية:

١. أن قناتي الحوار و BBC العربية يمثلان شكلان مختلفان من القنوات الفضائية الإخبارية حيث تمثل إحدهما قناة فضائية إخبارية عربية والأخرى قناة فضائية إخبارية موجهة باللغة العربية.
٢. أن القناتين يحتويان على العديد من برامج الرأي بالإضافة إلى تقديمهما برامج المشاركة الجماهيرية محل الدراسة.
٣. أن الباحث لم يصل - خلال فترة إجراء الدراسة - إلى قنوات أخرى سواء مصرية أو عربية تقدم هذا الشكل من برامج المشاركة الجماهيرية ماعدا قناتي العالم الإيرانية وهي تقدم برنامجها الرأي الأول في دورية غير منضبطة وكذلك قناة الجزيرة مباشر والجزيرة مباشر مصر واللذان يقدمان فترات بث يتاح فيها للجماهير التعبير عن رأيها فيما يدور من أحداث في مصر والوطن العربي ولكن أيضا تقدم هذه الفترات في أوقات غير محددة، وبالتالي فقد تعذر ضمها لعينة الدراسة.
٤. أن برامج المشاركة الجماهيرية التي تقدم في هاتين القناتين تستخدم أكثر وسائل تكنولوجيا الاتصال تطوراً للتواصل مع الجمهور من خلال التليفون والبريد الإلكتروني والرسائل النصية القصيرة (SMS) والفيديوهات المرسلة من الجمهور على موقع القناة التي تبث البرنامج على الإنترنت والحوار الإلكتروني المفتوح على هذا الموقع حيث يمكن لأي فرد أن يدخل ويكتب تعليقه ورأيه حول الموضوع المطروح للنقاش وهذا الرأي أيضاً يقرأه مقدم البرنامج أو من خلال التواصل عبر حساب البرنامج على مواقع Facebook و Skybe و Twitter.
٥. أن الفترة الزمنية للعينة التحليلية تأتي في ظل أحداث عديدة تشهدها المنطقة العربية مثل أحداث ثورة ٢٥ يناير التي أطاحت بالنظام الحاكم في مصر، وكذلك ثورتى تونس وليبيا وما

يدور فى البحرين واليمن وانفصال جنوب السودان والذى بلا شك ستؤثر نتائجه على الأوضاع فى مصر باعتبار أن السودان هى الامتداد الطبيعى الجغرافى لمصر وجزء من أمنها القومى والمائى مما يساعد على تحديد الدور الحقيقى لهذه البرامج فى دعم حرية التعبير من عدمه.

أسلوب جمع البيانات:

قام الباحث بتصميم استمارة تحليل مضمون تحتوى على مجموعة من الفئات التى تقيس تساؤلات الدراسة، وذلك لتوصيف المضمون المقدم خلال فترة إجراء الدراسة بغرض تحديد الدور الذى تقوم به برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات فى دعم حرية التعبير.

وفيما يلى عرض مفصل لوحدات وفئات التحليل التى تم استخدامها فى إجراء هذه الدراسة:

أولاً: وحدات التحليل:

تم استخدام وحدتين لتحليل مشاركات الجمهور فى برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة، وتتمثل هذه الوحدات فى:

١. وحدة القضية المطروحة للنقاش: ويقصد بها كل قضية تم طرحها للنقاش داخل برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة خلال فترة التحليل، وقد تم استخدام هذه الوحدة مع الفئات التالية: القضية المطروحة للنقاش، والإطار الجغرافى للقضايا التى يعالجها البرنامج، ومدى حالية القضية المطروحة للنقاش، وأسلوب تحديد القضايا المطروحة للنقاش فى البرنامج، وأسلوب معالجة البرنامج للقضية المطروحة للنقاش، والأدوات التى يستخدمها البرنامج فى عرض القضية التى تتم مناقشتها.
٢. وحدة المشاركة: ويقصد بها عدد تكرارات مشاركات الجمهور فى مناقشة أبعاد القضايا المطروحة للنقاش داخل برامج المشاركة الجماهيرية موضوع البحث خلال فترة التحليل سواء كانت هذه المشاركات من خلال التليفون أو البريد الإلكتروني أو الرسائل النصية القصيرة (SMS) أو من خلال كاميرات الإنترنت (Web Cam) أو خدمة (Skybe) أو خدمات الجيل الثالث وما بعدها فى الهواتف المحمولة (3G).

وقد تم استخدام هذه الوحدة مع الفئات التالية: نوع بث المشاركة، وجنسية الجمهور المشارك فى النقاش، وجهة الجمهور المشارك فى النقاش، ونوع الجمهور المشارك فى النقاش، ووسائل مشاركة الجمهور فى البرنامج، وأسلوب مشاركة الجمهور فى النقاش، والمساحة الزمنية المتاحة لكل مشارك فى البرنامج، وإمكانية العودة مرة أخرى للمشارك للرد على آراء مشاركين آخرين، وإمكانية أن يرد الضيف على تساؤلات وآراء الجمهور المشارك فى النقاش، ومدى تدخل مقدم البرنامج فى توجيه النقاش، وأشكال تدخل القائم بالإتصال فى توجيه النقاش، ومدى التزام المشاركين فى النقاش بأخلاقيات الحوار، وأشكال عدم التزام المشاركين فى النقاش بأخلاقيات الحوار.

ثانياً: فئات التحليل:

(أ) فئات الشكل (كيف قيل؟):

١. المساحة الزمنية للحلقة:

ويقصد بها الوقت الذى تستغرقه الحلقة الواحدة من البرنامج لتقدم إلى الجمهور.

٢. دورية البرنامج:

ويقصد بذلك التعرف على الإيقاع الدورى للبرنامج، أى عدد مرات تقديم البرنامج خلال فترة زمنية محددة، وتنقسم إلى الفئات التالية:

١/٢ يومى.

٢/٢ خمس مرات فى الأسبوع.

٣/٢ أسبوعى.

٤/٢ شهرى.

٣. فترة عرض البرنامج:

التعرف على وقت إذاعة البرنامج بهدف معرفة ملائمة للجماهير المستهدفة، وتنقسم إلى الفئات الزمنية التالية:

١/٣ الفترة الصباحية: من السادسة صباحاً وحتى العاشرة صباحاً.

٢/٣ فترة الظهيرة: من العاشرة صباحاً وحتى الخامسة مساءً.

٣/٣ فترة المساء: من الخامسة مساءً وحتى العاشرة مساءً.

٤/٣ فترة السهرة: من العاشرة مساءً وحتى الثانية صباحاً.

٥/٣ فترة السهرة الممتدة: من الثانية صباحاً وحتى السادسة صباحاً .

٤. نوع البث للمشاركة:

١/٤ البث المباشر: ويقصد بها المشاركات التي تأتي على الهواء مباشرة من خلال الإتصال التليفونى أو المشاركة من خلال خدمة skybe أو التواصل من خلال خدمة 3G mobile، حيث تهدف برامج المشاركة الجماهيرية إلى دفع الجمهور إلى المشاركة فى البرامج لتقدم ردود أفعالها وآرائها تجاه الموضوعات المطروحة للنقاش، وخلق صلة بين البرنامج والجمهور.

٢/٤ البث المسجل: ويقصد بها المشاركات المسجلة من خلال كاميرات الإنترنت والتي يسجلها الجمهور المشارك ويرسلها إلى موقع القناة على الإنترنت.

٣/٤ المشاركات المكتوبة: وهى المشاركات التي تصل للبرنامج مكتوبة من خلال خدمة الرسائل القصيرة (SMS) أو على موقعى Facebook و Twitter أو على موقع القناة على الإنترنت.

٥. إعادة البرنامج:

ويقصد بها إعادة عرض حلقات البرنامج بعد إذاعتها فى المرة الأولى بالبث المباشر، وذلك حيث تحرص بعض القنوات على إعادة بث برامجها فى فترات زمنية مختلفة لإتاحة الفرصة أمام مزيد من الجماهير لمشاهدة هذه البرامج وخاصة القنوات الفضائية والتي يصل إرسالها إلى مساحات شاسعة من الكرة الأرضية وبذلك تعيد بث البرامج للتغلب على مشكلة اختلاف التوقيت فى الدول التي يصل إليها إرسالها.

٦. نوع القناة التي تقدم البرنامج:

١/٦ قناة حكومية عامة: وهى تلك القنوات التي تمتلكها الحكومات وتديرها وفق سياستها الإعلامية، ويتم تمويلها من ميزانية الدولة، وتقدم مضامين عامة لكل فئات الجمهور، وأحياناً تقوم الدولة بتحميل القنوات المحلية على الأقمار الصناعية لتصبح قنوات فضائية يصل إرسالها إلى مساحات شاسعة تتعدى حدود تلك الدولة.

٢/٦ قناة حكومية متخصصة: هى قنوات تمتلكها الحكومات ولكنها متخصصة فى مجالات معينة مثل قنوات الأخبار.

٣/٦ قناة غير حكومية عامة: وتسمى بالقنوات الخاصة وهى التى تمتلكها وتديرها هيئات خاصة، وتمول من رؤوس الأموال التى تدير هذه الإستثمارات الإعلامية، وتقدم مضامين عامة لكل فئات الجمهور كما تقدم مضامين مختلفة.

٤/٦ قناة غير حكومية متخصصة: وهى قنوات تمثلها مؤسسات إعلامية خاصة، وتكون متخصصة فى مضمون معين.

(ب) فئات المضمون (ماذا قيل؟):

١. نوع الموضوع المطروح للنقاش فى حلقة البرنامج:

١/١ سياسى: ويندرج ضمن هذه الفئة الأنشطة السياسية فى دول العالم المختلفة مثل: الانتخابات البرلمانية والرئاسية، وتشكيلات الحكومات، والعلاقات الدبلوماسية بين الدول، والتغيرات التى تطرأ على التشكيلات الحكومية، والتبادل الدبلوماسى فيما بين الدول، والخطاب الرسمى الصادر عن السلطات السياسية، واجتماعات القمة بين الرؤساء والملوك، والازمات السياسية الخاصة بالصراعات بين الائتلافات الحاكمة والتنافس بين الأحزاب السياسية، والأنشطة المتعلقة بالأحزاب وجماعات الضغط والاجتماعات والمناقشات البرلمانية، كذلك إبرام المعاهدات والاتفاقيات فيما بين الدول المختلفة، والمؤتمرات الإقليمية والدولية، ومساعى هذه المنظمات لمعالجة المشكلات والقضايا الإقليمية والدولية بطرق سلمية.

٢/١ اقتصادى: وتتضمن هذه الفئة كل ما يتصل بالنواحي الاقتصادية والأنشطة المالية فى بلدان العالم المختلفة مثل أسعار الأسهم فى البورصات، والأنشطة المالية للبنوك، وأسعار العملات، والأنشطة الاستثمارية والمساعدات والقروض التى تقدمها الدول أو المنظمات الإقليمية والدولية، والتكامل والاندماجات الاقتصادية بين الدول وبين المؤسسات الاقتصادية الكبرى عبر العالم، والإحتكارات التى تمارسها الشركات للسيطرة على الأسواق، كذلك إبرام الاتفاقيات الدولية التجارية والاقتصادية، والجهود التى تبذلها الدول لرفع الاداء الاقتصادى بها، كذلك الأنشطة الخاصة بالمؤسسات النقدية الدولية مثل: صندوق النقد الدولى والبنك الدولى.

٣/١ اجتماعى: وتتضمن هذه الفئة كل ما يتعلق بالنواحي الاجتماعية كطرح المشكلات التى يعانى منها المجتمع ومناقشتها ومحاولة إيجاد حلول لها من خلال المقترحات التى يقدمها الجمهور أو الضيوف (فى حالة وجود ضيوف فى البرنامج).

٤/١ ثقافى: وتشمل هذه الفئة كل ما يتعلق بالأوضاع والأنشطة الثقافية من فنون وأداب ومعارض ومواسم ثقافية، وكذلك المسابقات والجوائز الأدبية والفنية بالإضافة إلى الأنشطة الخاصة بالمؤسسات الثقافية الإقليمية والدولية والمهرجانات والاحتفالات الإقليمية والدولية الخاصة بالآداب والفنون المختلفة.

٥/١ عسكرى: ويندرج ضمن هذه الفئة كل ما يتصل بدواعى الدفاع كالتسليح والتدريبات العسكرية والحشد للجنود وتعبئتهم معنوياً للأعمال العسكرية والمناورات التى تقوم بها القوات المسلحة، وعقد اتفاقيات التعاون العسكرى فيما بين الدول، وكل ما يتعلق بأخبار الحروب والمعارك والتهديد العسكرى، والمواجهات المسلحة بين الدول، والإنقلابات العسكرية، والتدخل العسكرى لقوات تابعة لهيئات ومنظمات إقليمية ودولية لإنهاء الصراع بين الدول المختلفة مثل قوات الأمم المتحدة.

٦/١ علمى : ويندرج ضمن هذه الفئة كل ما يتعلق بالاكشافات العلمية والمستحدثات فى مجالات العلوم المختلفة فضلا عن البحوث والندوات والمؤتمرات ذات الطابع العلمى التى ترعاها المنظمات والهيئات والمؤسسات الاقليمية والمهرجانات والاحتفالات والتعاون الدولى فى مجالات العلم المختلفة .

٧/١ إعلامى: وتشتمل هذه الفئة على الموضوعات التى تتحدث عن ظهور وسائل إعلام جديدة من قنوات تليفزيونية أو صحف ومجلات، ومعالجات وسائل الإعلام لموضوعات معينة، وعلاقة هذه الوسائل ببعضها البعض وعلاقتها بالجمهور، ومدى تأثيرها وتأثرها بعوامل أخرى.

٨/١ أخرى: ويأتى ضمن هذه الفئة الموضوعات الأخرى التى قد تقدم فى برامج المشاركة الجماهيرية ولم يأتى ذكرها فى الفئات السابق ذكرها.

٢. الإطار الجغرافى للقضايا التى يعالجها البرنامج:

وتهدف هذه الفئة إلى تحديد المناطق الجغرافية التى تنتمى إليها الموضوعات التى يتم طرحها للنقاش فى برنامج المشاركة الجماهيرية، وتنقسم إلى الفئات التالية:

١/٢ مصر: ويأتى ضمن هذه الفئة كل الموضوعات التى تتعلق بمصر داخلياً وخارجياً، رسمياً وشعبياً، والأنشطة الحكومية والشعبية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والعسكرية وعلاقتها بالدول والمنظمات الأخرى سواء العربية أو غير العربية.

٢/٢ عربية: وتتناول هذه الفئة كل الموضوعات التى تتعلق بالدول العربية سياسياً واقتصادياً وعسكرياً، والأنشطة الحكومية بداخلها، والتغيرات التى تحدث فى الدول العربية، وعلاقتها ببعضها البعض، وعلاقتها بالدول والمنظمات الأخرى.

٣/٢ إقليمية: وتشتمل هذه الفئة على الموضوعات التى تتناول الأحداث فى منطقة الشرق الأوسط بالكامل على النواحي السياسية والاقتصادية والعسكرية والتطورات التى تحدث على مستوى علاقات هذه الدول ببعضها البعض وعلاقتها بالدول العربية، والنزاعات العسكرية والتهديدات العسكرية.

٤/٢ دولية: ويندرج ضمن هذه الفئة الموضوعات ذات الطابع العالمى والتى تحدث فى إطار خارج منطقة الشرق الأوسط ولكن يكون لها تأثير عليه إما بشكل مباشر أو غير مباشر.

٣. مدى حالة القضية المطروحة للنقاش:

ويقصد بها تحديد مدى حداثة الموضوعات التى يتم طرحها للنقاش فى حلقات برامج المشاركة الجماهيرية ويندرج تحت هذه الفئة فئات فرعية أخرى وهى:

١/٣ قضية سابقة (حدثت وانتهت): وهى القضايا التى حدثت وانتهت ولكن لا يزال تأثيرها موجوداً وفعالاً ويؤثر على مجريات الأحداث.

٢/٣ قضية حالية ومستمرة: وهى القضايا التى تحدث وقت إذاعة حلقة البرنامج، كأن يكون موضوع النقاش تداعيات الثورة فى سوريا على العالم العربى ويكون وقت إذاعة الحلقة فى أيام الثورة السورية.

٣/٣ قضية متوقعة: وهى قضية لم تحدث حتى وقت إذاعة الحلقة ولكن من المتوقع حدوثها، ويناقش البرنامج مع الجمهور محاور هذه القضية

والنتائج المتوقعة من حدوثها، مثل زيارة رئيس الولايات المتحدة الأمريكية
لمصر.

٤. أسلوب تحديد الموضوعات المطروحة للنقاش فى البرنامج:

ويقصد بها الطريقة التى يتبعها البرنامج فى اختيار الموضوعات والقضايا التى سيطرحها
للنقاش فى حلقات البرنامج وتحتوى هذه الفئة على عدة فئات فرعية هى:

١/٤ موضوعات يحددها المعدين للبرنامج: وهى تلك الموضوعات التى يفرضها
معدى البرنامج على الجمهور دون أخذ رأيه فى اختيارها.

٢/٤ موضوعات لها علاقة بمناسبة تحدث وقت حلقة البرنامج: وهى
موضوعات حول مناسبة معينة تأتى ذكرها فى وقت إذاعة الحلقة، مثل
مناقشة ذكرى النكسة فى حلقة تذاغ فى أول شهر يونيو.

٣/٤ موضوعات يختارها الجمهور عن طريق الإتصال أو التصويت على موقع
القناة أو البريد الإلكتروني: وهى الموضوعات التى يختارها الجمهور بنفسه
من خلال التواصل مع فريق عمل البرنامج على موقع القناة على شبكة
الإنترنت وترشيح الموضوعات التى يريد أن تكون محل نقاش فى حلقات
البرنامج.

٤/٤ موضوعات لها علاقة بحدث مهم وقع فى وقت قريب: وهى موضوعات
تقرضها الأحداث الجارية، كأن يتم فتح النقاش حول عملية عسكرية
تقوم بها قوات الإحتلال الإسرائيلى فى غزة.

٥. أسلوب معالجة البرنامج للموضوع المطروح للنقاش:

ويقصد به الطريقة التى يستخدمها البرنامج لعرض الموضوع محل النقاش، ويندرج ضمن
هذه الفئة فئات فرعية أخرى هى:

١/٥ تبنى رأى واحد: ويقصد بهذه الفئة أن تكون طريقة عرض البرنامج
لموضوع النقاش أحادية النظرة؛ بمعنى أن يتم التركيز فقط على رأى واحد
فى الحلقة وغالباً ما يكون هذا الرأى هو رأى القائم بالإتصال أو رأى القناة
فى الموضوع المطروح للنقاش.

٢/٥ مناقشة آراء متعددة: بمعنى أن يطرح الموضوع للنقاش ويتم إتاحة الفرصة
أمام كل الآراء للظهور فى البرنامج.

٣/٥ عرض حقائق: بمعنى أن يقتصر العرض فى البرنامج على عرض
الحقائق حول الموضوع المطروح للنقاش.

- ٤/٥ كشف أسباب المشكلة: ويقصد بذلك أن يكون كل النقاش وكل الآراء الواردة فيه تصب في محاولة اكتشاف أسباب المشكلة والتعرف عليها.
- ٥/٥ طرح حلول: بمعنى أن تقدم الآراء حلولاً للقضية المطروحة للنقاش.
- ٦/٥ أكثر من بديل: ويعنى ذلك استخدام إثنتين أو أكثر من البدائل السابقة.

٦. الأدوات التي يستخدمها البرنامج في عرض الموضوع الذي يتم مناقشته:

ويقصد بها الأدوات التي يعتمد عليها القائم بالإتصال في بداية الحلقة لعرض الموضوع محل النقاش، وتكون هذه الأدوات في حد ذاتها حافزاً للجمهور على المشاركة في النقاش وهي:

١/٦ عرض مقدمة مقرأة عن الموضوع: ويقصد بها أن يقدم القائم بالإتصال مقدمة حول الموضوع يطرح فيها القضية ويقدم معلومات عنها للجمهور قبل الدخول في النقاش.

٢/٦ عرض صور وفيديوهات عن الموضوع: وغالباً ما تكون هذه الصور مصاحبة للمقدمة المقرأة التي يقدمها القائم بالإتصال.

٣/٦ عرض تقرير مفصل عن الموضوع: وقد يكون هذا التقرير مع الجمهور العادى فى الشارع أو مع أحد المتخصصين فى الموضوع أو أحد شهود العيان.

٤/٦ عرض نتائج استفتاء أجرته القناة حول الموضوع: ويكون هذا الاستفتاء عبارة عن سؤال واحد لإستطلاع رأى الجمهور حول الموضوع، ويكون هذا السؤال ذو إجابة مغلقة حيث يوجد عدة اختيارات للإجابة لا يخرج الجمهور عن هذه الاختيارات فيما يقدمه من إجابته، ويكون هذا الاستفتاء موجود على الموقع الخاص بالقناة على شبكة الإنترنت.

٥/٦ الاستعانة بضيف متخصص للحديث حول الموضوع قبل فتح باب المشاركة للجمهور: ويكون هذا الضيف أما صحفى أو ناشط سياسى متابع للموضوع أو متخصص أو شاهد عيان.

٦/٦ أخرى: ويأتى ضمن هذه الفئة الأدوات الأخرى والتي يتبعها البرنامج فى عرض الموضوع محل النقاش ولم تأتى ضمن أى من الفئات السابقة.

٧. طريقة التواصل مع الضيف فى البرنامج:

وتستخدم هذه الفئة فى حالة وجود ضيف فى البرنامج، ويقصد بها الطريقة التي يظهر بها هذا الضيف ضمن فقرات البرنامج، ويندرج تحت هذه الفئة الفئات الفرعية التالية:

١/٧ إتصال تليفونى: وفيه لا يظهر الضيف وإنما يظهر صوته فقط على الهاتف، وقد تضع بعض القنوات صورة شخصية للضيف أثناء محادثته على الهواء مباشرةً.

٢/٧ استضافة على الهواء فى الأستوديو: وفيها يتم استضافته داخل الاستوديو مع مقدم البرنامج.

٣/٧ تقرير مسجل مع الضيف: ويكون تقرير قد سبق تسجيله مع الضيف قبل الحلقة.

٤/٧ استضافة على الهواء بالقمر الصناعى أو من خلال خدمة Skybe: وفيها يتم التواصل مع ضيف الحلقة وهو فى مكان تواجهه دون الحاجة إلى استضافته داخل الأستوديو، كما أن خدمة التواصل عبر Skybe قد وفرت على القنوات الكثير من الأموال والجهد بالإضافة إلى أنها مكنت القنوات من التواصل مع الضيوف حتى فى الدول التى لا يوجد للقناة مكتب بها ولا يمكن لها استضافة الضيوف عبر الأقمار الصناعية نظراً للظروف السياسية التى تمر بها هذه الدول.

٥/٧ أخرى: ويأتى ضمن هذه الفئة الطرق الأخرى للتواصل مع الضيف والتى لم تأتى ضمن أى من الفئات السابقة.

٨. جنسية الجمهور المشارك فى النقاش:

وتشير هذه الفئة إلى جنسية الجمهور المشارك فى النقاش حول الموضوعات التى يتم مناقشتها فى برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة؛ حيث تسعى هذه الفئة إلى التعرف على أكثر الدول التى حرض جمهورها على التواصل مع برامج المشاركة الجماهيرية للتعبير عن رأيهم.

٩. جهة الجمهور المشارك فى النقاش:

ويقصد بها الدولة أو القارة التى تأتى مشاركة الجمهور منها، ويندرج ضمن هذه الفئة الفئات التالية:

١/٩ مصر: وتشير إلى الجمهور المشارك من داخل مصر.

٢/٩ دولة عربية إفريقية: وتشير إلى الجمهور المشارك من الدول العربية التى تقع فى القارة الإفريقية.

٣/٩ دولة عربية أسيوية: وتشير إلى الجمهور المشارك من الدول العربية التى تقع فى قارة آسيا، وقد تم الفصل بين الجمهور العربى المشارك من الدول

العربية على حسب القارتين نظراً لإختلاف طبيعة المشكلات التي يعانى منها المواطن العربى فى الدول العربية الإفريقية عن تلك المشكلات التي يعانى منها المواطن العربى فى الدول العربية الآسيوية.

٤/٩ دولة أوروبية.

٥/٩ أمريكا.

٦/٩ كندا.

٧/٩ إفريقيا.

٨/٩ آسيا.

٩/٩ أمريكا اللاتينية.

١٠/٩ غير واضح: ويشير إلى المشاركات التي تأتي من جمهور لا نعرف الجهة التي يشارك منها.

١١/٩ أخرى: وتشير إلى الجمهور المشارك من مناطق أخرى لم يتم ذكرها فى الفئات السابقة.

١٠. نوع الجمهور المشارك فى النقاش:

وتهدف إلى التعرف على نوع الجمهور المشارك وذلك بغرض التعرف على نسبة المشاركين فى الحوار من الجنسين ومدى جاذبية تلك البرامج لهم.

١١. وسائل مشاركة الجمهور فى البرنامج:

ويقصد بها الوسائل الإتصالية التي يعتمد عليها الجمهور فى التواصل مع برامج المشاركة الجماهيرية، وتحتوى هذه الفئة على الفئات الفرعية التالية:

١/١١ الإتصال التليفونى: حيث يتم الإتصال بالبرنامج مباشرةً على أرقام

الهواتف الموجودة أسفل الشاشة والمشاركة فى البرنامج وابداء الرأى.

٢/١١ استطلاع رأى من خلال تقرير مصور: وفيه يتم تقديم الآراء فى البرنامج

حول موضوع النقاش من خلال تقرير تقوم القناة بتصويره فى مكان وقوع

الحدث ومع جمهور مهتم بهذا الحدث أو هذه القضية.

٣/١١ الرسائل النصية (SMS): والتي يرسلها الجمهور على الأرقام المخصصة

للرسائل القصيرة فى البرنامج ويقراءها القائم بالإتصال على الهواء مباشرةً.

٤/١١ الرسائل الالكترونية: والتي يرسل فيها المشارك رأيه إلى البرنامج من

خلال E-Mail يقراءه القائم بالإتصال على الهواء مباشرةً.

٥/١١ تعليق نصي على صفحة القناة على الانترنت: وهو تعليق مكتوب يتركه المشارك على صفحة القناة على الإنترنت يوضح فيه رأيه ويقراه القائم بالاتصال.

٦/١١ تعليق نصي على صفحة البرنامج على موقع Facebook: وهو أيضاً تعليق مكتوب على صفحة البرنامج أو صفحة القناة على موقع التواصل الاجتماعي Facebook يقرأه المذيع في الحلقة على الهواء مباشرةً.

٧/١١ تعليق نصي على صفحة البرنامج على موقع Twitter: وهو تعليق مكتوب على صفحة البرنامج أو صفحة القناة على موقع التواصل الاجتماعي Twitter يقرأه المذيع في الحلقة على الهواء مباشرةً.

٨/١١ تعليق مصور باستخدام كاميرا الإنترنت Webcam: وهو تعليق مصور يسجله المشارك عن طريق كاميرا الإنترنت الخاصة به ثم يرسله إلى موقع القناة على الإنترنت.

٩/١١ تعليق مصور باستخدام خدمة 3 G Mobile: وهو تعليق مصور يسجله المشارك عن طريق كاميرا التليفون المحمول الذي يدعم خاصية الجيل الثالث ثم يرسله إلى القناة عبر رقم الهاتف.

١٠/١١ استخدام خدمة Skybe: من خلال التواصل مع الجمهور مباشرةً على الهواء وهو في منزله أو مكتبه أو أي مكان تتوفر فيه الخدمة.

١٢. أسلوب مشاركة الجمهور في النقاش:

ويقصد بها الطريقة التي يقدم بها الجمهور المشارك رأيه في موضوع النقاش، وتشتمل هذه الفئة على الفئات الفرعية التالية:

١/١٢ إبداء الرأي: بمعنى أن تقتصر مشاركة الجمهور على إبداء رأيه الخاص في الموضوع محل النقاش دون التطرق إلى تقديم معلومات أو طرح تساؤلات حول الموضوع.

٢/١٢ تقديم معلومات: وتعني أن تتضمن مشاركة الجمهور تقديم معلومات حول القضية المثارة للنقاش، وفي هذه الحالة غالباً ما يكون المشارك شاهد عيان على الأحداث.

٣/١٢ طرح أسئلة واستفسارات: ويقصد بها أن تحتوى مشاركة الجمهور على توجيه استفسارات وتساؤلات إلى البرنامج والمشاركين فيه حول الموضوع محل النقاش.

٤/١٢ طرح حلول: وتعنى أن يقدم المشارك حلولاً من وجهه نظره للمشكلة محل النقاش فى البرنامج.

٥/١٢ أكثر من بديل: ويقصد بها أن تحتوى مشاركات الجمهور على بديلين أو أكثر من البدائل السابقة.

١٣. المساحة الزمنية المخصصة للمشاركة الجماهيرية:

ويقصد بها المدة الزمنية التى يخصصها البرنامج من الحلقة لمشاركات الجمهور بعيداً عن الوقت المنقضى فى إذاعة التقارير أو التقديم للموضوع أو استضافة أحد المتخصصين للحديث حول الموضوع، وتحتوى هذه الفئة على الفئات التالية:

١/١٣ أقل من ٣٠% من مدة الحلقة.

٢/١٣ من أكثر من ٣٠% إلى ٥٠% من مدة الحلقة.

٣/١٣ من أكثر من ٥٠% إلى ٨٠% من مدة الحلقة.

٤/١٣ من أكثر من ٨٠% إلى ٩٠% من مدة الحلقة.

٥/١٣ أكثر من ٩٠% من مدة الحلقة.

١٤. المساحة الزمنية المتاحة لكل مشارك فى البرنامج:

ويقصد بها المدة الزمنية التى يتيحها القائم بالاتصال لكل فرد من الجمهور المشارك للتعبير عن رأيه فى الموضوع المطروح للنقاش فى الحلقة، وتشتمل هذه الفئة على الفئات التالية:

١/١٤ أقل من دقيقة واحدة.

٢/١٤ من دقيقة إلى ٣ دقائق.

٣/١٤ من أكثر من ٣ إلى ٥ دقائق.

٤/١٤ أكثر من ٥ دقائق.

١٥. إمكانية العودة مرة أخرى للمشارك للرد على آراء مشاركين آخرين:

وإمكانية العودة هنا تعنى أن القائم بالاتصال لا يقطع الإتصال مع المشارك بمجرد إبداء رأيه ولكنه يتركه على الإنتظار ويتجه إلى مشارك آخر، وإذا ما قدم هذا المشارك الأخر رأياً مخالفاً لرأى المشارك الأول يعود إلى الأول مره أخرى ليعطى له الفرصة للرد على الرأى المخالف له.

١٦. إمكانية أن يرد الضيف على تساؤلات وآراء الجمهور المشارك فى النقاش:

وتظهر هذه الفئة فى حالة وجود ضيوف متخصصين، وتعنى مدى إمكانية أن يعطى القائم بالإتصال الفرصة للضيف المتخصص بالرد على تساؤلات أو آراء الجمهور المشارك فى النقاش من عدمه.

١٧. مدى تدخل مقدم البرنامج فى توجيه النقاش:

ويقصد بهذه الفئة تحديد درجة تدخل القائم بالإتصال فى توجيه النقاش فى اتجاه معين يتوافق مع وجهه نظره أو وجه نظر القناة صاحبة البرنامج، أم أنه يكتفى بدور المدير للنقاش ولا يحاول أن ينحى به إلى أى اتجاه.

١٨. أشكال تدخل مقدم البرنامج فى توجيه النقاش فى حلقة البرنامج:

وتستخدم هذه الفئة فى حالة تدخل القائم بالإتصال فى توجيه النقاش، وتتضمن عدة فئات فرعية هى:

١/١٨ قطع الإتصال: ويقصد بها أن ينهى مقدم البرنامج مشاركة الجمهور الذى لا يتوافق معه فى الرأى دون أن يكمل رأيه ويقطع عنه الإتصال.
٢/١٨ طرح وجه نظر مخالفة لتلك التى يقدمها المشارك ويترك له الفرصة للرد: وذلك دون أن يقطع الإتصال عنه ولكنه يلح فى طرح وجه النظر الأخرى.

٣/١٨ التعقيب على كلام المشارك بوجه النظر التى يتبناها القائم بالإتصال ثم قطع الإتصال دون أن يتمكن المشارك من الرد.

٤/١٨ أخرى: وتحتوى على الطرق الأخرى التى يتبعها القائم بالإتصال فى التدخل فى سير النقاش ولم يتم ذكرها فى الفئات الأخرى.

١٩. مدى التزام المشاركين فى النقاش بأخلاقيات الحوار:

ويقصد بها تحديد مدى التزام المشاركين فى النقاش من الجمهور بأداب الحوار من عدمه أثناء إجراء النقاشات فى الحلقة.

٢٠. أشكال عدم الالتزام بأداب الحوار:

وتستخدم هذه الفئة فى حالة عدم التزام المشاركين بأخلاقيات الحوار، وتشير إلى أشكال عدم الالتزام وتحتوى على عدة فئات فرعية هى:

١/٢٠ رفع الصوت والتحدث بعصبية غير مبررة: من جانب الجمهور المشارك فى النقاش.

٢/٢٠ توجيه السباب والشتم لأحد المسؤولين.

٣/٢٠ الإدلاء بتصريحات وازاء تحرض على العنصرية أو العنف أو إذراء الأديان أو الأعراق: مثل إحداء فتنة بين المسلمين والمسيحيين أو السنة والشيعية.

٤/٢٠ أخرى: وتحتوى على الأشكال الأخرى من أشكال عدم الالتزام بآداب الحوار والتي لم يتم ذكرها فى الفئات السابقة.

إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: إجراءات الصدق:

تم التأكد من صدق صحيفة تحليل المضمون الذى يعبر عن مدى قدرة الصحيفة على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلا، بحيث تتطابق المعلومات التى يتم تجميعها بواسطة هذه الأدوات مع الحقائق الموضوعية^١، وذلك بمرعاه ما يلى:

١. **الصدق الظاهرى (Face Validity)** : وتمت مرعاه من خلال تقييم صحيفة تحليل المضمون بعرضها على مجموعة من المحكمين الخبراء فى مجال الدراسة لقياس مدى صلاحيتها لقياس المتغيرات موضع الدراسة^٢.

٢. **صدق المحتوى (Content Validity)**: وهو ما يسمى بالصدق المنطقى (Logical Validity) ويستهدف التأكد من أن صحيفة تحليل المضمون تتضمن كافة الجوانب والمتغيرات والأبعاد الخاصة بالمشكلة البحثية، وكذلك التأكد من مدى شمولها وتمثيلها لموضوع الدراسة^٣، وقد تمت مرعاه الجانب الخاص بصدق المحتوى فى تحديد فئات

(١) سمير محمد حسين، تطبيقات فى مناهج البحث العلمى: بحوث الإعلام، الطبعة الثانية (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩١) ص ٢٧٢.

(٢) المحكمون، الأسماء مرتبه أبجدياً :

– أ.د: أحمد أحمد عثمان، الأستاذ بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة المنصورة.
– أ.د.م: أمانى السيد فهمى، الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
– أ.د: بركات عبد العزيز عبدالله، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
– أ.د: خالد صلاح الدين حسن، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
– أ.د: سلوى إمام على محمد، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
– أ.د: عادل عبد الغفار فرج، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
– أ.د: عدلى سيد محمد رضا، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
– أ.د: محمد محمود محمد المرسى، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
– أ.د: منى محمد سعيد الحديدى، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
– أ.د: وليد فتح الله مصطفى بركات، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

(٣) المرجع السابق، ص ٢٧٣.

التحليل ووحداته؛ بحيث تغطي هذه الفئات كافة أبعاد المشكلة البحثية والمتغيرات التي تشمل عليها تساؤلات الدراسة.

ثانياً: إجراءات الثبات:

للتأكد من ثبات صحيفة تحليل المضمون قام الباحث بعد التحديد الدقيق لفئات ووحدات التحليل بالتعاون مع إثنين من المحللين؛ حيث قام كل محلل بتحليل مضمون عينة مشاركات الجمهور في برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة وفقاً لفئات ووحدات التحليل المتضمنة في استمارة التحليل التي أعدها الباحث، وقد بلغ عدد الفئات التي استخدمها كل محلل في تحليل المشاركات الواردة في العينة ١٦٠ فئة. وباستخدام معادلة ثبات هولستي Holsti ، فقد تم تحديد معامل الثبات بين المحللين على النحو التالي:

٢ ت

معامل الثبات = _____

١ ن + ٢ ن

حيث أن:

٢ = عدد المحللين.

ت = عدد فئات الإتفاق بين المحللين.

١ ن = عدد الفئات التي قام بترميزها المحلل الأول.

٢ ن = عدد الفئات التي قام بترميزها المحلل الثاني.

وبتطبيق معادلة ثبات هولستي Holsti نجد أن:

٢ (١٥٣)

معامل الثبات = _____ = ٠,٩٥٦٢٥ تقريباً

١٦٠ + ١٦٠

وبذلك تكون نسبة الثبات بين المحللين في هذه الدراسة وفقاً لنتائج معادلة هولستي Holsti هي ٩٥,٦ % .

الفصل الثانى

نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وتطبيقها على الدراسة

- ظروف نشأة نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام:

أولاً: نظرية السلطة.

ثانياً: النظرية الليبرالية أو الحرية.

ثالثاً: نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

- المبادئ الرئيسية لنظرية المسئولية الاجتماعية.

- أبعاد ومرتكزات نظرية المسئولية الاجتماعية.

- إيجابيات نظرية المسئولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام.

- الانتقادات الموجهة لنظرية المسئولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام.

- المسئولية الاجتماعية للإعلام المرئى ولبرامج المشاركة الجماهيرية (تطبيق النظرية على موضوع الدراسة).

نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وتطبيقها على الدراسة:

تتعلق هذه الدراسة فى إطارها النظرى من معطيات نظرية المسئولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام حيث تعد إطاراً اجتماعياً وأخلاقياً ينبغى أن تعمل فى إطاره وسائل الإعلام، كما تفيد الأطر المختلفة التى تقدمها هذه النظرية فى توجيه وسائل الإعلام وتطوير أدائها على المستوى الوظيفى والأخلاقى^١.

لذا تقوم هذه الدراسة بتسليط الضوء على مفهوم هذه النظرية ودوافع ظهورها والمقولات التى تشكل عماد هذه النظرية، وأبعادها المختلفة، ورؤية النظرية للضوابط المختلفة التى تحكم عمل وسائل الإعلام، وكذلك الانتقادات الموجهة إليها، إضافة إلى كيفية توظيف هذه النظرية لتحقيق أهداف البحث فى التعرف على دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات فى دعم حرية التعبير وذلك من خلال الإجابة على تساؤلات الدراسة باستخدام صحيفة تحليل المضمون المعد خصيصاً لهذا الغرض.

ظروف نشأة نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام:

بدأ المفكرون فى المجتمعات الديمقراطية خلال القرن العشرين يعبرون عن سخطهم فيما يتعلق بنظرية الحرية أو النظرية الليبرالية، لأن عدداً من المبادئ الأساسية فى هذه النظرية قائمة على قواعد غير سليمة كما أن بعض المفاهيم وكثيراً من وسائل الإتصال فى تغيير دائم وهذه التغييرات المستمرة جعلت العلماء فى القرن العشرين يبتعدون عن تأييدهم للنظرية الليبرالية.

وقد تطورت نظرية المسئولية الاجتماعية مع تطور حرية الصحافة والإعلام على مدار تاريخها الطويل من خلال ثلاث نظريات رئيسية هى^٢:

أولاً: نظرية السلطة:

ارتبطت نشأة هذه النظرية بنشأة الصحافة فى نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر فى أوروبا الغربية وذلك حيث سيطرت هذه النظرية على أوروبا على مدى قرنين من الزمان مركزة السيطرة على وسائل الإعلام فى يد الدولة والتى تسن القوانين والتشريعات كقيود

(١) حسن عماد مكاوى، مرجع سابق، ص ٦٦.

(٢) محمد منير حجاب، نظريات الإتصال (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص ص ٢١١ - ٢٢٥.

على حرية الصحافة لتجعلها فى خدمة السلطة والدفاع عنها. ويرى البعض أن جوهر النظرية السلطوية قائم على فكرة أن الملك أو السلطان يتسم بسمه الألوهية وأن الشعب يعتبر عبداً للحاكم، وأن الحاكم يعتبر نفسه صاحب الحق الأول فى تحديد نوع المعلومات التى تصل إلى عقول الجماهير.

وتتلخص أهم الأسس الفكرية التى تقوم عليها هذه النظرية فى خمس نقاط أساسية هى:

١. أن الحاكم يتسم بسمه الألوهية.

٢. أن الشعب عبد للحاكم.

٣. أن الحاكم هو صاحب الحق الأول فى تحديد نوع المعلومات التى تصل إلى أذهان الناس.

٤. أن الحاكم يتصرف فى الإعلام لا غيره.

٥. إن الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام هى تأييد سياسة الحاكم والدعوة إلى تعضيدها.

وقد عاشت أوروبا لمدة قرنين كاملين تحت هيمنة النظرية السلطوية إلى أن تحررت من هذا الاستبداد بفعل الفكر التنويرى الذى تأسست عليه بنايات وهياكل مؤسسية جديدة فى هذه الدول، ولكن الفكر والممارسة السلطوية كانت الأساس الذى اعتمدت عليه الدول النامية وخاصة الدول حديثة العهد بالاستقلال من الاستعمار الأوروبى، وذلك حيث تبنت هذه النظرية العديد من الأنظمة فى تلك الدول حرصاً منها على السيطرة والتحكم فى وسائل الإعلام من خلال فرد أو نخبة سلطوية حاكمة.

ثانياً: النظرية الليبرالية أو الحرية:

بدأت هذه النظرية فى الظهور فى القرن السابع عشر وازدهرت فى القرن التاسع عشر، وترى أن وسائل الإعلام تراقب أعمال وممارسات أصحاب النفوذ والقوة فى المجتمع، كما تدعو إلى فتح المجال لتداول المعلومات عبر وسائل الإعلام كحق مشروع للجميع وبدون أى قيود على جمع ونشر المعلومات عبر وسائل الإعلام، وتفترض هذه النظرية قدرة أفراد المجتمع على اتخاذ القرارات السليمة؛ حيث تتيح للفرد الحرية الكاملة فى التفكير وإبداء الرأى، وتقوم وسائل الإعلام بدور الشرح والتفسير وعرض مختلف الآراء ووجهات النظر مما يساعد الأفراد على اتخاذ القرارات الصحيحة.

وقد كان لأفكار العديد من المفكرين دور كبير في التمهيد لبروز نظرية الحرية والفكر الليبرالي والذي بدأ يحكم العمل الصحفي عقب الثورة الفرنسية، حيث تضمن ميثاق الثورة الفرنسية حق كل فرد في أن يكتب أو يطبع ما يشاء في حرية تامة، كما أعقب ثورة التحرير في الولايات المتحدة صدور الدستور الذي نص على عدم حق الكونجرس في إصدار أى تشريع من شأنه أن يحد من حرية الأفراد في التعبير عن آرائهم بأى وسيلة^١. وقد ذهب بعض المفكرين إلى أن الصحافة يجب أن تكون أقوى من الحكومة، وقد استمدوا ذلك من المقولة "أن الحكومة المثالية هي التي تحكم أقل"، كما ذهب توماس جيفرسون إلى أنه يفضل وجود صحف بدون حكومة أفضل من وجود حكومات بدون صحف^٢.

وتتطلق الفكرة الأساسية لهذه النظرية من كونها تسعى إلى إيصال الحقيقة إلى الناس، وإلى كونها لا تخدم أحداً أو مؤسسة في إطار عملها الإعلامي ولا تخضع لأى شكل من أشكال الرقابة سواء كان داخلياً لم خارجياً، وبالتالي فتتلخص أهم وظائف الخبر في وظيفتين أساسيتين هما:

١. نقل الحقيقة كاملة دون حدود أو قيود.

٢. إثارة اهتمام القراء لكي يقبلوا على شراء الصحيفة.

وبمقتضى هذا النظام الليبرالي في الصحافة؛ أصبحت الصحافة تتمتع بحرية كاملة دون أى قيود من خارجها وأصبح للأفراد الحق في إصدار الصحف طالما كان ذلك في إمكانهم، ومنعت الرقابة السابقة واللاحقة من جانب الحكومة على الصحف وبذلك اكتسبت الصحافة في ظل نظرية الحرية في خلال القرنين الثامن والتاسع عشر أهمية كبيرة لدى الراى العام وأنظمة الحكم وأسهمت بشكل واضح في زيادة قدرة الجماهير على اتخاذ القرارات السليمة تجاه المشكلات والقضايا المختلفة^٣.

إلا أن الصحف أساءت استخدام الحرية الممنوحة لها في النصف الثانى من القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين في دول أوروبا الغربية والولايات المتحدة، حيث زاد التنافس فيما بينها على زيادة التوزيع وقلة الاهتمام بالشئون العامة والقضايا الجادة، في الوقت الذى بدأت تركز فيه على الموضوعات الجنسية والفضائح والموضوعات الخفيفة، وهو الأمر الذى جعل من الصحف أدوات للإثارة والتسلية، كما استباحت الصحف لنفسها انتهاك حرمة الحياة الخاصة للأفراد في سبيل الحصول على قصص يغلب عليها الطابع الجنسى وهو ما جعل التدخل بالتشريع لحماية الحياة الخاصة للمواطنين ضرورة مجتمعية مشروعة، وفي هذا الإطار تزايد

(١) حسن عماد مكاوى، مرجع سابق، ص ٦٦.

(2) Hierbert, Ray Eldon & Reuss , carol , **Impact of Mass Media** (New York : Longman INC., 2nd ,1988) P211 .

(٣) حسن عماد مكاوى، مرجع سابق، ص ٦٧.

اتجاه الصحف فى الدول الغربية إلى التخلّى عن المعايير المهنية فى الأداء الصحفى وهو الأمر الذى أدى إلى تفاقم أزمة الصحافة وبروز أهمية نظرية المسؤولية الاجتماعية كحل لأزمة الصحافة^١.

ثالثاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام:

ولدت نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام بسبب الاستخدام الخاطىء لمفهوم الحرية، سواء كان من قبل ملاك تلك الوسائل أو من قبل (الإعلاميين) أنفسهم، حيث أفرطت نظرية الحرية Freedom Theory فى إعلاء حرية الفرد على حساب مصلحة المجتمع، وبالغت فى منح الفرد الحق فى التنصل والتحرر من إى مسؤولية اجتماعية أو قيمة أخلاقية فى ظل هذه النظرية، ومع تحول الإعلام إلى صناعة صار ينظر إلى كل شىء على أنه "سلعة" حتى المبادئ والقيم، وأصبح جنى المال هدفاً فى حد ذاته ولم يعد للجشع الفردى حدود^٢. ولذلك جاءت هذه النظرية حتى تحقق حق الفرد فى الإتصال والمعرفة ولكن فى نفس الوقت تحافظ على حقوق المجتمع وحمايته من نزوات الأفراد وتسلط الرغبات الشخصية وخدمة الصالح العام.

وقد ظهرت هذه النظرية كتطور طبيعى للمزج بين مفهومي الحرية والمسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للإعلام وذلك فى منتصف القرن العشرين، عندما صدر تقرير لجنة حرية الصحافة الأمريكية عام ١٩٤٧، والذى حذر من التجاوزات الكبيرة للصحف الأمريكية والتي تنعكس بالضرر على المجتمع، كما ركزت على كيفية تحقيق العدالة الاجتماعية فى وسائل الإعلام وتأقلمها مع التطورات الحديثة التى تطرأ عليها من حين إلى آخر^٣، وقد أسهمت جهود كل من Cristians , Elliot , Mirrel , Petterson ,Rivers ,Gerald فى استكمال التأسيس لنظرية المسؤولية الاجتماعية فى الإعلام^٤.

تعتبر نظرية المسؤولية الاجتماعية من نظريات الإعلام المعيارية، والتي تعبر عن خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للإتصال الإنسانى بال جماهير بهدف تفسير ظاهرة الإتصال والإعلام ومحاولة التنبؤ بتطبيقاتها وأثرها على المجتمع. وتصف هذه النظريات المعيارية ومنها

(١) سليمان صالح، مفهوم حرية الصحافة: دراسة مقارنة بين جمهورية مصر العربية والمملكة المتحدة فى الفترة من ١٩٤٥ إلى ١٩٨٥، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة ١٩٩١) ص ص ٧٧٠ - ٧٧١.

(٢) أميرة محمد إبراهيم النمر، مرجع سابق، ص ٢٨٦.

(3) Al Anderson , H., An Empirical Investigation of What Social Responsibility Theory Means , In : **Journalism Quarterly**, 1977, Vol. 54 , p33 \ from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 28 May 2011 at 5:16 pm .

(٤) محمد حسام الدين محمود إسماعيل، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية: دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالإتصال فى الصحف القومية والحزبية فى الفترة من ١٩٩١ إلى ١٩٩٤، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الصحافة ١٩٩٦)، ص ص ٧٠ - ٧٧.

نظرية المسؤولية الاجتماعية وضعاً مثالياً لنظام الإعلام تتحدد فيه الهيكلة والعمليات، وهى لا تصف واقع الإعلام بل تؤكد على مثالية الإعلام وما ينبغى أن يكون عليه. وتتطلق عادة هذه النظريات من الفلسفة والقيم السائدة فى المجتمع والتي تؤسس لنشأة المؤسسات الإعلامية وتعطيها الشرعية المطلوبة، وتنعكس الملامح الخاصة بهذه النظريات فى القوانين والسياسات الإعلامية ومواثيق الشرف وأخلاقيات المهنة^١.

وتستمد نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام أهميتها من الاهتمام الشديد الذى أولاه العديد من الفلاسفة والباحثين والمنظرين بوجه عام والعاملين فى مجال الإعلام بوجه خاص إلى فكرة الحرية والمسؤولية، حيث أن هناك دائماً ما يشبه الصراع بين الحرية والمسؤولية، فالإعلامى بطبعه يسعى إلى تحقيق سبق إعلامى ويرغب فى حرية غير محددة من السلطة فى حين أن المجتمع من جانب آخر يرغب فى وضع سقف لهذه الحرية وذلك لما حمايةً للمجتمع أو حمايةً لمصالحهم. ومن ثم كانت ثنائية الحرية والمسؤولية مجالاً لعدد من الدراسات الإعلامية المتخصصة مع اختلاف القضايا التى يتم التطبيق عليها سواء من حيث طبيعتها أو نطاقها أو مجال تركيزها^٢.

وتشير المقولات العلمية لنظرية المسؤولية الاجتماعية إلى أن وسائل الإعلام تمارس دوراً مهماً فى المجتمع يتمثل فى حمايتها للنسيج الاجتماعى والتعبير الحر عن مطالب الجماهير ورغباتهم ومن ثم لا بد أن تلتزم هذه الوسائل بأخلاقياً بطرح ومناقشة القضايا الهامة والبارزة فى المجتمع، وذلك لأنها تقوم بدور النائب عن الجمهور فى التعبير عن اهتماماتهم واحتياجاتهم المختلفة وبالتالي تقتضى المسؤولية الاجتماعية أن تقوم وسائل الإعلام بمراعاة عادات المجتمع وتقاليد وأعرافه بالإضافة إلى الحفاظ على سلامة المجتمع وصيانة مقدراته الفكرية والثقافية^٣.

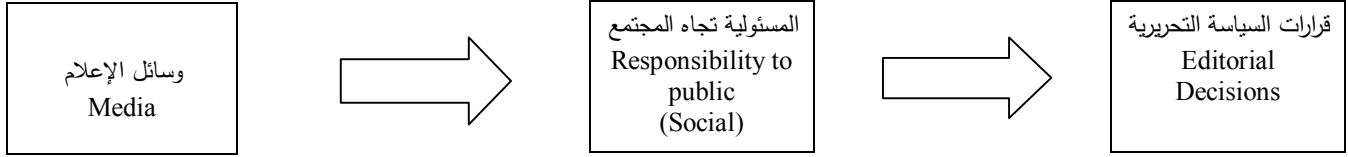
وفى بداية ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وضع سيبرت وآخرون (Siebert et al., 1956) نموذجاً أطلقوا عليه أسم "النموذج التقليدى للمسؤولية الاجتماعية Traditional Social Responsibility Model" وهو يعد نموذج خطى يحدد موقع المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسة الإعلامية ويأتى قبل اتخاذ القرارات الخاصة بالسياسة التحريرية للوسيلة - ويلاحظ فى هذا النموذج أنه لم يحدد متغيرات أخرى يتم اخذها فى الاعتبار عند تحديد المضامين الإعلامية المقدمة فى وسائل الإعلام - وقد أرجع بعض الباحثين ذلك إلى سيطرة الحكومات فى تلك الفترة على ملكية وسائل الاعلام، وظهر النموذج كالتالى^٤:

(١) محمد منير حجاب، مرجع سابق، ٢١١.

(٢) أشرف جلال حسن، مرجع سابق، ص ٤٨.

(3) Dennis ,E., **Social Resposibility Representation and reality** (Beverly Hills : Sage Publication ,1980) P 101 .

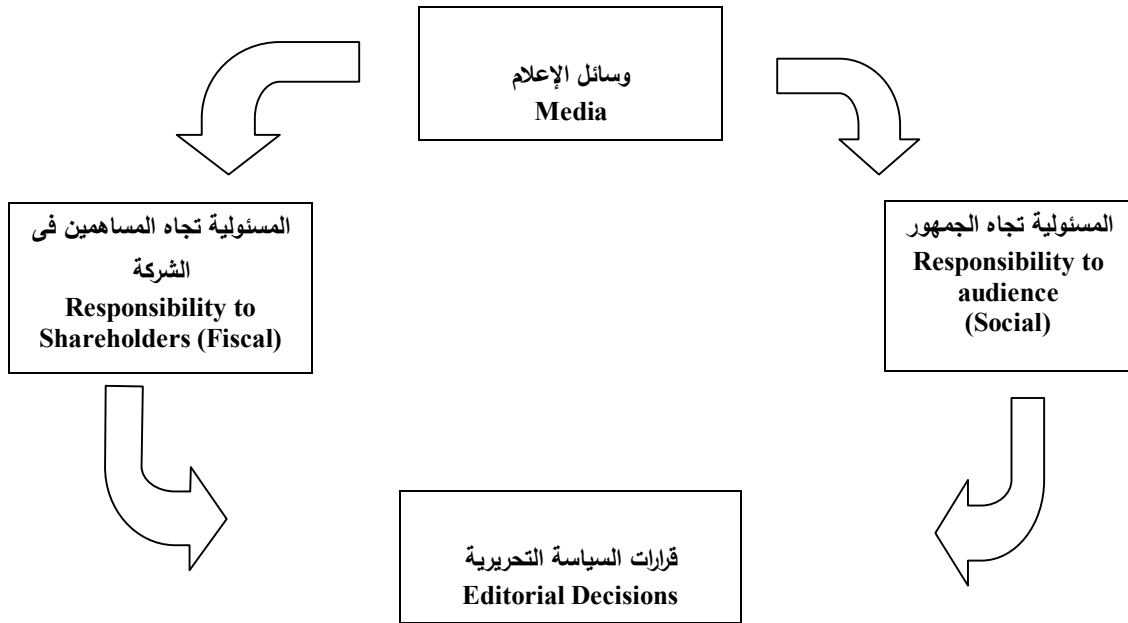
(4) Adams , Terry & Cleary , Johanna . **Op.Cit** , P 2.



شكل رقم (١)

النموذج التقليدي للمسئولية الاجتماعية Traditional Social Responsibility Model

ولكن على عكس وقت ظهور نظرية المسئولية الاجتماعية - والذي كانت فيه وسائل الإعلام ملكاً للدولة - فإن وسائل الإعلام الآن قد أصبحت تمتلكها شركات خاصة ضخمة تتكون من العديد من المساهمين، وتسعى بالدرجة الأولى إلى تحقيق الربح المادي ولذلك فقد اهتمت معظم أدبيات البحث العلمي في هذه النقطة بدراسة أما الأخبار الاقتصادية أو التأثيرات الاقتصادية للأخبار ولذا فقد اقترح تيري آدامز بلوم وجوهانا كلييري & Terry adams Johanna cleary (٢٠٠٩) نموذجاً جديداً للمسئولية الاجتماعية أطلقوا عليه اسم "النموذج المزدوج للمسئولية Dual responsibility of the news media"، ومكوناته على النحو التالي^١:



شكل رقم (٢)

النموذج المزدوج للمسئولية Dual responsibility of the news media

(1) Ibid , P 6 .

وتقوم فكرة المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام على التوازن بين الحرية والمسؤولية حيث أضافت هذه النظرية إلى مبادئ النظام الإعلامى الليبرالى مبدئين جديدين يتمثلان فى ضرورة وجود التزام ذاتى من جانب الإعلاميين بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التى تستهدف تحقيق التوازن بين حرية الإعلام ومصلحة المجتمع، كما أنه على الإعلام واجب اجتماعى يتمثل فى تقييم الأحداث الجارية وتفسيرها فى إطار له معنى^١.

وفى نفس السياق يحدد مفهوم الحرية المسؤولية مجموعة من الواجبات على الصحافة - والتى يمكن أن تتسحب على باقى وسائل الإعلام الأخرى - تجاه المجتمع وهى^٢:

١. يجب أن تقدم خدمة إعلامية صادقة، شاملة، إلى جانب تقديم مضمون ثرى حول الأحداث التى وقعت فى المجتمع مع تقديمها فى إطارها السليم.

٢. تعتبر الصحافة بشكل خاص ووسائل الإعلام بشكل عام منتدى لتبادل التعليق والنقد.

٣. يجب أن تكون وسائل الإعلام بمثابة الممثل عن المجموعات المكونة للمجتمع.

٤. المساعدة فى عرض وتوضيح قيم المجتمع.

٥. لا بد لوسائل الإعلام أن تتيح للجمهور القدرة الكاملة على الوصول إلى المعلومات يومياً.

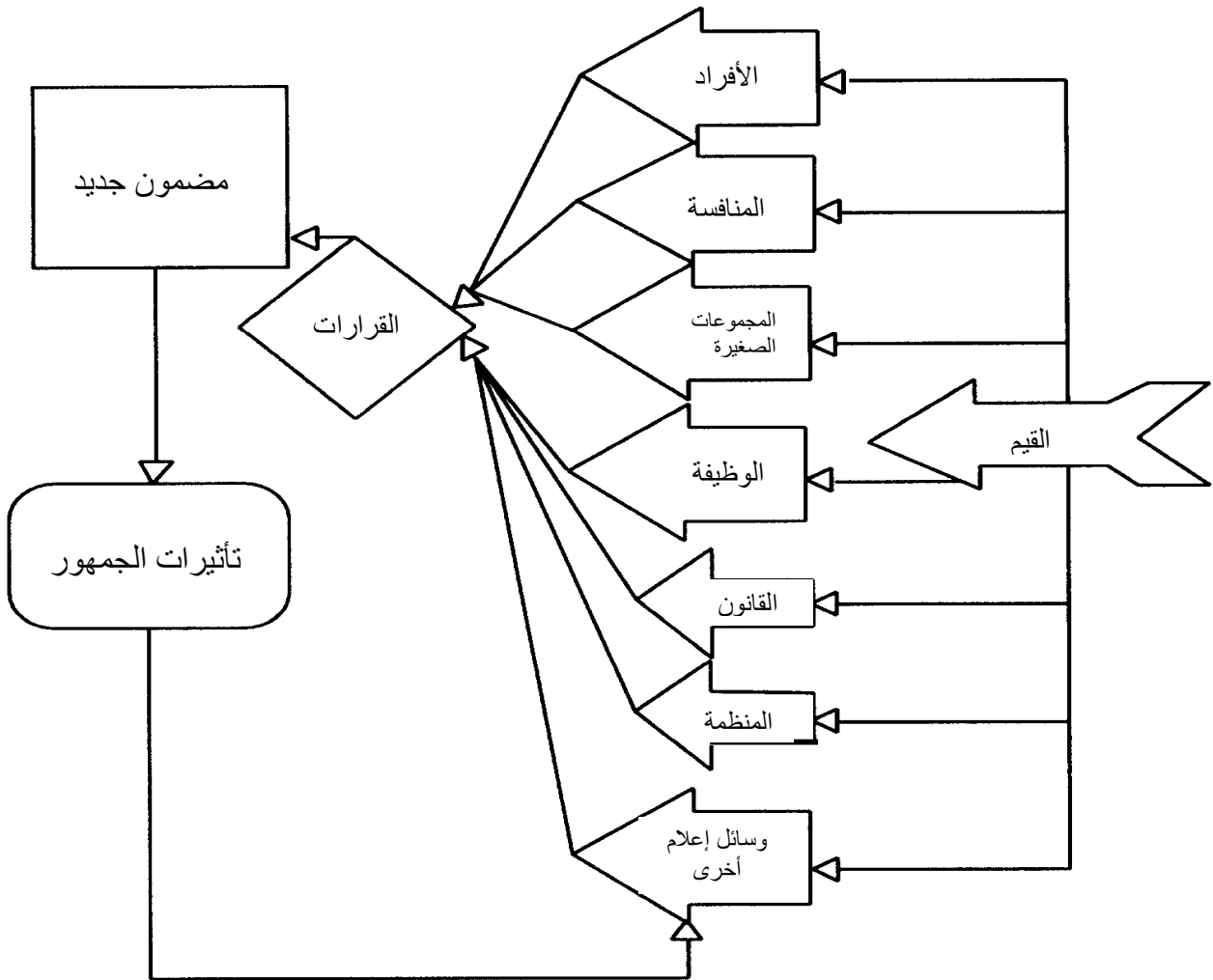
وتحدد نظرية المسؤولية الاجتماعية مسؤوليات الصحفى حيث يرى "رالف بارنى" أن مسؤولية الصحفى هى تقديم مختلف الآراء والأفكار بوعى كامل لأبعادها وإتاحة البدائل الممكنة أمام الناس ومراعاة تنوع المحتوى، كما يرى أن الديمقراطية تزدهر بتنوع الآراء، كما يعتقد "تيودور جلاسر" أن المسؤولية تقتضى أن يعمل الإعلامى لصالح الجمهور العام وليس لصالحه الشخصى، وأن التعديل الأول من الدستور الأمريكى يستهدف حماية الصالح العام وليس وسائل الإعلام، كما يجب على الحكومة أن تتأكد من أن الصحفيون لا يسيئون استخدام حرية الصحافة. ويرى "دينيس" أن الصحفى المسئول هو الذى يعمل فى صحافة تمثل كل فئات المجتمع، وإن كان يرى أن هناك حاجة لمناقشة معيار "التمثيل" بشكل دقيق قبل تحديد مسؤولية الصحافة بوضوح وذلك لأنه غالباً ما يتم إغفال أصوات الجماعات المقهورة والفقيرة فى المجتمع ولا يتم إعطاءها حقها فى وسائل الإعلام^٣.

(١) فاروق أبو زيد، *النظم الصحفية فى الوطن العربى* (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٦)، ص ٧.

(٢) Tsukamoto , Seijiro . *Op.Cit* , pp 55-56 .

(٣) حسن عماد مكاوى، نظرية المسؤولية الاجتماعية وممارسة العمل الإخبارى، *مجلة بحوث الإتصال*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع، ١٩٩٣، ص ٢٣٣.

وقد أشار بول اس فوكس Paul S. Voakes (١٩٩٧) إلى "نموذج الأخلاقيات والمحددات الاجتماعية لصناعة الأخبار" وتقديمها في وسائل الإعلام، حيث أشار إلى أن الأفراد لا يتعاملون مع الأخبار بشكل واحد ولكن يختلف مدى تقييمهم وتأثرهم وحكمهم على الأخبار على حسب اختلاف القيم التي يؤمنون بها، كما أن الأمر لا يتوقف عند هذا الحد بل إن هناك معايير أخرى تتداخل مع هذه القيم وهي: الفردية، المنافسة، المنظمات المجتمعية، العمل، القانون، المجموعات الصغيرة، ووسائل الإعلام الأخرى غير التليفزيون. وتحدد في النهاية شكل هذه القيم والتي يجب أن تعتمد عليها وسائل الإعلام في صياغة أخبارها حتى تتمكن من الوصول إلى الجمهور، وقد قدمت هذه العلاقة المتبادلة في الشكل التالي:



شكل رقم (٣)

نموذج الأخلاقيات والمحددات الاجتماعية لصناعة الأخبار

(1) Voakes , Paul S. **Op.Cit** , P 20 .

كما قدم فوكس Voakes أيضاً نموذجاً أطلق عليه "نموذج المسئوليات القانونية والأخلاقية The Three Model of Ethical and Legal Responsibility" وهو نموذج يتكون من ثلاث أطروحات توضح كيفية تعامل الصحفيين - والإعلاميين بشكل عام - مع المسئوليات الأخلاقية والقانونية وهي¹:

١. نموذج الإنعزال عن العالم The Separate Realms Model: ويرى هذا النموذج أن القانون يحمل صفة الإلزام، كما أنه صارم وموضوعي وينتج عن خرقه عقوبات من قبل الأنظمة، أما الأخلاقيات فيمكن إدراكها بالحس والبديهه وينتج عن خرقها وخز في الضمير وبالتالي فن القانون يمثل عاملاً هاماً ومؤثراً على سلوك الإنسان. ويرى مفكرو هذا النموذج أن القانون معد للإستخدام في الطوارئ من قبل السياسين ويتميز بالسرعة في حال النزاعات، ومن ثم فإن القانون والأخلاقيات يتعارضان.

٢. نموذج التوافق The Correspondence Model: ويخلص هذا النموذج إلى أن هناك معدلاً عالياً من التوافق بين القيم الأخلاقية والقانونية وأن هناك ارتباطاً بين المعايير والقيم الاجتماعية التي تشكل الإحساس بالشرعية، ومن ثم يصعب القول بوجود تنافر بين ما هو أخلاقي وما هو قانوني، وهكذا يصبح البديل هو التصرف بشكل قانوني وأخلاقي معاً، ولا يتم تقديم القانون على الأخلاق كما يرى نموذج الانعزال، وهذا النموذج ينتج عنه نظام قانوني يؤدي إلى إخضاع المواطنين إلى القانون بأسلوب شرعي.

٣. نموذج المسئولية The Responsibility Model: ويجمع هذا النموذج بين النموذجين السابقين، حيث يرى أن القانون مستمد من الأخلاقيات كما يستمد منها قوته وشرعيته وإحساس المواطنين بضرورة الخضوع له، وطبقاً لهذا النموذج فإنه لا بد أن يتم وضع القانون في الحسبان عند اتخاذ أى قرار لأنه ذو سيادة والزام كما أنه في الوقت نفسه يحمل ملامح أخلاقية.

وقد استفادت الدراسة من نموذج المسئوليات القانونية والأخلاقية في التعرف على كيفية تعامل القائمين بالإتصال في برامج المشاركة الجماهيرية مع المسئوليات الأخلاقية والقانونية من خلال تحليل المضمون لمعرفة مدى التزام القائمين بالإتصال بمراعاة هذه المسئوليات والحفاظ على حق الجمهور في التعبير عن رأيه بكل حرية.

(1) Voakes , Paul . Rights , Wrongs and Responsibilities – Law and Ethics in the Newsroom , In : **Journal of Mass Media Ethics** , 2000 , Vol 15 , PP 14 – 29 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 30 May 2011 at 6:08 pm .

وعلى مستوى القيم المهنية التي تحكم المعالجة الإعلامية للموضوعات والقضايا والأحداث، فليها وفقاً لمعطيات نظرية المسؤولية الاجتماعية تشمل الصدق (الصدق الذاتي، صدق القول، صدق الفعل) والدقة، والشمول (خلفية الأحداث، الأشخاص الفاعلين، طبيعة الظروف المكانية والزمانية، الأبعاد السياسية والاقتصادية المحيطة بالحدث أو القضية، والموضوعية)^١.

وتعد الموضوعية من أهم القيم المهنية التي يجب مراعاتها عند أداء الصحافة لوظائفها في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، ويتكون مفهوم الموضوعية من ستة عناصر هي: البحث عن الحقائق، نشر الحقائق، مصادر المعلومات، الفصل بين الرأى والخبر، الحياد وعدم التحيز، التوازن^٢. كما يجب أن ينطوى تحقيق المسؤولية الاجتماعية على مراعاة القضايا الجدلية التي تفرزها ممارسات الأخبار ومنها قضية صراع المصالح، حيث أنه قد يحدث تعارض في الممارسة بين حقوق الدولة وحقوق وسائل الإعلام وحقوق الأفراد.

وهناك أيضاً قيمة العدالة والدقة وهي تعتمد على توازن مصادر الأخبار وتقديم المعلومات بدون إغفال عناصر أساسية فيها وافساح المجال لمختلف الآراء، وقضية الموضوعية التي تعتمد على رغبة المهنيين في تحقيق توازن المعلومات وتكاملها وعدم التحيز، وقضية الذوق الجيد والتي تنطوى على تقديم الأخبار بصورة درامية أكثر من اللازم لتحقيق الإثارة، وقضية التحايل عند جمع الأخبار من خلال استخدام أساليب غير مشروعة مثل الاستيلاء على الوثائق وإيقاع المواطنين في الشرك واستخدام مبدأ الغاية تبرر الوسيلة على حساب أخلاقيات الممارسة.

بالإضافة أيضاً إلى قضية انتهاك الخصوصية من خلال التلصص على الحياة الخاصة للشخصيات العامة والمواطنين وفضح أسرارهم الخاصة على الملأ، وقضية خصومة الحكومة وهي التي تعتمد على تصيد الأخطاء ونشر الأخبار السلبية عن الشخصيات الحكومية والمنظمات التابعة للحكومة، وأخيراً قضية الهيمنة والاحتكار من خلال تجمع وسائل الإعلام في كيانات اقتصادية ضخمة تفرض ما تراه من أفكار وآراء وتقلل من تدعيم السوق الحرة للأفكار وتؤدي في النهاية إلى احتكار المعلومات من جانب من يملكون هذه المؤسسات الإعلامية وبالتالي السيطرة على تدفق المعلومات مما يتبعه في النهاية بالسيطرة على طريقة التفكير وسبل اتخاذ القرارات من جانب الأفراد في المجتمع^٣.

(١) عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص ٧٥٨.

(٢) حازم أنور محمد البنا، مرجع سابق، ص ١٩٤.

(٣) حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص ص ٢٣٣ - ٢٤٥.

وتحدد هذه النظرية شكل الإعلام الحر بشكل عام بما فيه - الصحافة الحرة - على أنه هو الذى يضطلع بالعديد من المسئوليات تجاه الفرد والمجتمع وهى^١:

١. القيام بدور الرقابة على أعمال الحكومة.

٢. تسليط الضوء على القضايا المهمة فى المجتمع.

٣. تثقيف المواطنين.

٤. إقامة التواصل بين الناس.

كما أنها تحدد ثلاث مستويات رئيسية للمسئولية فى الإعلام وهى على النحو

التالى^٢:

أولاً: المسئولية تجاه المجتمع العام: ويتحقق ذلك من خلال إتاحة المعلومات لكافة المواطنين، وعدم إلحاق الضرر بهم، وأحياناً يتصارع كلا الأمرين حيث أن إتاحة المعلومات يمكن أن يحقق الضرر ببعض الأفراد، إلا أن مفهوم المنفعة يقتضى بأن يتم التضحية بصالح بعض الأفراد من أجل صالح المجموع.

ثانياً: المسئولية تجاه المجتمع المحلى: وهى امتداد للمسئولية الأولى ويعتمد تحقيقها على ما يلى:

١. نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع، وما يتوقعه المجتمع من الفرد.

٢. أداء الرسالة الإعلامية السابقة مع تجنب الأذى بقدر الإمكان.

٣. إحاطة الناس علماً بما يحقق صالحهم الآن وفى المستقبل.

٤. أداء الرسالة الإعلامية السابقة بأسلوب لا يقلل من ثقة الناس فى وسائل الإعلام.

ثالثاً: المسئولية تجاه الذات: ويتحقق ذلك من خلال أداء الرسالة الإعلامية بأقصى قدر ممكن من الدقة والأمانة والصدق والموضوعية لما يفترض انه فى صالح المجتمع.

كذلك وفى إطار هذه النظرية فوسائل الإعلام مطالبة بعدم الخروج على قيم المجتمع وأخلاقياته فيما يتصل بنشر المواد والمضامين الجنسية فنشر هذه المواد من شأنه أن يساعد

(١) عبدالله بن محمد الرفاعى، اتجاهات القائم بالإتصال العربى نحو قضية الديمقراطية: دراسة وصفية تحليلية لعينة شاملة فى ثلاث دول عربية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمى الثانى عشر: الإعلام و تحديث المجتمعات العربية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦، ص ٦٨٥.

(٢) حسن عماد مكاوى، مرجع سابق، ص ٢٣٢.

على الخروج على كل الأعراف والقيم الاجتماعية التي تشكل مجمل الثقافة العربية، ومن شأنه أن يلحق الضرر والأذى بالقيم الدينية ويشجع على الرزيلة، كما أوصت بضرورة الحفاظ على سرية المعلومات التي يؤدي كشفها إلى الضرر بأمن المجتمع واستقراره، وعدم اللجوء إلى وسائل غير شرعية لدفع مصادر المعلومات إلى الإدلاء بالمعلومات^١.

وفى نفس السياق السابق، فإننا يمكن أن نضيف له أن المجتمع المحلى لم يعد يتعرض للقنوات المحلية أو الحكومية فقط، بل توسع الأمر إلى التعرض للعديد من القنوات سواء الخاصة أو القادمة له من دول أخرى - سواء كانت هذه الدول صديقة أو معادية - وذلك من خلال البث الفضائى الذى يقدم ثقافات وعادات وسلوكيات غريبة قد تؤثر على الهوية الثقافية، وهى كما يطلق عليها البعض أنها ثقافة استهلاكية تتسم بأنها قادرة على غزو جميع الحواجز العرقية واللغوية والقومية، بالإضافة إلى ما يحمله هذا البث من قيم تختلف بشكل كبير فى كثير من الأحيان عن خصائص المواطن العربى وعاداته وتقاليده، وهنا تظهر أهمية نظرية المسؤولية الاجتماعية فى وضع تنظيم محدد للحفاظ على الهوية الثقافية - ليس للوطن العربى فقط أو لدولة معينة - ولكن لدول العالم بالكامل، وذلك فى ظل سيطرة القوى الكبرى على مقاليد الإعلام وبالتالي سيطرتها على عقول البشر خاصة فى دول العالم النامية.

ويرى بعض الباحثين أن هناك أسبابا تؤدي إلى عدم تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية بمبادئها ومعاييرها على الواقع الإعلامى المعاصر وذلك للأسباب التالية^٢: النزعة الربحية فى اقتصاديات الوسيلة الإعلامية، ونفوذ جماعات الضغط والمصالح، والاهتمام بالوظيفة الترفيهية وسوء استخدامها.

المبادئ الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية:

إن أخلاقيات مهنة الإعلام هى عبارة عن مجموعة من المبادئ والقيم المنظمة لما هو صحيح وموضوعى فى الإعلام، وهى تعتبر مجموعة منتقاه من المبادئ الموجهه للسلوك الأخلاقى، وهذه المبادئ مهمة للمؤسسات الإعلامية خاصة فى أوقات الأزمات، وتستهدف هذه المبادئ فى الغالب تشكيل ذاتية المؤسسة الإعلامية أو الجماعة المهنية^٣. و يشير أحد

(١) محمد حسام الدين محمود إسماعيل، مرجع سابق، ص ١٢٥ - ١٢٨.
(٢) محمد بن سعود البشر، المسؤولية الاجتماعية فى الإعلام: النظرية وواقع التطبيق (الرياض: دار الكتب، ١٩٩٦) ص ٢٥ - ٤٤.
(٣) حازم أنور محمد البنا، مرجع سابق، ص ١٩٥.

الباحثين إلى مجموعة من الأسس التي تركز عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية على النحو التالي^١:

١. الوسيلة عليها التزام نحو المجتمع.
 ٢. الوسيلة الإخبارية يجب أن تكون صادقة، دقيقة، عادلة، موضوعية.
 ٣. قبول هذه الالتزامات وتنفيذها يتطلب التنظيم المهني الذاتى لوسائل الإعلام، بحيث تكون الوسيلة حرة وتنظم ذاتياً من خلال موائيق الشرف والمعايير المهنية.
 ٤. يجب أن تتجنب وسائل الإعلام نشر وإذاعة ما يؤدي إلى الجريمة، العنف، الفوضى أو ما يثير الأقليات فى المجتمع.
 ٥. يجب ألا نقل مسؤولية المهنيين فى وسائل الإعلام أمام المجتمع عن مسؤولياتهم أمام الصحف فى التوزيع والإعلان.
 ٦. الالتزام بالمعايير السابقة يجعل الجمهور والمجتمع يتوقع لجازاً راقياً.
- بينما يشير دينيس ماكويل McQual إلى مجموعة من الأسس المبادئ التي تركز عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية وهي^٢:

١. أن وسائل الاعلام لديها التزامات تجاه المجتمع يجب أن تضطلع بها حتى تحظى بثقة الجمهور.
٢. أن ما تنشره وسائل الإعلام لا بد أن يتميز بالحقيقة، العدالة، الدقة، الموضوعية والإتزان.
٣. ضرورة أن تتمتع وسائل الإعلام بالحرية ولأن تعمل على تنظيم نفسها ذاتياً.
٤. التزام وسائل الإعلام بمجموعة من القوانين الأخلاقية والمعايير المهنية بحيث تتجنب ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى وتوجيه الإهانات إلى الأقليات.
٥. تحتم بعض المواقف تدخل الحكومة لحماية ورعاية المصلحة العامة.

أبعاد ومرتكزات نظرية المسؤولية الاجتماعية:

ترتكز نظرية المسؤولية الاجتماعية على ثلاثة أبعاد أساسية هي:

(١) محمد عبدالحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧) ص ص ٣٤٣ – ٣٤٧.
(2) McQual D. , *Mass Communication theory* , 4th edition (London : Sage Publication , 2000) PP 149-150 .

١. **البعد الأول:** يتصل بالوظائف التي ينبغي أن تقوم بها وسائل الإعلام المعاصرة وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية وتشتمل على الوظيفة السياسية من خلال إعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الأخرى، والوظيفة التعليمية عن طريق إتاحة الفرصة لعرض الأفكار والآراء ومناقشتها لتكون منتدى الأفكار، والإعلام من خلال ضخ المعلومات المتوازنة والدقيقة، والوظيفة الثقافية، والوظيفة الاقتصادية التي تهدف إلى تعريف الأفراد بالسلع والخدمات إضافة إلى إثارة الاهتمام بالقضايا العالمية كالبيئة والموارد والسكان ومشكلات التصحر وتجريف التربة وطبقة الأوزون والتصدي للأفكار والنعرات القومية التي تهدد الاستقرار العالمي^١.

٢. **البعد الثاني:** يتصل هذا البعد بمعايير الأداء الإعلامي والتي تشمل المعايير الأخلاقية للأفراد، إضافة إلى معايير الوسائل الإعلامية ومواثيقها الأخلاقية سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة، والمعايير المهنية التي تضعها الهيئات الصحفية المختلفة، إضافة إلى مجموعة التشريعات والقوانين التي تحكم نظم وسائل الإعلام^٢. كما يتصل هذا البعد أيضاً بالضوابط الأخلاقية والقانونية والتي تسعى إلى ضرورة احترام وسائل الإعلام لخصوصية الأفراد وحياتهم الخاصة، فلا ينبغي أن تسعى وسائل الإعلام إلى إقحام حياة الأفراد الخاصة، والتي من شأنها أن تترك حياة الأفراد وتشتهر بهم أمام الرأي العام^٣.

وإضافة إلى ما تقدم من ضوابط أخلاقية وقانونية تنظم العمل الإعلامي؛ فإن وسائل الإعلام مطالبة بعدم الخروج على قيم المجتمع وأخلاقياته فيما يتصل بنشر المواد والمضامين الجنسية، حيث أن نشر هذه المواد من شأنه أن يساعد على الخروج عن قيم المجتمع ويلحق الضرر بالقيم الدينية ويشجع على الرزيلة، فالإعلام مطالب بحماية الآداب العامة ضد الأعمال الفاحشة، وقبل أن يرتبط هذا الموضوع بالقوانين الإعلامية فهو يرتبط بشكل أساسي بضمير الإعلامي وحدود مسؤوليته الاجتماعية وإحساسه المهني بمدى ما يمثله ذلك من خطر حقيقي على المجتمع^٤.

٣. **البعد الثالث:** يتصل هذا البعد من نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام بالسلوكيات التي ينبغي مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية أو بمعنى آخر منظومة القيم المهنية والتي تحكم سلوكيات الإعلاميين في أداء وظائفهم، وتنقسم القيم المهنية إلى قيم خاصة بجمع وتحرير المادة الخبرية، وقيم مهنية تتصل

(١) محمد حسام الدين محمود إسماعيل، مرجع سابق، ص ٨١.

(٢) عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص ٧٥٦.

(٣) ليلي عبد المحيد، الصحافة في الوطن العربي، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٠) ص ٥٥.

(٤) عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص ٧٥٧.

بالمعالجة الإعلامية، فعلى مستوى الأخبار ينبغي أن يحرص الإعلاميون على مراعاة الحفاظ على احترام حق الأفراد فى الخصوصية بإعتبارها أحد الحقوق المدنية التى ينبغى أن تحافظ عليها وسائل الإعلام، ولكن ليس معنى ذلك أن تتستر وسائل الإعلام على الممارسات غير الشرعية للأفراد أو المسؤولين ولكن يقصد من ذلك أن يحافظ الإعلاميون على تفاصيل الحياة الخاصة بالأفراد داخل منازلهم وعدم الخروج بها إلى العلن^١.

وعلى مستوى القيم التى تحكم المعالجة الإعلامية للموضوعات والقضايا والأحداث، فإنها وفقاً لمعطيات نظرية المسؤولية الاجتماعية تشتمل على الصدق (الصدق الذاتى، صدق القول، صدق الفعل) والدقة والشمول (خلفية الأحداث، الأشخاص الفاعلين، طبيعة الظروف المكانية والزمانية، الأبعاد السياسية والاقتصادية المحيطة بالحدث أو القضية) والموضوعية بأبعادها المختلفة (الإسناد، التوازن، فصل الخبر عن الرأى، اللغة المستخدمة)^٢. ويعد مفهوم الموضوعية من أكثر العناصر الجدلية التى تثيرها نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، ويتكون مفهوم الموضوعية - وفق رأى أحد الباحثين - من ستة عناصر أساسية تشمل: تقديم الحقائق، توضيح مصادر المعلومات، الفصل بين الخبر والرأى، الحياد، عدم التحزب، التوازن فى عرض وجهات النظر^٣.

إيجابيات نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام:

قدمت نظرية المسؤولية الاجتماعية بعض الحلول التى تعد - من وجهة نظر البعض - بمثابة التنظيم الذاتى لمهنة الصحافة والإعلام بشكل عام وقد تمثل هذا الحل فى عدد كبير من الأفكار من أهمها:

١. إنشاء مجالس للصحافة تكون مهمتها المحافظة على حرية الصحافة وعلى أجود المعايير المهنية وبحث شكاوى الأفراد ضد التجاوزات الصحفية فى بعض دول أوروبا مثل السويد^٤.
٢. إصدار موثيق أخلاقية مهنية، يقوم الصحفيون أنفسهم بإصدارها عبر النقابات المهنية والاتحادات التجارية^٥.
٣. أن تقوم الوسائل الإعلامية نفسها بإصدار موثيق الشرف الأخلاقية^٦.

(١) محمد حسام الدين محمود إسماعيل، مرجع سابق، ص ١٢٥.

(٢) عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص ٧٥٨.

(٣) سليمان صالح، إشكالية الموضوعية فى وسائل الإعلام: دراسة نقدية، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، العدد الثالث، يوليو- ديسمبر ٢٠٠١، ص ١٣٥.

(٤) سليمان صالح، أزمة حرية الصحافة فى النظم الرأسمالية، (القاهرة: دار النشر للجامعات المصرية، ط ١، ١٩٩٥)، ص ١٨.

(٥) محمود علم الدين، مدخل إلى الفن الصحفى، (القاهرة: وكالة الفضاءية للنشر والتوزيع، ٢٠٠١)، ص ٣٠٨.

(٦) هبة شاهين، مرجع سابق، ص ٨٣٦.

٤. إجراء استطلاعات الرأى العام وتطوير التواصل بين الإعلاميين والجمهور، وتشجيع البحث العملى فى مجال الإعلام، والتعليم، والتدريب.

الانتقادات الموجهة لنظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام:

على الرغم من الانتشار الواسع الذى حققته نظرية المسؤولية الاجتماعية منذ بداية نشأتها منذ ما يزيد عن خمسين عاماً إلا أنها قد تعرضت إلى بعض الانتقادات منها على سبيل المثال أنها غير واضحة حيث لا تقدم فرضيات محددة يمكن القياس عليها، كما أنها تتجاهل التأثيرات المترتبة على وسائل الإعلام الترفيهيه، هذا بالإضافة إلى أنها تحد من دور الشركات الخاصة وتقيداً فى مجال الإنتاج الإعلامى وتقديم الخدمات الإعلامية^١.

كما انتقدت نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام من جانب باحثين آخرين لعدة أسباب أهمها^٢:

١. يرى البعض أن النظرية تحد من حرية وسائل الإعلام وتعطى مبرراً للحكومات للتدخل فى شؤون الإعلام تحت شعار الحفاظ على المسؤولية الاجتماعية للإعلام.

٢. انتقدت النظرية لعجزها عن إصلاح أداء الإعلام الغربى.

٣. تفتقد النظرية إلى آليات التنظيم الذاتى لمهنة الإعلام من خلال مواثيق الشرف المهنية ومجالس الصحافة.

٤. تعجز النظرية فى أحوال كثيرة عن تفسير أوضاع الإعلام فى العالم الثالث أو جعل الإعلاميين أكثر التزاماً بواجباتهم.

المسؤولية الاجتماعية للإعلام المرئى ولبرامج المشاركة الجماهيرية (تطبيق النظرية على موضوع الدارسة):

كما سبقت الإشارة إلى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية هى من النظريات المعيارية والتي تحدد ما يجب أن يكون عليه الإعلام وليس ما هو كائن بالفعل فهى تقدم تصوراً مثالياً لما يجب أن يكون عليه العمل الإعلامى وذلك من أجل تحقيق المصلحة العامة للمجتمع، وبحسب الترتيب التاريخى فقد استفاد الإعلام المقروء من إسهامات هذه النظرية قبل الإعلام المرئى.

(1) Adams , Terry & Cleary , Johanna (2009) **Op.cit** , P 2 .

(٢) محمد حسام الدين محمود إسماعيل، مرجع سابق، ص ٨٥.

وقد وضعت التشريعات التي تحكم العمل الصحفي في إطار يتماشى تماماً مع مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية، حيث نصت التشريعات على أن حرية الصحافة والإعلام تعنى الحق في الحصول على المعلومات من أي مصدر ونقلها وتبادلها والحق في نشر الأفكار والآراء دون قيود والحق في إصدار الصحف وعدم فرض أي رقابة مسبقة على ما تقدمه وسائل الإعلام إلا في أضيق الحدود وفيما يتصل بالأمن القومي - مع تحديد نطاق ذلك - والأمور العسكرية وما يتصل بحرمة الآداب العامة^١.

ولم يقتصر تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جانب المساهمة في وضع التشريعات التي تحكم العمل الصحفي فقط بل تعدى ذلك إلى معاقبة من يتعدى على هذه التشريعات من العاملين في مجال الصحافة، ففي عام ١٩٨١ اضطرت جريدة "واشنطن بوست" إلى سحب جائزة "بوليتزر" حيث اكتشفت الجريدة أن إحدى الصحفيات بها قامت بفبركة قصة صحفية عن طفل صغير يتم حرقه بمخدر الهيروين من أمه وصديقها. وحين بدأ البوليس في البحث عن هذا الطفل لإنقاذه من الموت المحقق رفضت مندوبة الجريدة تقديم أي بيانات تساعد على التعرف عليه، وبعد حصول الجريدة على جائزة "بوليتزر" اكتشفت الجريدة أنها كانت مخادعة وقدمت قصة مختلقة^٢.

وعند ظهور التلفزيون الأرضي كوسيلة إعلامية جديدة - بعد الصحافة المقروءة - كان في بداياته حكراً على الدول والحكومات في المنطقة العربية ولم تكن تسمح للقطاع الخاص أن يسيطر عليه وذلك على اعتبار أنه وسيلة إعلامية لها قوة تأثيرية كبيرة من خلال قدرته على نقل الصوت والصورة ونقل الأحداث كما هي دون تزييف، إلا أنه ومع التطور التكنولوجي الكبير الذي أتاحتها تكنولوجيا الإتصال الحديث لكثير من الوسائط لكي تتعدى الحدود والمسافات وسهولة الحصول على المعلومات ودخول التلفزيون عصر البث الفضائي خرج القطاع الخاص من جلباب القطاع الحكومي ليجد متنافساً له وإمكانياته المادية الكبيرة سواء عبر البث المباشر من دولة إلى أخرى واختراق الجمهور المحلي في المنطقة العربية، أو عبر عجز الحكومات العربية بإعلامها الرسمي عن مواجهه هذا الكم الهائل من البث المرئي الوافد^٣.

ومع كل هذه التطورات التي تشهدها الساحة الإعلامية العربية على مستوى البث الفضائي فقد ثار جدل كبير وصل في كثير من الأحيان إلى حد توجيه أصابع الاتهام إلى كثير من القنوات الفضائية العربية الخاصة - وكذلك القنوات الموجه بالعربية - بأنها تخضع للدعم

(١) ليلي عبد المجيد، تشريعات الصحافة في الوطن العربي: الواقع وآفاق المستقبل، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠١)، ص ٢٣.

(٢) حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص ٢٠٤.

(٣) سامي الشريف، الفضائيات العربية: رؤية نقدية (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٤)، ص ١٦١.

الحكومي والمساندة (مادياً ومعنوياً) ومن تحت الطاولة مما يجعلها تظهر أمام العالم بثوبها الخاص أو المستقل بينما هي في حقيقة الأمر الوجه الآخر للفضائيات الحكومية التي تمتلكها كثير من الأنظمة العربية ولذلك فيمكن تصنيف الفضائيات العربية ضمن اتجاهين واضحين وأخر خفى على النحو التالي^١:

١. القنوات الفضائية العربية الخاصة الموالية تماماً للنظام الحاكم الذي تنطلق في كنفه هذه الفضائيات وتحظى برعايته ورضاه ومباركته.

٢. القنوات الفضائية العربية الخاصة المعارضة للنظام الحاكم الذي تنتمي إليه المحطة، وتعمل على كشف تجاوزاته وأخطأه وديكتاتوريته، وتهدف إلى حشد الطاقات البشرية والمالية في كل مكان لإسقاطه.

٣. القنوات الفضائية العربية الخاصة التي تعمل بشكل مستقل ويكون هدفها الأول والأخير مصلحة الجمهور العربي وفائدته بغض النظر عن من من هذا الجمهور سوف يضره هذا التوجه ومن سوف ينتفع به، حتى وإن كانت تلك القنوات مع أو ضد نظام حكومي معين أو حتى الأنظمة العربية كلها.

ويمكن أن يضاف إلى الأشكال الثلاثة السابقة شكل رابع وهو:

٤. القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية إلى المنطقة العربية ولكن تمتلكها جهات غير عربية.

وفي السياق نفسه فقد وجهت العديد من الإتهامات للقنوات التي كانت أو مازالت تقدم برامج المشاركة الجماهيرية على شاشتها ومنها قناة الجزيرة حيث تتحدث الوثيقة التي حملت رقم ٤٣٢ بتاريخ الأول من يوليو ٢٠٠٩ عن اللقاء الذي استغرق ٥٠ دقيقة بين الشيخ حمد بن جاسم وقناة الجزيرة والذي أسهب فيه بن جاسم عن السياسة الخارجية القطرية، في عدد من الموضوعات بما فيها المصالحة الفلسطينية وعملية السلام ولم يدخر جهداً في شن هجوم شرس على مصر وسياساتها بشكل مباشر وغير مباشر في لحظات أخرى، وقد قام السفير الأمريكي بتحليل اللقاء وأشار في مجمل تحليله إلى كون الجزيرة أداة في يد القطريين يستخدمونها لخدمة مصالحهم ومصالح من يشاؤون بعد ذلك. أما الوثيقة الثانية والتي حملت رقم ٦٧٧ بتاريخ ١٩ نوفمبر ٢٠٠٩ فقد تعلقت بتقييم شامل تعده الأقسام المختلفة بالسفارات كل في اختصاصه حول قطر، وتطرق هذا التقييم إلى دور قناة الجزيرة في منظومة السياسة القطرية وتحليل توجهات الشبكة منذ تولى الرئيس أوباما لمقاليد السلطة في واشنطن.

(١) المرجع السابق، ص ٣٠٤.

وأشارت هذه الوثيقة إلى أن تغطية الجزيرة أصبحت أكثر إيجابية تجاه الولايات المتحدة وفي الوقت نفسه يؤكد التقييم بقاء الجزيرة كأداة للسياسة الخارجية القطرية. وأشارت الوثيقتان إلى أن النظام القطري يستخدم دائماً قناة الجزيرة في تصفيه حساباته مع خصومه وأنه نجح أكثر من مرة في إشعال الفتن في عدد كبير من العواصم العربية عندما توترت العلاقات مع الدوحة وأن الجزيرة هي أحد أهم القنوات الإخبارية في المنطقة؛ حيث نجحت في جذب المشاهد العربي منذ تأسيسها^١.

كما أن قناة BBC وعلى الرغم من أنها تدعى الإستقلال فإن البعض لا يزال يؤكد على أنها أداة من أدوات السياسة الخارجية البريطانية وأنها يمكن أن تقدم مضامين تتعارض مع سياسيات الحكام إلا أنها لا تقدم أى مضمون يتعارض مع سياسة بريطانيا العظمى حتى ولو كان فيه مصلحة الدول العربية والتي تتوجه إليها بالبحث.

وكذلك تلاحق قناة الحوار الإتهامات نفسها فعلى الرغم من أنها قناة خاصة ومستقلة إلا أن البعض يتهمها بأنها أداة إعلامية في يد حكومة حماس وأنهادائماً ما تهاجم السلطة الفلسطينية وتحملها كل أسباب ونتائج المعاناه التي يعانيتها الشعب الفلسطينى فى مقابل إظهار حماس على أنها المدافع الوحيد عن الشعب الفلسطينى.

أما قناة العالم الإيرانية فهي قناة حكومية ولم تدعى الاستقلال، فهي تعبر عن وجهه نظر الحكومة الإيرانية بشكل واضح وصريح فيما تقدمه من أخبار وتحليلات حول ما يدور من أحداث فى العالم بصفة عامة والعالم العربى بصفة خاصة.

وهنا يطرح التساؤل الخاص بقيام الإعلام العربى وفى مقدمته القنوات الفضائية العربية بالدور المنوط بها كوسيلة مهمة وحيوية للتنشئة الاجتماعية، وكأداة للضبط الأخلاقى فى المجتمعات العربية، ويبرز على السطح مباشرة وبدون تردد نماذج من المحتوى الذى تقدمه القنوات الفضائية العربية سواء الترفيهية منها أو الإخبارية، وحاجة هذا المضمون للدراسة ومقارنته بما يقدم على القنوات الموجهه للجمهور العربى من الدول الأخرى.

ولذلك ونتيجة لما سبق، بالإضافة إلى ما انتهت إليه الدراسات المتنوعة حول الفضائيات العربية، فتبدو الحاجة الملحة إلى وجود معايير تلتزم بها الفضائيات فيما تبثه من مضامين عبر البرامج والمواد المتنوعة التى تقدمها وهذا لا يعنى قطعاً المساس بالحرية الإعلامية لهذه

(1) http://wikileaks-a.blogspot.com/2010/12/blog-post_06.html#more accessed on 23 May 2011 at 2:13 pm

(٢) أميرة محمد إبراهيم النمر، مرجع سابق، ص ٢٧٨.

القنوات وإنما هي معايير وضوابط تحقق الصورة المثلى لأخلاقيات المهنة بالشكل الذى يسمو بالجاهير وبمستوياتهم المختلفة^١.

فالمتابع لواقع القنوات الفضائية العربية التى برزت فى الاونة الأخيرة بإختلاف مضامينها (الأخبار، الغناء، الإعلانات، التسوق، الحوار، السحر والدجل والشعوذة) يجد الكثير من التجاوزات التى تعبر عن درجة منخفضة من الالتزام فى مجال المحافظة على أخلاقيات الإعلام والمجتمع، وتظهر هذه التجاوزات^٢ على الأشكال التالية:

١. عدم مراعاة الذوق والآداب العامة وعرض الصور غير اللائقة والمنافية للآداب، مع استخدام ألفاظ ومصطلحات تتدنى بالمستوى اللغوى.

٢. التوسع غير المبرر فى عرض تفاصيل الجرائم الشاذة والجنسية فى إطار من المبالغة والتهويل والإثارة والتضخيم تحت دعوى عرض الواقع والحقيقة.

٣. الخوض بعمق فى موضوعات جنسية دقيقة فى برامج مستقلة لها تحت دعوى نشر الثقافة الجنسية.

٤. الترويج للدجل والخرافة وقصص الجان والشعوذة وذلك من خلال تخصيص قنوات كاملة لمناقشة هذه القضايا مع الترويج لها مثل قناة كنوز وجرس وشهر زاد، هذا إلى جانب ما تطالعنا به كل يوم القنوات الفضائية الأخرى مثل قنوات الأفلام والمسلسلات وحتى القنوات العامة من إعلانات موجهة للجمهور تحثه على الإتصال بأرقام تليفونية للتعرف على ما تخبئه الأبراج له ولتكشف خبايا المستقبل أو التخلص من المس الشيطانى ومعرفة القرين من الجن.

٥. استخدام لغة ركيكة متردية أكثر شعبية فى مخاطبة الجمهور.

٦. تكرار عرض المشاهد الخارجة والعارية غير اللائقة فى تقديم الأعمال الفنية المقدمة على تلك الشاشات.

ولذا فقد كان من الضرورى أن تلتفت أنظار المسئولين والمتخصصين فى العالم العربى إلى ضرورة التوصل إلى صيغة ملائمة لأخلاقيات البث الفضائى تلتزم به كل الفضائيات التى تقدم إرسالها عبر الأقمار العربية (عرب سات ونايل سات)، فكانت الدعوة إلى وزراء الإعلام العرب للإجتماع الإستثنائى فى القاهرة لمناقشة بنود الوثيقة التى أطلقوا عليها "مبادئ تنظيم

(١) إبراهيم العقبوى، أخلاقيات العمل الإعلامى، ورقة بحثية مقدمة فى المؤتمر العلمى الأول للاكاديمية الدولية لعلوم وهندسة الاعلام: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥)، ص ص ٦٣٩.
(٢) حازم أنور محمد البنا، مرجع سابق، ص ص ١٨٧-١٨٨.

البيث والاستقبال الفضائي الإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية" في ٢٠٠٨، والتي ينظر البعض لها على أنها تئى تكريساً لوصاية الدول العربية وهيمنتها على وسائل الإعلام بحجة إسباغ قدسية على المؤسسات الحاكمة بينما ينظر البعض الآخر لها على أنها تهدف إلى محاولة ضبط ما تصفه بحالة الإنفلات الفضائي، ومن أهم بنودها التي تناولت أخلاقيات الإعلام^١:

البند الأول: تهدف هذه الوثيقة إلى تنظيم البيث وإعادته واستقباله في المنطقة العربية وكفالة احترام الحق في التعبير عن الرأي وانتشار الثقافة وتفعيل الحوار الثقافى من خلال البيث الفضائى.

البند السادس: تلتزم هيئات البيث ومقدمو خدمات البيث وإعادة البيث الفضائى بتطبيق المعايير والضوابط المتعلقة بالعمل الإعلامى التالية في شأن كل المصنفات التي يتم بثها.

البند السابع: تلتزم هيئات البيث ومقدمو خدمات البيث وإعادة البيث الفضائى بتطبيق المعايير والضوابط المتعلقة بالحفاظ على الهوية العربية في شأن كل المصنفات التي يتم بثها، بما في ذلك الرسائل القصيرة (SMS).

البند الثامن: والذى أشار إلى المعايير التي تلتزم بها هيئات البيث وإعادة البيث في تقديم المواد الاعلانية من ضرورة التنويه الصريح عن الإعلان ووجود فاصل زمنى بين كل فقرتين إعلانيتين أثناء عرض الأفلام والأعمال السينمائية وبرامج الأطفال والبرامج الإخبارية.

إلا أن هذه الوثيقة لم تكن الأولى التي توقع عليها الدول العربية من أجل - ما أسمته - تنظيم العمل الإعلامى العربى. فقد كان هناك الميثاق الإذاعى العربى والذى صدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية حيث أقرته وصادقت عليه الجمعية العمومية للإتحاد فى دورتها التي عقدت فى العاصمة الأردنية عمان فى ١٩٧٠، وأحتوى على سبعة بنود أساسية يجب أن يلتزم بها الإذاعيون العرب وهى^٢: تحقيق المبادئ والأهداف القومية، والمحافظة على القيم الدينية، ومرعاه القيم الأخلاقية، والنهوض التربوى والثقافى، وإعلام الرأى العام، ومسئولية الإذاعيين، والإعلان التجارى.

(١) جريدة الشرق الأوسط، بتاريخ ١٣ فبراير ٢٠٠٨، العدد رقم ١٠٦٦٩
<http://www.aawsat.com/details.asp?section=4&article=458371&issueno=10669> accessed on 18 December 2010 at 2:29pm .

(٢) عبد الله زلطة، تشريعات الصحافة والإعلام فى مصر (القاهرة: دار المهندس للطباعة، ٢٠٠٤)، ص ١٦٣.

كما يتضمن ميثاق الشرف الذى أصدره اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصرى بابين: الأول يتعلق بالواجبات الملقاه على عاتق الإذاعيين فى الإذاعة المسموعة والمرئية، والثانى: يتناول المحظورات التى لا يجوز للإذاعة المسموعة والمرئية الإقتراب منها، ومن أهم هذه البنود:

أولاً: الواجبات (أهمها):

١. يجب أن تؤكد البرامج على القيم الدينية والأخلاقية التى يقوم عليها المجتمع المصرى وتشجع التقاليد الصالحة التى ورثها الشعب المصرى على مدى تاريخه الطويل.
٢. احترام مكارم الأخلاق والعمل المخلص والالتزام بمبادئ الدستور والتعبير بأمانة عن مبادئ السياسة العامة للدولة وبتث الأمل والثقة فى المستقبل.
٣. تقديم الفكر الجاد واعلاء قيمة الفرد فى المجتمع والإعتناء بالتراث القومى وتوسيع قاعدة الثقافة العامة والتأكيد على حرية المواطنين.

ثانياً: المحظورات (أهمها):

١. لا يجوز إذاعة ما يتضمن المساس بالأديان أو العقائد أو ما يثير الجدل الدينى أو يمس السياسة العليا للدولة.
٢. لا يجوز إذاعة أى هجوم على الأنظمة العاملة فى الدولة أو ما يمس القومية العربية أو غيرها من القوميات أو التحقير من أى مهنة مشروعة أو إذاعة ألفاظ أو تعبيرات سوقية.
٣. لا يجوز التفرقة بين الناس على أساس اللون أو الجنس أو العقيدة أو الطبقة.

وهو الأمر الذى لم يعد يتم الإلتزام به وخاصة بعد ثورات الربيع العربى حيث ظهرت العديد من القنوات التى تقدم مضامين تحث على الكراهية والعنف واذراء الأديان والإباحية، وكذلك استخدام الأخبار وصياغتها وتقديمها للجمهور من أجل تحقيق أهداف خاصة تسعى لها الجهات المالكة للقنوات. وبتطبيق مبادئ نظرية المسؤولية الإجتماعية على التلفزيون وخاصة القنوات الفضائية الإخبارية فإن هذه القنوات تصبح مسئولة عن مساعدة الجمهور فى الحصول على المعرفة بالتوازى مع الحفاظ على حق الجمهور فى التعبير عن رأيه فى القضايا المهمة والمطروحة للنقاش فى وسائل الإعلام المختلفة، وهو ما تقوم به برامج المشاركة الجماهيرية فى القنوات الفضائية الإخبارية.

(١) المرجع السابق، ص ص ١٥٩-١٦٣.

الفصل الثالث

برامج المشاركة الجماهيرية ودورها فى دعم حرية التعبير

- حرية التعبير وتطورها مع تطور وسائل الإعلام.
- الانتهاكات التى ترتكب ضد حرية التعبير (التهديدات والمخاطر).
- بداية ظهور برامج الرأى بشكل عام.
- البرامج التفاعلية ومنها برامج المشاركة الجماهيرية:
 - تمهيد.
 - أهمية برامج المشاركة الجماهيرية.
 - بداية ظهور برامج المشاركة الجماهيرية على الساحة العربية.
 - أولاً: برنامج منبر الجزيرة على قناة الجزيرة.
 - ثانياً: برنامج نقطة حوار على قناة BBC العربية.
 - ثالثاً: برنامج الرأى الأول على قناة العالم.
 - رابعاً: برنامج الرأى الحر على قناة الحوار.
- أسلوب عمل برامج المشاركة الجماهيرية:
 - أولاً: اختيار الموضوعات.
 - ثانياً: بداية أو مقدمة البرنامج.
 - ثالثاً: التواصل مع الجمهور وفتح باب المشاركة.
 - رابعاً: خاتمة الحلقة.
- المسئولية الاجتماعية والمهنية للقائم بالاتصال فى برامج المشاركة الجماهيرية.
- التحديات والمشكلات التى تواجه برامج المشاركة الجماهيرية.

برامج المشاركة الجماهيرية ودورها فى دعم حرية التعبير

• حرية التعبير وتطورها مع تطور وسائل الإعلام:

يعد الإتصال من أقدم أوجه النشاط الأساسية، وتلعب أنواع الإتصال المختلفة دوراً كبيراً فى حياة أى شخص مهما كانت الوظيفة التى يشغلها أو وقت الفراغ المتاح أمامه، فالإتصال يؤثر على كل فرد بشكل أو بآخر، وإذا سألنا أى إنسان أن يصف لنا سيره حياته اليومية فإن الإجابة المؤكدة ستكون إما بالإتصال (communicating) أو تلقى الإتصال (Being Communicating). ويعد الإتصال من السمات الإنسانية الأساسية سواء كان ذلك فى شكل صور أو موسيقى، إعلامياً أو إقناعياً، مخيفاً أو مسلياً، واضحاً أو غامضاً، مقصوداً أو عشوائياً، داخلياً أو مع أشخاص آخرين. فالإتصال هو القناة التى تربطنا بالإنسانية وهو الذى يمهد لكل ما نقوم به من أفعال^١.

كما يعتبر التلفزيون هو وسيلة إتصال جماهيرية تتقدم خطوات عن الراديو وخطوات عن الجريدة والمجلة والكتاب، فهو أيضاً يمزج بين الإثنان "المسموع والمرئى"، ويضيف إليها الحركة واللون. ففى التلفزيون تضاف العين إلى الأذن، وهو يزيد بكثير عن كونه راديو يصاحبه صورة، فلم ينل إختراع من الإختراعات خلال النصف الأول من القرن العشرين ما ناله التلفزيون من حظوه، فقد كان مثار ملاحقة جادة وسط قطاع عريض من الناس^٢.

ولما كانت حرية التعبير هى من أهم المبادئ التى تقوم عليها الديمقراطية فى أى مجتمع من المجتمعات وكان لزاماً على الدستور حمايتها شأنها فى ذلك شأن باقى الحريات مثل حرية الفكر وحرية العقيدة وحرية الإقامة وحرية الإجتماع.

والواقع أننا لا نستطيع أن نتناول قضية حرية التعبير والرأى فى العالم العربى بمعزل عن رصد وتحليل الأسباب التى أجبرت الحكومات على التخلّى عن جزء من قبضتها وسيطرتها على وسائل الإعلام العربية، فقد أظهرت التجارب التاريخية أن حرية التعبير ليست مجرد فكرة فلسفية ولكنها ممارسات واقعية تحكمها العوامل السياسية والمصالح الاقتصادية والسياقات السوسيوثقافية التى تختلف باختلاف المجتمعات والعصور. وهناك مدخلان نظريان لتناول قضية حرية الإعلام إحداهما: تكنولوجى يتمثل فى المتغيرات الناتجة عن الثورة العلمية والتكنولوجية التى أحدثت نقله نوعية فى مجالى الإتصال والمعلومات تمثلت فى ظهور الأقمار الصناعية

(١) حسن عماد مكاوى وليلى حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط ٣ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٢) ص ٢٣.

(٢) حسنين شفيق، الإعلام التفاعلى (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٩) ص ٢٠٥.

وشبكات المعلومات الإلكترونية والتي أجبرت الحكومات على تعديل سياستها الإعلامية، ويتمثل المدخل الثانى فى مدخل مجتمعى والذى يأخذ فى الاعتبار المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتشريعية المحلية والإقليمية والعالمية وكذلك الضغوط الأجنبية التى تمارسها قوى العولمة والشركات متعددة الجنسيات على الدول العربية^١.

وقد جاءت حرية التعبير عن الرأي كحق أساسى من حقوق الإنسان بموجب المادة ١٩ من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان وتم تعريفها على أنها "ليست إلا سقوط العوائق التى تحول دون أن يعبر المرء عن ذاته وعن مجتمعه تحقيقاً لخيرته وسعادته^٢". فيما أشار العهد الدولى لحقوق المدنية والسياسية الصادر فى عام ١٩٧٦ إلى أنه "لكل فرد الحق فى حرية التعبير وهذا الحق يشمل حرية البحث عن المعلومات أو الأفكار من أى نوع واستلامها ونقلها بغض النظر عن الحدود وذلك أما شفاهة أو كتابة أو طباعة سواء كان ذلك فى قالب فنى أو بأى وسيلة أخرى يختارها" ولكن العهد الدولى ربط ممارسة هذه الحقوق بواجبات ومسئوليات أخرى وعلى ذلك فهى قد تخضع لقيود معينة^٣. وعرفت أيضاً على أنها "التعبير عن الأفكار والآراء عن طريق الكلام أو الكتابة أو عمل فنى بدون رقابة أو قيود حكومية بشرط أن لا تمثل طريقة ومضمون الأفكار أو الآراء ما يمكن اعتباره خرقاً لقوانين وأعراف الدولة أو المجموعة التى سمحت بحرية التعبير"^٤.

وتشبه الحرية العملة التى يتداولها الناس والتى لها وجهان أولهما: الرأى العام، وثانيهما: هو الإعلام، بمعنى أن المناقشة الحرة هى الشرط الأول للحرية والتى تعنى مجموعة من الأمور منها^٥:

١. عدم خضوع وسائل الإعلام لرقابة من جانب السلطة ولا تقبل هذه الرقابة إلا فى الظروف الإستثنائية كحالات الحروب والطوارئ.
٢. حرية القائم بالاتصال فى استقاء المعلومات ونقلها وحرية الرجوع إلى المصادر وتوفير الإمكانيات للإعلامى للإطلاع على الوثائق والبيانات.
٣. الحرية ليست مطلقة وإنما تحددها القوانين والتى يعد الفرد إذا انتكها مسئولاً مدنياً وجنائياً.

(١) عواطف عبد الرحمن، مرجع سابق، ص ١.

(٢) حسن عماد مكاوى، مرجع سابق، ص ٣١.

(3) http://www.unicef.org/arabic/why/files/ccpr_arabic.pdf/accessed on 15 November 2010 at 5:00 pm

(4) <http://ar.wikipedia.org/wiki/>accessed on 2 December 2010 at 3:00 pm

(٥) عزة مصطفى الكحكى، مرجع سابق، ص ٦٠٧.

كما أشارت "بينت" إلى أن التعبير عن الرأي يتم باستخدام وسيلة للتعبير عن وجهات النظر التي تتجمع حول القضية المطروحة، فالرأي العام هو الذى تتحقق فيه العلانية والوضوح كشرطين لوجوده إلا أنه فى حالات كثيرة قد يحتفظ الإنسان لنفسه بهذا الرأي ويكون ذلك نتيجة لغياب الدافع الذى يشجعه على التعبير عن رأيه أو لحساسية الموقف والخوف من النتائج السلبية المرتبطة بإعلان الرأي والتصريح به أمام الجميع أو لغياب وسائل التعبير الممكنة التي تحقق العمومية للرأي وغيرها من الأسباب^١.

وتتطلب حرية التعبير والرأي العناصر التالية حتى تقوم على الوجه الأمثل^٢:

١. الإيمان الراسخ بالعقل الذى يألف المناقشة والحوار والجدل.
٢. انحسار الحصانة عن أى فرد فى المجتمع، بمعنى ألا يكون لأحد فيه مهما كانت صفته: حاكماً أو محكوماً، عالماً أو جاهلاً - حصانة أو عصمة. كما أن الصواب أو الخطأ ليس حكراً على أحد دون غيره أو جماعة دون غيرها، وهى نتيجة منطقية للإيمان بالعقل الذى قد يصيب وقد يخطأ.
٣. وجود بيئة تتسم بالتسامح تسود فيها حرية التعبير والرأي، بمعنى أن يكون فى المجتمع التسليم بحق الاعتراض والمخالفة فى الرأي، والتسليم كذلك بإمكان التوافق بين المخالفين فى الرأي والمعارضين فيه، وذلك نتيجة منطقية لكون العقل عرضه لأن يخطئ أو يصيب ومن ثم لا يمكن لبيئة تؤمن بالعقل أن تصدر رأياً لأنه لا يوافقها.

انتهاكات التي ترتكب ضد حرية التعبير (التحديات والمخاطر):

واجهت حرية التعبير العديد من التحديات سواء القديمة أو الجديدة أو انتهاكات على مدى السنين الماضية، فقد اتسمت حرية التعبير والإعلام أثناء الحرب الباردة بأهمية من نوع خاص وذلك عندما كانت شعوب البلدان الإشتراكية الواقعة فى شرق أوروبا محرومة من الانتفاع بالصحف والمجلات الأجنبية أو المستقلة، وفيما بعد سعت حكومة الصين إلى تقييد استخدام الأطباق اللاقطة وذلك بغرض منع الشعب الصينى من مشاهدة قنوات التليفزيون الغربية وحتى اليوم تعمل بعض الدول على الحد من الانتفاع بمواقع الإنترنت التي تعتبرها هذه البلدان غير مرغوب فيها، فضلاً عن ذلك تمارس بعض الدول نمط من الرقابة يتمثل فى عدم نشر أى مقالات فى الصحف إلا بعد موافقة السلطات المختصة عليها كما كان الحال فى معظم الدول

(1) Bennett , Lace , **Public opinion in american politics** , (New York :Harcourt Brace Jovanovich , 1995) p 12 .

(٢) حسن عماد مكاوى، مرجع سابق، ص ٣٢.

الإشترابية فى أوروبا الشرقية قبل نهاية الحرب الباردة فى عام ١٩٨٩، وقد يصل الأمر فى هذه البلدان إلى أن تمنع بعض المصالح الاقتصادية نشر بعض المقالات أو الأراء وهو ما يحدث عندما تمنع قطاعات الصناعات الحربية نشر المقالات التى تنتقد الحروب.

ومع التقدم التكنولوجى الهائل والذى مكن وسائل الإعلام من اختراق وتعدى الحدود والإفلات من رقابة الدولة إلا أنه ظهرت تحديات جديدة تواجه هذه التكنولوجيا حيث تسعى بعض الدول إلى الحد من الإنتفاع بوسائل الإعلام الجديدة وذلك خوفاً من إثارة الآراء من خلال مشاهدة المضامين المعارضة لسياستها أو تلك التى تقدم تحريضاً على أسس دينية أو أخلاقية أو دعاوى عنصرية أو استغلال للأطفال فى المنتجات الإباحية؛ ولذلك تلجأ هذه الدول إلى إغلاق هذه القنوات أو التشويش عليها أو حجب المواقع التى تقدم هذه المضامين.

وقد شهدت السنوات الأخيرة انتهاكات واسعة النطاق ترتكب ضد هذا الحق الأساسى من حقوق الإنسان وذلك من خلال القيود المفروضة على حرية التعبير ووسائل الإعلام فى العديد من البلدان وهو الأمر الذى يمكن ملاحظته من خلال التقارير السنوية التى تصدرها منظمة العفو الدولية أو منظمة مراقب حقوق الإنسان. ووفقاً لمنظمة مراسلون بلا حدود فقد قتل ٣١ صحفياً وسجن ٤٨٩ آخرين خلال عام ٢٠٠١، وذلك أثناء قيامهم بممارسه مهنتهم كصحفيين. ومن ثم فقد اقترحت المنظمة توفير وسائل تشريعية خاصة مثل ميثاق من أجل أمن الصحفيين العاملين فى مناطق الحروب أو فى المناطق المعرضة للخطر.

وقد كان من نتائج ما أسمته الولايات المتحدة "الحرب على الإرهاب" بعد أحداث سبتمبر/أيلول ٢٠٠١، أن لجأت العديد من الحكومات إلى تهديد حرية الإعلام والتعبير، فعلى سبيل المثال: ألحت رابطة الكتاب على أن تتم مراجعة المرسوم الوطنى الأمريكى فى هذا الصدد. ومع ذلك فقد يساء استخدام حرية التعبير ووسائل الإعلام للتحريض على الكره وإثارة النزاعات، وهو ما ثبت بالوثائق فى النشرة المعنونة "خطاب الكره فى البلقان" التى أصدرها إتحاد هلنسكى الدولى^١.

أما على المستوى العربى فقد شهدت حرية التعبير انتهاكات كبيرة وواسعة لها من جانب الحكومات التى دائمة ما تسعى إلى تضيق حرية الإعلام وتداول المعلومات، فقد أجرى مركز حماية وحرية الصحفيين دراسة عن حالة الحريات الإعلامية فى الأردن فى عام ٢٠٠٧ وكان الهدف من هذه الدراسة التعرف على مدى رضا الصحفيين والإعلاميين عن واقع حرية

(١) المركز الأوروبى للتدريب والأبحاث (ETC)

الإعلام وواقع الانتهاكات التي وقعت على الصحفيين في العام ٢٠٠٧، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن ٢٥% من الصحفيين والإعلاميين عينة الدراسة - والبالغ عددهم ١٠٠٠ صحفي وإعلامي - يرون أن حرية التعبير والإعلام تشهد تراجعاً كبيراً في الأردن، كما أن نسبة ٨١% من الصحفيين والإعلاميين عبروا عن عدم رضاهم على وضع الحريات الإعلامية في الأردن^١.

كما أشارت نتائج الدراسة التي أجراها مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان عن "الإعلام في العالم العربي بين التحرير وإعادة إنتاج الهيمنة" إلى أنه ومن غير شك عملية تحرير قطاع البث السمعي والمرئي في بلدان الدراسة وفي مجمل البلدان العربية لن تتأني بمعزل عن تحرير مختلف الوسائط الإعلامية وإطلاق حريات التعبير. وهو طموح بدوره يصعب تصوره إلا في إطار عملية شاملة للإصلاح الديمقراطي في مختلف البلدان العربية تقود إلى تعزيز دولة القانون، وتحقق توازناً حقيقياً بين مختلف السلطات، وتعلو من شأن استقلالية القضاء، وتستعيد في إطارها السلطة التشريعية استقلالها عن ضغوط السلطة التنفيذية^٢.

إلا أنه ما من شك في أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية حققت إعطافاً حاسماً في مسيرة الإعلام العربي ونقله نوعية في مستوى الأداء الإعلامي العربي. وبات مؤكداً أنها تشكل واحدة من أهم معالم الخريطة الإعلامية العربية.

فقد استطاعت الفضائيات الإخبارية العربية أن ترفع سقف الممكن إعلامياً، وأن تقدم خدمة إخبارية تقوم على أسس مهنية احترافية أسهمت في إعادة الاعتبار للتغطية الإخبارية، كما استطاعت هذه القنوات الإخبارية أن تعمق أبعاد تغطيتها الإخبارية بشكل يضمن عدم البقاء على سطح الحدث، وتقديم الحدث كعملية وكلحظة في سياق وليس كجزيرة منعزلة؛ الأمر الذي أسهم تراكمياً في إغناء النسق المعرفي للمشاهد بما يحدث.

وقد نجحت العديد من هذه الفضائيات في أن ترفع سقف الحرية الإعلامية وتخفف من احتكار الأنظمة للمعلومات وسيطرتها على مصادر المعرفة، مدخلةً بذلك عنصراً جديداً على الحياة السياسية العربية ومربكةً بذلك الجهود الحكومية لفرض الرقابة أو التعتيم أو الرأي الواحد. كما نجحت في توفير فرصة غير مسبوقة للمشاهد العربي الجاد ودفع المنافسة لأن تتوجه نحو الخدمة الإخبارية والأداء الاحترافي، وليس نحو الترفيه كمصدر للتفوق وجذب المشاهد^٣.

(١) مركز حماية وحرية الصحفيين، مرجع سابق، ص ٥٣ - ٦٤.

(٢) مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، مرجع سابق، Web Page.

(٣) أديب خضور "الفضائيات العربية: أصوات واعدة أم واجهة لنشر غسل الحكومات والأنظمة العربية"، أبريل

٢٠٠٧، منشورة على موقع مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام

<http://www.asbar.com/ar/contents.aspx?c=22> accessed on 4 May 2011 at 5:08 pm .

وعلى الرغم من وجود وسائل الإعلام الحديثة والتقدم التكنولوجي الكبير؛ إلا أن المحصلة النهائية هي أن حرية التعبير في العالم العربي لا تزال تعاني من اضطهاد شديد وتضييق من قبل بعض الحكومات في المنطقة وقد تمثل ذلك في إغلاق عدة قنوات تليفزيونية في مصر (قبل ثورة ٢٥ يناير) وكذلك منع وحجب مواقع التواصل الاجتماعي في تونس (في ظل نظام بنى على) وكذلك في سوريا حيث يمنع الدخول على مواقع مثل (Faceook و Twiter) وتحارب بعض القنوات الفضائية الإخبارية وتسحب تراخيص عملها وتغلق مكاتبها في بعض الدول مثل قناة الجزيرة التي قامت أكثر من دولة بفعل ذلك مع مكاتبها في تلك الدول.

بداية ظهور برامج الرأي بشكل عام:

كما سبق الذكر تعتبر برامج المشاركة الجماهيرية هي أحدث أشكال برامج الرأي التي تقدمها وسائل الإعلام وقد ظهرت برامج الرأي الإذاعية في الولايات المتحدة الأمريكية في الخمسينيات من القرن الماضي وذلك لتغطية فجوات البث أثناء انخفاض أوقات الإستماع إلى الإذاعة^١، أما في أواخر الستينيات فقد أهتم راديو أف إم الحر Free Form FM Radio في كاليفورنيا ببث برامج الرأي التي تتناول قضايا معاصرة، وفي أواخر السبعينيات حدث حذوها العديد من المحطات في معظم مدن الولايات المتحدة^٢.

وفي أواخر الثمانينيات انتقلت برامج الرأي الإذاعية من المحلية إلى القومية بمساعدة تكنولوجيا الأقمار الصناعية الحديثة مما ساعد على إنتاج برامج مكفولة وذات تكلفة رخصية وكذلك ساعد على نجاحها تنوع المتحاورين فيها^٣. أما في الدول الأوروبية فقد ظهرت برامج الرأي في الإذاعة البريطانية والتي كانت تعتمد على الإتصالات الهاتفية وكذلك برامج الرأي التي ظهرت في الراديو الفرنسي ووصفت بأنها تساعد على النشاط المتبادل بين المستمعين والضيوف ولاقت قبولاً جماهيرياً كبيراً^٤.

أما عن ظهور برامج الرأي التليفزيونية ففي الخمسينيات بدأت شركة إن بي سي NBC و سى بي سي CBC خدمات إخبارية تليفزيونية تتضمن برامج رأى إخبارية News Talk Show. وفي الستينيات زادت برامج الرأي التي تقدم مضامين ترفيهية وبرامج المشاهير والمنوعات والمشاركة في المسابقات ثم عاد الاهتمام مرة أخرى بالمضامين الواقعية في برامج الرأي في السبعينيات حيث تم تناول مشاكل الطبقة العاملة والتغيير الاجتماعي وقضايا

(1) Bernard , Stephan , **Studying Radio** , (New York: Oxford University Press Inc, 2000) P 156.

(٢) جيلان محمود عبد الرازق، مرجع سابق، ص ٦٠.

(3) Bernard , Stephan (2000) , **Op.Cit.** 157 .

(4) Dauncy , Hugh & Here , Geoff "French Youth Talk Radio : The Free Marker and Free Speech" , In : **Media Culture & Society** , (1999) , Vol 21 , No 1 ,P 97 .

المرأة، وفي هذه الفترة ظهرت برامج الرأى النهارية، وفي نهاية الثمانينيات وبداية التسعينيات كانت بداية تليفزيون الإثارة Tabloid TV حيث قامت برامج الرأى بنقل عادات الصحافة الصفراء وافتقرت إلى السياسة وركزت على الترفيه والتسلية^١.

ولكن لا تسعى هذه الدراسة إلى تقديم سرد مفصل لتاريخ نشأة برامج الرأى وتاريخها فى إذاعات وتليفزيونات الولايات المتحدة ودول أوروبا حيث قامت عدة دراسات سابقة بتقديم ذلك، ولكن تلى هذه الدراسة استكمالاً لهذا الجهد حيث تسعى إلى تحديد بدايات ظهور برامج المشاركة الجماهيرية تحديداً على القنوات الفضائية الإخبارية العربية والموجهة بالعربية.

البرامج التفاعلية ومنها برامج المشاركة الجماهيرية:

إن الإنسان مخلوق إتصالى لا يستطيع أن يعيش بدون الإتصال مع الآخرين. وقد يكون ذلك الإتصال بين الفرد وذاته، أو بين الفرد وآخرين، أو من خلال وسائل الإعلام المقروءة أو المسموعة أو المرئية المسموعة^٢.

وتعتبر برامج المشاركة الجماهيرية -والتي هى شكلاً متطوراً من أشكال برامج الرأى - من أكثر المضامين الإعلامية التى تعتمد على الإتصال فى اتجاهيين، وهناك العديد من التعريفات التى قدمها الباحثون لبرامج الرأى بشكل عام. فقد وصف "وايت" برامج الرأى بأنها "التبادل الإخبارى للآراء بشكل فوري بين شخصيين ويكون هذا التبادل مجسداً فى حدث إعلامى عام يتم تصويره فى قالب برنامج تليفزيونى، ويعرض بالأساليب التكنولوجية فى جهاز التليفزيون"^٣.

بينما ترى " فيكى أبت" أن برامج الرأى "هى تلك البرامج التى تسعى إلى استخدام الترفيه والتسلية كعلاج للمشكلات الاجتماعية، ويعتمد فيها المحاورون على استخدام الأسلوب الساخر فى تناول القضايا الهامة"^٤.

وهكذا تقدم التعريفات السابقة مفهوماً لبرامج الرأى بشكل عام حيث ترى أنها تقوم أساساً على إتاحة حرية التعبير وإبراز الرأى والرأى الآخر من خلال الحوار المباشر والتلقائى الذى يتسم بالتفاعل بين المتخصصين وقادة الرأى حول قضية معينة ويتم نقل ذلك إما على

(١) جيلان محمود عبد الرازق، مرجع سابق، ص ص ٦٠ - ٦٢.
(٢) 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 والتليفزيون، ٢٠٠٨) ص ٦٨.

(3) Zellmann , Dolf & Vonderer , Peter . **Media Entertainment : The Psychology of its appeal** , (London : Lawrence Erlbaum Associates, 2000). , from <http://search.ebscohost.com/> accessed on 30 November 2010 at 6:15 pm.

(4) Abt , Vicki . **How TV Talk Shows Deconstruct Society** , (Research\Penn State , 1996) , from <http://www.rps.psu.edu/mar96/tvtalk.html> / accessed on 5 May 2011 at 4:25 pm

الهواء مباشرة أو من خلال برنامج مسجل إلى الجماهير لتقديم المعلومات لهم عن هذه المشكلة أو القضية والتي تكون محل اهتمام عدد كبير منهم من خلال طرح آراء الضيوف المختلفة حول الموضوع محل النقاش ولكن لم تشر هذه التعريفات بشكل صريح إلى برامج المشاركة الجماهيرية.

إلا أنه توجد تعريفات أخرى تطرقت بشكل أكثر وضوحاً في تعريفها لبرامج الرأي إلى تعريف برامج المشاركة الجماهيرية (أو ذكر بعض خصائصها)، فقد عرفها ليفينجستون ولنت بأنها "برامج النقاش الجماهيرية والتي تسمح بمشاركة الجمهور العادي من النشاط فهي برامج تعتمد على الآراء في موضوع محدد وليس آراء شخصية لفرد واحد".^١ وكذلك فقد أشار دالجرن إلى برامج الرأي باعتبار أنها "هي تلك البرامج التي تعبر عن صوت الشعب وأنها ليست برامج الصفوة".^٢

وبذلك فقد اقترب التعريفين الأخيرين إلى تعريف برامج المشاركة الجماهيرية حيث أشارا إلى أنها نوع من البرامج يشارك فيه الجمهور العادي بالرأي حول القضايا المطروحة للنقاش على وسائل الإعلام وأن الآراء المقدمة في هذه البرامج ليست آراء شخصية للقناة أو لمقدم البرنامج وضيوفه ولكنها آراء الجمهور المتابع والمشارك في الحوار من خلال وسائل الإتصال بالقناة التي تقدم البرنامج، وهو ما أكدته أيضاً تعريف دالجرن بأن هذه البرامج هي "صوت الشعب".

كما قدم "عبد الدايم عمر" تعريفاً لبرامج المشاركة الجماهيرية على أنها "هذا النوع من الإنتاج الذي يشترك فيه الجماهير مُتشاركاً فعلياً، أي أن الجماهير تقوم بدور إيجابي في البرنامج فتكون جزءاً أساسياً في مادته؛ يتكلمون ويتناقشون، وبشكل عام فإن المحطات التلفزيونية تهتم بهذا الشكل من البرامج وذلك لأن اشتراك الجماهير يبعث الحيوية والتفاعلية مما يزيد من القيمة الفنية للبرنامج الجماهيرى".^٣

ويمكن التفريق بين برامج الرأي بشكل عام وبرامج المشاركة الجماهيرية والتي هي محور هذه الدراسة من خلال تعريف برامج الرأي على أنها **برامج الرأي**: هي شكل برامج يقدم في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية يتم من خلاله طرح قضية معينة ذات أهمية بالنسبة للجمهور المستهدف ويتم مناقشة الجوانب المختلفة لهذه القضية من خلال استضافة الأطراف

(1) Capentier , Nico . " Managing Adience Participation The Construction of Participation In An Audience Discussion Program European " , In : **Journal of Communication** , 2001 , Vol 16, No 2 , P 10 .

(2) **Ibid** , P210 .

(٣) عبد الدايم عمر الحسن، **التلفزيون**، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص ٢٥٤.

المتنازعة أو أفراد يمثلون وجهات النظر المختلفة أو محللين ومتخصصين ومتابعين لهذه القضية ولكنهم لا ينتمون إلى هذا الطرف أو ذلك أو يتم إعطاء الفرصة للجمهور للتواصل والتعبير عن رأيه من خلال وسائل الإتصال المختلفة أو يتم الاعتماد على كل ذلك مجتمعاً .

أما برامج المشاركة الجماهيرية فيمكن تعريفها على أنها هي شكل من أشكال برامج الرأي والتي تقدم على القنوات الفضائية الإخبارية (العربية والموجهه باللغة العربية) ويتم فيها عرض القضية التي يتم مناقشتها في الحلقة ثم تتاح الفرصة للجمهور للتواصل والتعبير عن رأيه في البرنامج من خلال وسائل الإتصال المختلفة مثل: التليفون والبريد الإلكتروني والرسائل النصية القصيرة (SMS) والفيديوهات المرسله من الجمهور على موقع القناة التي تبث البرنامج على الإنترنت والحوار الإلكتروني المفتوح على هذا الموقع حيث يمكن لأي فرد أن يدخل ويكتب تعليقه ورأيه حول الموضوع المطروح للنقاش وهذا الرأي أيضاً يقرأه مقدم البرنامج أو من خلال التواصل عبر حساب البرنامج على مواقع Facebook و Skybe و Twitter.

أهمية برامج المشاركة الجماهيرية:

في ظل الثورة الإعلامية التي يشهدها العالم اليوم من خلال البث التليفزيوني الفضائي، وفي ضوء ما نادى به المؤسسات والمنظمات الدولية من إدراج حرية الخطاب الإعلامي ضمن أبعاد ومعايير حقوق الإنسان والاهتمام الدولي بتدعيم حرية القطاع الخاص والمؤسسات غير الحكومية في التعبير عن رأيها، وظهور العديد من القنوات الإخبارية المستقلة والخاصة والتي ساهمت في توسيع مساحة الحرية والديموقراطية في طرح الرأي والرأي الآخر^١، تظهر أهمية برامج المشاركة الجماهيرية المتمثلة في:

١. أصبح المشاهد العربي أكثر وعياً والمأمناً بالقضايا المطروحة على الساحة العربية والدولية وجعلت من رجل الشارع العادي ملماً بما يدور حوله من أحداث ولديه شغف الوصول إلى الحقيقة.

٢. ساعدت على خلق حالة من التجانس المعرفي الإخباري للمواطنين حول العديد من القضايا والموضوعات المختلفة بعيداً عن الإطار الرسمي الذي يقدمه الإعلام الحكومي^٢.

(1) Ayish , M." American – style Journalism and Arab Television : An Exploratory Study of News Selection at Five Arab World Satellite Television Channel " , Paper Presented in the Conference of "Ethics of Journalism" , Published In : **Transnational Broadcastion Studies** , 2001 , No 6 , from: <http://www.tbsjournal.com> accessed on 4 May 2010 at 9:46 pm .

(٢) جزء من مقالة لنجوى إبراهيم بعنوان "الفضائيات العربية بين الجدية والسطحية" منشور في جريدة الأهالي، العدد ١٢٨٣، ١٤ يونيو ٢٠٠٦ وتم الحصول على نسخة منها من موقع جريدة الأهالي على الإنترنت-<http://www.al-ahaly.com/article/0606-14\1282-art04.htm>

٣. فتحت الباب على مصراعيه للأراء المتعددة فى القضية الواحدة، حيث تكون الحرية متاحة للجمهور من مختلف الاتجاهات والآراء لأن يتداخل مع هذه البرامج ويقدم وجهه نظره فى الموضوع المطروح للنقاش.

٤. تشارك فى تشكيل الثقافة الوطنية التى تحدد القيم الاجتماعية لها بالإضافة لإعترافها بحق كل الجماهير فى استخدام وسائل الإعلام والمشاركة فيها ولا يقتصر ذلك الحق على الصفوة المتميزة دون عامة الجمهور^١.

٥. كما يمكن لبرامج المشاركة الجماهيرية بالراديو أن تقوم بدور هام فى تحقيق أهداف "التربية من أجل الديمقراطية" من خلال الإستجابة إلى حق المستمع فى المشاركة كأحد حقوقه الهامة ومن خلال الإستجابة لحق المشارك فى حرية التعبير كحق إتصالي آخر له، وبذلك يمكن لهذه البرامج أن تساهم فى التطور الديموقراطى للمجتمع من خلال ما ينبغى أن تتيحه من فرص لحرية التعبير والمشاركة الديموقراطية معا^٢.

٦. أكدت العديد من الدراسات أن القنوات الفضائية أنهت عزلة المواطنين وخففت من واقع الإحتكار الإعلامى عليهم وأصبحوا على وعى بوجهات النظر المختلفة^٣، واستخدام شكل برامج المشاركة الجماهيرية يزيد من فرص الجمهور فى الخروج من هذه العزلة والتخلص من احتكار الإعلام الحكومى للأراء المقدمة حول القضايا الهامة سواء على المستوى المحلى أو الإقليمى أو الدولى.

٧. المساعدة فى تشكيل الرأى العام فى المجتمع حيث أن لكل شعب من الشعوب مجموعة من القضايا التى تحتل بؤرة الشعور لديه ومناقشة هذه القضايا فى الإعلام يجعل الجمهور يهتم بها ويركز عليها وتشغل جزءاً من تفكيره اليومى^٤.

٨. كان لها تأثير كبير فى سقوط الاحتكارات الوطنية للبث التلفزيونى داخل القطر الواحد وبالتالي ترجع دور الإعلام الحكومى إلى الدرجة التى جعلت بعض الدول العربية تفكر فى إلغاء وزارات الإعلام لديها^٥.

(1) White , Robert A. "Democratization of Communication : Normative Theory and Sociopolitical Process in Karen Joy Greenbeg , In : **Conversation on Communication Ethics** , 1991 , Norwood and New Jersey : Ablex Publishing Corporation , P 143

(٢) أحمد أحمد عثمان، مرجع سابق، ص ٦٦٤.

(٣) جيهان يسرى، القناة الفضائية الإسرائيلية ودورها فى الحرب الإعلامية بين العرب وإسرائيل، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع، العدد المزدوج، ٢٠٠٣، ص ٧٧.

(٤) سناء محمد الجبور، **الإعلام والرأى العام: العربى والعالمى**، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص ٣٠.

(٥) نهى عاطف العبد، مرجع سابق، ص ٤٥.

٩. يرى الجمهور فى البرامج الجماهيرية أنها أداة من أدوات تحقيق الديمقراطية، حيث يمكن القول أن المشكلة التى شغلت شعوب دول العالم الثالث بشكل عام والدول العربية بشكل خاص فى مرحلة ما قبل الاستقلال كانت هى الكفاح ضد الاستعمار وتحرير التراب الوطنى والحصول على حرية الوطن، وتحقيق الاستقلال وخروج الإستعمار بدأت شعوب العالم الثالث تتشغل بقضاياها الداخلية المتمثلة فى بناء الدولة ومؤسساتها المركزية العصرية وتحرير المواطن من خلال الممارسة الديمقراطية وتوسيع عملية "الدمقرطة" لتشمل كافة نواحي الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية^١.

بداية ظهور برامج المشاركة الجماهيرية على الساحة العربية:

لقد تطور المشهد الإعلامى السمعى والبصرى فى الوطن العربى منذ بدايه التسعينيات من القرن الماضى بشكل يفرض إعادة النظر فى الوظيفة الإخبارية التلفزيونية حيث^٢:

١. تعددت القنوات التلفزيونية العربية الحكومية والخاصة داخل الوطن العربى وخارجه.
٢. إرتفع حجم بث القنوات التلفزيونية؛ إذ يذاع البعض منها على مدار الساعة يومياً وبالتالي نتج عن ذلك زيادة موازية للإنتاج التلفزيونى الذى يذاع على مدار اليوم.
٣. تنامى الإهتمام بالمواد الإخبارية.
٤. تقليص هامش الحرية فى القنوات التلفزيونية الحكومية حيث أن النصوص الدستورية التى تؤكد على مبدأ حرية التعبير تم تقيدها من محتواها وذلك فى مقابل الهامش من الحرية المتاحة فى القنوات الفضائية الخاصة.

كما أصبحت الفضائيات العربية فى الفترة الأخيرة ظاهرة محسوسة وأمر واقع، وقد استخدمت هذه القنوات فى سباقها لجذب الجمهور أحدث الوسائل التكنولوجية الحديثة حيث تطورت وسائل التكنولوجيا الجديدة فى السنوات الأخيرة من خلال التفاعل بين حاجة المستهلكين لخدمات جديدة وهو ما يعرف "بجذب السوق Market Pull" واستجابة المنتج الذى يتيح تلك الخدمات وهو ما يعرف "بدفع التكنولوجيا Technology Push" بمعنى توفير الوسائل التى تلبى الحاجات الملحة للجمهور^٣.

(١) محمد توهيل فايز أسعيد، فى الإجتماع السياسى: الديمقراطية ... ما لها وما عليها، (بيروت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠١) ص ٤٨١.

(٢) نهى عاطف العبد، الإعلام الدولى، (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩)، ص ١٨.

(٣) حسن عماد مكاوى، تكنولوجيا الإتصال الحديثة فى عصر المعلومات (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٧) ص ٥٠.

ومراجعة الخرائط البرمجية للقنوات الفضائية الإخبارية - العربية منها والموجهه بالعربية - نجد أن الكثير من هذه القنوات لم تعد تعتمد على المرسلين الخاصين بها كمصدر وحيد للمعلومات التي تقدمها القناة للجمهور بل إنها أيضاً أصبحت تعتمد على الجمهور نفسه وذلك من خلال إتاحة الفرصة للجمهور للتواصل مع هذه القنوات وإمدادها بالمعلومات والأخبار وخاصة في الأماكن التي قد لا يكون للقناة مراسلين بها أو في حالات خاصة كأن يتم إيقاف عمل القناة في دولة من الدول وسحب تراخيص عملها ومنع مراسليها من القيام بعملهم المهني في نقل الأخبار - وهو ما حدث مثلاً مع قناة الجزيرة في الكثير من البلدان العربية مثل اليمن وسوريا وتونس في ظل نظام بن علي وفي مصر أثناء قيامها بتغطية أحداث ثورة ٢٥ يناير - بل وتذهب القنوات الإخبارية في اعتمادها على الجمهور العادي لأكثر من ذلك حيث لا تعتمد عليهم فقط في الحصول على المعلومات بل أيضاً في الحصول على المواد المسجلة للأحداث التي تقع حولهم وإرسالها إلى القناة.

وهو الأمر الذي دفع الكثير من القنوات إلى إنشاء حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقعي Facebook و Twitter إلى جانب المواقع الإلكترونية الخاصة بهذا القنوات على الإنترنت، وتقدم هذه المواقع والحسابات خدمات إخبارية للجمهور إلى جانب تلقي التسجيلات والمواد المصورة والتي يمكن للجمهور تحميلها وإضافتها على هذه المواقع لكي تقوم القناة بإذاعتها ضمن خدماتها الإخبارية المباشرة.

إلا أنه وعلى الرغم من أن وظائف برامج الرأي على حد وصف كريسل بأنها معبرة وصريحة فهي تعبر عن قطاعات مختلفة من المجتمع مما يدعم الهوية الوطنية والتناغم بين أبناء الشعب^١. وعلى الرغم أيضاً من هذا الاهتمام الكبير الذي توليه القنوات الفضائية الإخبارية سواء العربية أو الموجهة بالعربية إلى مشاركات الجمهور إلا أن الكثير من القنوات لم تتجرأ حتى الآن على خوض تجربة تقديم برامج المشاركة الجماهيرية والتي تعتمد على الجمهور بشكل أساسي من خلال أتاح الفرصة كاملة له للتعبير عن رأيه في القضايا المقدمة على الهواء مباشرة، حيث أن المراجعة توضح أن القنوات التي تقدم هذه البرامج على الهواء مباشرة هي أربعة قنوات فقط وهم: قناة الجزيرة وقناة BBC العربية و قناة العالم وقناة الحوار.

وكان أيضاً لقناة "فرانس ٢٤ العربية" وهي قناة إخبارية حكومية فرنسية بدأت بثها الموجه إلى العالم العربي في ديسمبر ٢٠٠٦ بثلاث لغات وهي الفرنسية والإنجليزية والعربية ومهمتها تغطية آخر الأخبار الدولية من وجهة نظر فرنسية والتعريف بالقيم الفرنسية في جميع أنحاء العالم ثم تحولت بعد ذلك إلى تقديم الأخبار باللغة العربية لمدة ٢٤ ساعة طوال اليوم

(1) Dauncy , Hugh & Here , Geoff (1999) Op.Cit. 97 .

وذلك بداية من ١٢ أكتوبر ٢٠١٠، كان لها تجربة فريدة حيث تقدم برنامج "مراقبون" وهو عبارة عن برنامج أسبوعي يقدم كل سبت عند الساعة العاشرة وخمسين دقيقة (بتوقيت باريس) ويتناول أهم الوقائع والأحداث الدولية الراهنة من خلال شهادات مباشرة لأشخاص عايشوا الحدث عن قرب كما يعرض البرنامج صوراً ونصوصاً وأشرطة فيديو وتسجيلات أرسلها أشخاص عاديون هواة وهم من يطلق عليهم البرنامج "مراقبون" ويتم عرض الصور والتسجيلات بعد التأكد من صحتها وترجمتها من قبل صحفيي القناة.

وفيما يلي عرض لتاريخ بداية تقديم برامج المشاركة الجماهيرية على القنوات الأربعة السابق ذكرها:

أولاً: برنامج منبر الجزيرة على قناة الجزيرة:

ظهرت قناة الجزيرة في الأول من نوفمبر تشرين الثاني عام ١٩٩٦ بعدما أصدر أمير قطر "الشيخ حمد بن خليفة" مرسوماً مُبرماً في فبراير ١٩٩٥ يقضى بإنشاء قناة الجزيرة في إطار خطة شاملة لتحديث وتطوير الإعلام القطري ووضع قطر كدولة خليجية على ساحة الإعلام الفضائي الدولي^١، وقد بدأت قناة الجزيرة بثها الفعلي على القمر الصناعي عرب سات A2 لمشاهديها في الوطن العربي وعلى القمر الصناعي يوتلسات F3 لمشاهديها في أوروبا ويغطي إرسال الجزيرة مناطق الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وأوروبا ويصل إلى الولايات المتحدة عن طريق شبكة Dish حيث توزع الجزيرة ضمن البوكية العربية الذي يشمل أيضاً ART America و ARTMovies و LBC كما تقدم إرسالها على القمر الصناعي المصرى نايل سات ويُضاً إيكو ستار ٣ وإيكو ستار ٤^٢.

قدمت القناة برنامج منبر الجزيرة هو برنامج أسبوعي يقدم على شاشة قناة الجزيرة الإخبارية ويذاع على الهواء مباشرة يوم السبت الساعة ٨:٠٥ مساءً بتوقيت مكة المكرمة (٧:٠٥ مساءً بتوقيت القاهرة) ويعاد يومى الأحد فى تمام الساعة ٥:٠٥ صباحاً بتوقيت مكة المكرمة (٤:٠٥ صباحاً بتوقيت القاهرة) والإثنين فى تمام الساعة ١:٠٥ صباحاً بتوقيت مكة المكرمة (١٢:٠٥ بعد منتصف ليل القاهرة)، مدة الحلقة ٥٠ دقيقة، وقد كانت أولى حلقات هذا البرنامج فى يوم ٢٦ يونيو ٢٠٠٢ وكانت تناقش خطاب الرئيس الأمريكى فى ذلك الوقت جورج بوش والذى تعرض فيه إلى ضرورة وجود قيادة فلسطينية جديدة غير ياسر عرفات وحث فيه الدول العربية

(١) سامى الشريف، مرجع سابق، ص ٢١٠.

(٢) نهى عاطف العبد، علاقة الطفل المصرى بالقنوات الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٣)، ص ٢٦٧.

على الاعتراف بإسرائيل كشرط قبل الدخول فى مفاوضات سلام معها والاعتراف بدولة فلسطينية على حدود ١٩٦٧^١، وقد قدمت هذه الحلقة الإعلامية جمانه نمور .

إلا إن هذا البرنامج قد توقف تقديمه على شاشة الجزيرة فى بدايات عام ٢٠١١ حيث كانت آخر حلقة قدمت منه فى يوم ١٥ يناير ٢٠١١ وكان عنوان هذه الحلقة "هل استجاب القدر لإرادة الشعب التونسي؟" حيث تم تقديمها بعد انتصار الثورة التونسية والإطاحة بنظام بن على وتم فيها التواصل عبر الهاتف فى بداية الحلقة مع أخت أحد الضحايا ثم بعد ذلك تم فتح باب المشاركة لمن يرغب من المشاهدين من كل أنحاء العالم^٢، وقدمت هذه الحلقة الإعلامية منى سليمان والتي كانت تقدم غالبية حلقات هذا البرنامج.

وقد تم إيقاف هذا البرنامج بسبب الإهتمام الكبير الذى أولته القناة للبث المباشر لأحداث الثورات فى تونس ومصر، حيث خصصت معظم أوقات البث على شاشتها لتقديم الأحداث بشكل مباشر، وعندما اندلعت الثورة فى ليبيا، وكانت الأمور قد هدأت فى تونس ومصر بعض الشئ وبالتالى بدأت أحداث الثورة الليبية تحتل المساحة الأكبر على شاشة القناة، ثم انشأت الجزيرة قناة الجزيرة مباشر مصر إلى جانب قناة الجزيرة مباشر وكانت مهمة القناة الجديدة تغطية أحداث مصر فقط بينما تولت قناة الجزيرة مباشر تغطية الأحداث فى العالم العربى ما عدا مصر وأتاحة القناة الوقت الذى كانت تسمح به للمشاركة الجماهيرية فى برنامج منبر الجزيرة على قناة الجزيرة مباشر مصر ولكنها لم تحدد له برنامج محدد حيث أنها كانت تسمح بفترات المشاركة الجماهيرية ضمن ساعات البث ولكن ليس فى توقيت محدد.

وبذلك فقد استمر البرنامج فى التواصل مع الجمهور لمدة ثمانية سنوات ونصف، وكان البرنامج يتواصل مع الجمهور من خلال الإتصال التليفونى أو الدخول على صفحة المشاركة التى أنشأتها قناة الجزيرة على موقعها الإلكتروني أو الدخول على صفحة البرنامج على موقع القناة على الإنترنت أو الدخول على صفحة البرنامج على موقعى التواصل الاجتماعى facebook.com/minbaraljazeera و twitter.com/minbaraljazeera.

ثانيا: برنامج نقطة حوار على قناة BBC العربية:

بدأت هيئة الإذاعة البريطانية "BBC" مشروعها الإعلامى فى عام ١٩٣٨ بإحدى أقدم الإذاعات الناطقة بالعربية حيث أطلقت هيئة الإذاعة البريطانية "BBC" فى لندن القسم العربى

(1) <http://www.aljazeera.net/channel/archive/archive?ArchiveId=90797> accessed on 5 May 2011 at 10:30 pm .

(2) <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/9C7EC985-8818-4720-BC59-F8647535CC60.htm> accessed on 5 May 2011 at 10:35pm .

في الإذاعة كأول إذاعة بلغة أجنبية - غير الإنجليزية - من القسم العالمي التابع لهيئة الإذاعة البريطانية، والتي استمرت خدمتها سبعين عاماً حتى يومنا هذا وبالإفتتاحية الشهيرة "هنا لندن BBC".

وفي عام ١٩٩٤ تم إطلاق تلفزيون "BBC العربي" بتمويل من شركة أوربت السعودية، وبعد أن بثت القناة برنامجاً عن حقوق الإنسان في السعودية قطعت شركة أوربت البث في ١٩٩٦. ثم أطلق القسم العربي في ١٩٩٨ موقعاً إخبارياً على شبكة الإنترنت تتجدد أخباره على مدار اليوم.

وبعد ذلك أطلقت "BBC العربية" قناة إخبارية جديدة في ٢٠٠٨، وهذا إضافة للقسم العربي لإذاعة بي بي سي العربية وموقع www.bbcarabic.com، وبهذا تكون هيئة الإذاعة البريطانية "BBC" قد أتمت الخدمة العربية في صورها الثلاث المختلفة (الراديو والتلفزيون والإنترنت). وتدير خدمة BBC الدولية قناة BBC العربية وتمول من مكتب الشؤون الخارجية البريطانية وليس من رخص الحياة كما هو متبع في خدمة BBC المحلية داخل بريطانيا، ومقر القناة هو لندن^١.

ويقول شابمان مدير خدمة BBC الدولية أن إنشاء قناة BBC العربية يأتي من حاجة الهيئة إلى تقديم أخبار ومعلومات للمشاهد العربي أكثر موضوعية ودقة وتقديم بناءً على رأي عدد من الخبراء بالإضافة إلى تقديم التحليلات القوية الخاصة بهيئة مستقلة كهيئة الإذاعة البريطانية، وتقدم BBC العربية برنامج "نقطة حوار" وهو برنامج إعتادت أن تقدمه في إذاعة BBC العربية وهو برنامج يقوم على التفاعل بين القناة والجمهور، ويعتبر بمثابة منبر للنقاش والتحاور بين القناة والجمهور^٢.

ويصفه مقدموه (سمير فرح، نور الدين زورقي، ليليان داود) بأنه منتدى تفاعلي مباشر متعدد الوسائط يغطي جوانب قضية واحدة كل حلقة، ويتسم بالمصداقية وعدم التمسك بالشكليات، كما يعتبرونه المنتدى الرئيسي للجدال الحي المتحمس الحر والمتدفق حيث يتمكن المستمعون في أرجاء العالم العربي من المساهمة بأفكارهم وآرائهم في النقاش، وذلك لأنه يعكس صوت المستمع الحقيقي ويتيح المجال له للإفصاح عن آرائه، كما أنه فرصة لنقاش يجمع مختلف الآراء من العالم العربي ويتسم بالحيوية والصراحة والمكاشفة والمجادلة دون ملل^٣.

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/BBC_Arabic_Television accessed on 12 May 2011 at 12:48 pm .
(٢) هبة حسين عبدالوهاب، مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفة : دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٠) ص ٢٠٠.
(3) http://www.bbc.co.uk/arabic/tvandradio/2011/01/000000_talking_point.shtml accessed on 6 May 2011 at 5:00 pm .

وقد بدأ بث البرنامج على الهواء مباشرةً عبر الفضائية الناطقة بالعربية في عام ٢٠٠٨ مع بداية القناة وهو مستمر حتى الآن. ويقدم البرنامج لمدة ٥٠ دقيقة على شاشة التلفزيون وموجات الإذاعة في آن واحد على أن يتواصل لمدة ثلاثين دقيقة أخرى على موجات الإذاعة.

ثالثاً: برنامج الرأي الأول على قناة العالم:

قناة العالم هي قناة فضائية إيرانية ناطقة باللغة العربية وتملكها الدولة ممثلة في إذاعة جمهورية إيران الإسلامية، بدأت بثها في العام ٢٠٠٣ من مكتبها في بيروت للمشاركة في الحرب الإعلامية الدولية التي تستهدف استقطاب المشاهدين العرب، إلا أن فكرة إنشاء القناة تعود إلى عام ٢٠٠٠ حيث طرحت أكثر من مرة وتأجلت بسبب محاولة إيران تطوير خطاب إعلامي إيراني معتدل وموضوعي ينافس قناة الجزيرة القطرية ولا يقع في الفخ الذي وقعت فيه قناة "سحر" العربية وهي قناة أرضية أنشئت في إيران بعد نجاح الثورة الإسلامية ويبلغ عدد ساعات إرسالها ١٢ ساعة يومياً، وقد هدفت القناة إلى^١:

١. تقديم خدمة إخبارية تنافس بها الفضائيات العربية وفي مقدمتها الجزيرة وذلك بتقديم خطاب مناهض لخطاب قناة الجزيرة.

٢. نقل الصورة السليمة عن إيران بعد أن أصبحت الشئون الداخلية لإيران مجالاً للحديث من قبل الفضائيات العربية الأخرى والتي تنتظر إليها إيران على أنها غير محايدة وتسعى إلى تشويه صورة إيران.

وفي بدايتها، كانت القناة موجهة إلى الشعب العراقي ولكن بعد ذلك توجهت نحو الشعوب العربية بالكامل. وفي يوم الثلاثاء الموافق ٢٢ يوليو ٢٠٠٨ أغلقت السلطات المصرية مكتب القناة بالقاهرة بدعوى عدم حيازة التراخيص اللازمة، وقد صادرت أجهزة الأمن المصرية معدات تصوير وأجهزة حاسوب في المكتب، ويأتي هذا عقب أزمة أحدثها فيلم "إغتيال فرعون" أثارت إستياء واضحاً في مصر.

وقد أوقفت إدارتي القمرين الصناعيين نايلسات وعربسات بث قناة العالم في ٣ نوفمبر ٢٠٠٩ لمنع وصول إرسالها إلى المشاهدين العرب إلا أن القناة استمرت في التواصل مع مشاهديها العرب من خلال أقمار أخرى يغطي إرسالها المنطقة العربية مثل القمر الصناعي الأوروبي Hot bird والقمر الصناعي Noor sat، كما تمكنت القناة من التواصل مع مشاهديها المتابعين لها على قمر Nile sat من متابعتها على نفس الموقع المداري لهذا القمر ودون

(١) نهى عاطف العبد، مرجع سابق، ص ٢٨٥.

الحاجة إلى تغيير اتجاه الطبق اللاقط وذلك من خلال استخدام تردد على القمر الصناعي Atlantic bird4 والذي يبث إرساله على نفس الموقع المدارى للقمر المصرى Nile sat.

وتقدم قناة العالم الإيرانية برنامج "الرأى الأول" على شاشتها ولكن بدورية غير منتظمة حيث يتم تقديمه فى بعض الأسابيع طوال أيام الأسبوع وفى البعض الآخر يقدم حلقتين أو ثلاثة فى الأسبوع، وقد يعود ذلك إلى أوقات البث المباشر الذى تقدمه القناة لتغطية الثورات فى المنطقة العربية، أو لعدم اهتمام القناة أصلاً بهذا الشكل البرامجى وما يحتويه على جرءه كبيرة من إتاحة الفرصة للجمهور للتعبير عن رأيه مباشرةً على الهواء فى موضوعات شائكة وفى أحيان كثيرة طائفية وعرقية ومذهبية، وهو الأمر الذى يؤدى فى معظم حلقات البرنامج إلى تراشق بالألفاظ بين الجمهور المشارك والقائم بالإتصال أو إلى ديكتاتورية من جانب القائم بالإتصال فى توجيه الحوار خاصة أن العديد من المتصلين يتعرضون للسياسات الإيرانية فى المنطقة بالنقد وهو ما لا تسمح به القناة.

رابعاً: برنامج الرأى الحر على قناة الحوار:

قناة الحوار الفضائية هى قناة فضائية إخبارية عربية بدأت البث فى عام ٢٠٠٦، وتبث من لندن فى بريطانيا على القمر الإصطناعي نايل سات وعرب سات والقمر الأوروبى هوت بيرد وأتلانتيك بيرد ٤. وهى موجهة إلى جميع الناطقين باللغة العربية داخل وخارج بريطانيا، وهى قناة تنطق بإسم الجالية العربية فى أوروبا وذلك على حسب إدعاء مالكها، ولكنها تهتم بقضايا العرب فى كل مكان.

ويعتبر الهدف من إنشاء القناة، حسب ما صرح به مؤسسها ورئيس تحريرها الدكتور عزام التميمي - مدير معهد الفكر الإسلامى فى لندن هو تشجيع الحوار بين الشعوب العربية لأن المشاكل التى يعانى منها العرب والأزمات التى يمرون بها يمكن أن يتغلبوا عليها إذا ما وافقوا على الحوار^١.

وقد قامت الحكومة المصرية بإيقاف القناة من البث فى القمر المصرى Nile sat فى ١ أبريل ٢٠٠٨، وقد أوعزت المنظمات الحقوقية هذا القرار إلى وثيقة "مبادئ تنظيم البث والاستقبال الفضائى فى المنطقة العربية" التى اعتمدها وزراء الإعلام العرب خلال اجتماع

(١) جزء من حوار الدكتور عزام التميمي لموقع إخوان أون لاين بعنوان "الجالية العربية فى لندن تبدأ بث قناة الحوار التلفزيونية"، ٢٠٠٦، و منشور على موقع الإخوان أون لاين على شبكة الإنترنت
http://www.ikhwanonline.com/Article.asp?ArtID=19490&SecID=230\accessed on 4January 2011 at 3:49 pm .

للجامعة العربية في القاهرة في فبراير ٢٠٠٨، إلا أن القناة تمكنت هي الأخرى من التواصل مع جمهورها في المنطقة العربية من خلال بث برامجها على الأقمار الأخرى والتي تغطي المنطقة العربية مثل قمر عرب سات و قمر Hot bird و قمر Atlantic bird 4 والذي مكنها من التواصل مع جمهورها الذي يتابع الناييل سات على نفس الموقع المدارى للناييل سات (٧ درجات غرباً).

وقد تعرضت القناة لإضطهادات أخرى وممارسات تمثل انتهاكات لحرية التعبير والإعلام كان أهمها مصادرة برنامج أبعاد خليجية في ٢ يونيو ٢٠٠٨، حيث قامت السلطات الإماراتية في دبي بمصادرة أشرطة بعض الحلقات المسجلة لبرنامج "أبعاد خليجية" الذي تبثه قناة الحوار مساء يوم الأحد من كل أسبوع. وقد كان من المفترض أن تبث قناة الحوار حلقة حول "الهوية الوطنية في الإمارات" مساء يوم الأحد الموافق ١ يونيو ٢٠٠٨ في الساعة الحادية عشر بتوقيت الإمارات (السابعة مساءً حسب توقيت جرينتش)، إلا أن المشاهدون تفاجئوا بعدم بث الحلقة المنتظرة وتم بث حلقة أخرى عوضاً عنها حيث عمدت السلطات في مطار دبي إلى مصادرة الأشرطة المسجلة للبرنامج السالف الذكر لعدة أيام قبل أن تعيدها للقناة، مما حال دون بث الحلقة في موعدها المحدد، وكان قد شارك في حلقات البرنامج الذي تم تسجيله في دبي كل من الناشطة في المجال السياسى والحقوقي الدكتورة إبتسام الكتبي والمحامي عبد الحميد الكمي، والكاتبة عائشة سلطان والسيد إبراهيم إسماعيل^٢.

ويعتبر برنامج الرأى الحر هو برنامج المشاركة الجماهيرية الذى تقدمه قناة الحوار ويدخل ضمن العينة التحليلية للدراسة.

أسلوب عمل برامج المشاركة الجماهيرية:

أولاً: اختيار الموضوعات:

قبل البدء فى تنفيذ كل حلقة من البرنامج لابد من تحديد المضمون الذى يناقشه البرنامج فى هذه الحلقة، ويعتبر اختيار الموضوعات التى تقدمها برامج المشاركة الجماهيرية عامل هام جداً من عوامل نجاح هذه البرامج وجذبها للجمهور وحثه على المشاركة فيها، حيث أنه كلما كان موضوع البرنامج أكثر تحديداً كلما كانت الأسئلة صحيحة ومركزة ويحدث ذلك من خلال جمع

(1) http://www.moheet.com/show_news.aspx?nid=108158&pg=1 accessed on 4January 2011 at 3:49 pm

(2) <http://www.gohod.net/node/60> accessed on 15 May 2011 at 5:20 pm .

كل المعلومات المتاحة عن الموضوع^١، وكلما كان الهدف محدد أيضاً ومركز كلما أمكن حصره في النقاش وكلما ساعد ذلك فريق البرنامج على الحصول على المعلومات أثناء الإعداد للحلقة^٢.

وهناك مجموعة من الإعتبارات يضعها القائمون بالإتصال في اعتبارهم عندما يختارون موضوعات برامج المشاركة الجماهيرية وهي^٣:

١. الأهمية بالنسبة للجمهور المستهدف: فالموضوع إذا لم يكن من ضمن إهتمامات الجمهور أو يحتوى على تطورات وأحداث تؤثر على حياته الخاصة أو على الدولة بشكل كامل فإنه لن يتابعه أو على الأقل لن يكون لديه الحافز القوي للمشاركة في الحوار والجدال والنقاش الدائر حول هذا الموضوع.

٢. الحداثة: فعنصر الحداثة من أهم العناصر الواجب توافرها في الموضوع الذي يتم عرضه للنقاش الجماهيري في برامج المشاركة الجماهيرية، وذلك حيث أن لجمهور هذه البرامج طبيعة خاصة فهو غالباً من المهتمين بالأحداث ومتابع للتطورات التي تحدث من حوله سواء على المستوى المحلى أو الدولي، كما أن دورية تقديم هذه البرامج تجربتها أيضاً على اختيار موضوعات حديثة حيث أنها تقدم خمس مرات في الأسبوع وبالتالي فيجب أن تطل بمضمون جديد في كل حلقة وإلا فلن يتابعها الجمهور.

٣. الأولوية الجغرافية للأحداث : حيث تلعب الأولوية الجغرافية للأحداث أهمية كبيرة في تحديد الموضوعات المختارة للمناقشة ضمن حلقات برامج المشاركة الجماهيرية ، فإذا وقع حدثين أحدهما في أمريكا الجنوبية والآخر في فلسطين فالحدث الأهم بالنسبة للمشاهد المصري بالتأكيد سيكون الذي حدث في فلسطين .

٤. الأولوية السياسية للأحداث: فليس شرطاً في معظم الأوقات أن يكون البعد الجغرافي هو المحدد الرئيسي للموضوعات المختارة حيث أن الأهمية السياسية للحدث نفسه تلقى بثقلها في طريقة الاختيار فمثلاً عند انهيار برجى التجارة العالميين أو غزو الولايات المتحدة المتحدة لأفغانستان قطعت معظم القنوات التلفزيونية سواء الأرضية أو الفضائية، الحكومية أو الخاصة إرسالها وبدأت في تقديم الأحداث على الهواء مباشرة نظراً لأهمية الحدث.

(1) Stewart , Charles & Cash , William . **Interviewing : Principles & Practices** , (New York , McGraw-Hill,2000) p 107.

(2) Metzler , Ken. **Creative Interviewing : The Writer's Guide to Gathering Information by asking Questions**. Vol 3 . (Boston , Allyn&Bacon, 1997) , p16 .

(٣) كرم شلبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، (بيروت: دار ومكتبة الهلال، ٢٠٠٨)، ص ٢٧٥.

٥. سياسة القناة المقدمة للبرنامج: حيث أن أى قناة إخبارية مهما ادعت الإستقلال فلن تقدم ما يتعارض مع سياستها بشكل صريح أو سياسة الدولة المالكة لها، وفى حالة ما إذا كانت قناة حكومية فإنها بالطبع لن تفعل ذلك فقناة العالم الإيرانية مثلاً لم تقدم فى أى من برامجها أو أخبارها خبراً أو موضوعاً عن إقليم الأحواز أو عن الجزر الإماراتية الثلاث المحتلة من إيران.

٦. طبيعة الموضوع المطروح للمناقشة: حيث أن طبيعة الموضوع نفسه المطروح للنقاش تحدد جدوى النقاش حوله، وذلك من حيث إمكانية مناقشته من زوايا مختلفة واحتمال تعددية الآراء حوله، أو اختلاف وجهات النظر مما يؤدي بالضرورة إلى ثراء العملية النقاشية.

ثانياً: بداية البرنامج:

إن الدقائق الأولى من أى برنامج حوارى هى من أهم مكونات بناء البرنامج، حيث أن هذه البداية تقوم بدور هام جداً فى حث المشاركين فى الحوار على المشاركة بحرية ودقة وتقليل الخوف والرهبة لديهم، فما يقوله القائم بالإتصال فى البداية يؤثر بشكل كبير على إدراك المشاركين فى الحوار للموقف الإتيصالى ككل ولموقف القائم بالإتصال نفسه عن موضوع النقاش^١.

وتبدأ أحياناً بعض حلقات برامج المشاركة الجماهيرية بتقديم من المذيع (القائم بالإتصال) للموضوع المطروح للنقاش وعرض لأبعاد هذا الموضوع ووجهات النظر المختلفة والآراء المثارة حوله - وذلك من واقع المعلومات التى قام بجمعها فريق إعداد البرنامج عن موضوع الحلقة - ثم يتم عرض تقرير مسجل عن هذه الموضوع، وقد يكون هذا التقرير عبارة عن معلومات سردية مصحوبة بمجموعة من الصور أو المقاطع المسجلة عن الموضوع أو أن يضاف إلى ذلك بعض اللقاءات القصيرة والتى لا تزيد عن دقيقتين مع الجمهور فى الشارع لمعرفة رأيها فى هذا الموضوع وهى تشبه استطلاعات الرأى أو الاستفتاء الجماهيرى ويطلق على هذا الشكل " Vox Pop" وهى كلمة مشتقة من اللغة اللاتينية وتعنى صوت الشعب "Voice of the People"^٢.

كما يمكن أن يبدأ المذيع البرنامج بعرض نتيجة استفتاء تجريه القناة على موقعها على الإنترنت أو صفحتها على مواقع التواصل الاجتماعى (Facebook و Twitter) وهو عبارة عن سؤال يجيب عليه المشارك من خلال اختيار الإجابة المتاحة من مجموعة من الإجابات

(1) Stewart , Charles & Cash , William (2000) Op-Cit . p 57 .

(٢) سوزان القلبنى، التدريب والإنتاج الاعلامى (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٧) ص ١١٠ .

المعروضة تحت السؤال وغالباً ما يكون هذا السؤال هو عنوان حلقة برنامج المشاركة الجماهيرية الذى تقدمه القناة.

ويمكن أن تبدأ الحلقة أيضاً من خلال استضافة ضيف متخصص فى الموضوع المطروح للنقاش أو من المحللين والمتابعين له ويجرى معه حواراً قصيراً قبل فتح باب المشاركة أمام الجمهور، كما أن البدايات السابق عرضها يمكن أن يستخدمها القائم بالإتصال مجتمعة فى برامج المشاركة الجماهيرية لبدأ الحلقة أو يستخدم بعضها ويترك البعض الآخر على حسب أسلوب إخراج البرنامج والسياسة التحريرية له.

ثالثاً: التواصل مع الجمهور وفتح باب المشاركة:

تقوم برامج الرأى الجماهيرية على حرية التعبير وإبراز الرأى والرأى الآخر، فهى تستند إلى آليه الحوار المباشر والتلقائى الذى يتم بالتفاعل بين المتخصصين وقادة الرأى من ناحية والجماهير العادية من ناحية أخرى، بما يحقق سبباً لأغوار المشكلات والقضايا التى تواجه المجتمع خلال فترة زمنية معينة^١.

وقد أتاحت تكنولوجيا الإتصال الحديثة ربط أجزاء العالم ببعضها البعض عبر العديد من الوسائط وقد إنعكس ذلك على الإذاعة المسموعة والمرئية سواء فيما يتعلق بالشكل أو المضمون، وتمثلت إحدى الثمار الإيجابية لتكنولوجيا الإتصال فى تنمية التفاعل والتواصل بين وسائل الإتصال الجماهيرية وقطاعات الجمهور المستهدف، ويعد عنصر تفاعل الجمهور مع القنوات الإذاعية والتلفزيونية أحد معالم الدور الفاعل لهما فى المجتمع المعاصر^٢.

وتواصل برامج المشاركة الجماهيرية مع الجمهور من خلال العديد من الوسائط الإتصالية مثل:

١. **التليفون:** حيث يتم الإتصال بالبرنامج مباشرة على أرقام الهواتف الموجودة أسفل الشاشة والمشاركة فى البرنامج وإبداء الرأى.

٢. **البريد الإلكتروني:** حيث دعمت شبكة الإنترنت عنصر التفاعل مع الجمهور، وفيه يقوم المشارك (من الجمهور) بإرسال بريد إلكترونى يتضمن رأيه فى الموضوع محل

(١) جيلان محمود عبد الرازق، مرجع سابق، ص ٥٨.
(٢) عادل عبد الغفار، الأسس العلمية فى إعداد وتقديم وإخراج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٦، ص ٥٣.

النقاش إلى البريد الإلكتروني للبرنامج والذي يكون ظاهراً على الشاشة، ويقوم القائم بالإتصال بقراءته على الهواء.

٣. الرسائل النصية القصيرة (SMS): والتي يرسلها الجمهور على الأرقام المخصصة للرسائل القصيرة في البرنامج ويقراها القائم بالإتصال على الهواء مباشرةً.

٤. المواقع الإلكترونية: تحرص العديد من القنوات على تخصيص مواقع لها على الشبكة العنكبوتية لتقديم أهم المعلومات حول نشأتها وتطورها والعاملين فيها وأهم برامجها لزوار الموقع ومستخدميه، كما تقدم بعض القنوات بثها المباشر على شبكة الإنترنت حتى تتخلص من أى صعوبات فنية يمكن أن تواجه جمهورها عند تحقيق التفاعل معهم^١.

ويرى العديد من الباحثين أن دخول الإنترنت إلى مجال الإعلام كان له تأثيرات عديدة حيث أننا لسنا بحاجة إلى الإشارة إلى أن السياسة الخارجية لا تتأثر فقط بالفضائيات بل إن الإنترنت له تأثير كبير جداً عليها من خلال تأثيره على الرأي العام^٢، وإلى جانب التأثير في السياسة الخارجية فالشبكة العنكبوتية لها أيضاً تأثيراتها على سيادة الدولة وسلطتها على المستوى المحلى، وقد أوجز Alert O تلك التأثيرات فيما يلي^٣:

١/٤ جعلت من الممكن للمواطنين التعبير عن وجهه نظرهم بشأن أى قضية سواء بالتأييد أو بالمعارضة من خلال وسيلة غير مكلفة ومباشرة وسريعة فضلاً عن إمكانية تنوير الرأي العام وترشيد قراراته من خلال كم ونوع المعلومات التى تتدفق من جانب الحكومة لى الجمهور يومياً.

٢/٤ التأثير الفورى على القرارات، حيث ساعد الإنترنت المواطنين على تشكيل جماعات ضغط فورية باستخدام الإمكانيات المتاحة لها وأهمها القوائم البريدية مما سمح بسرعة التأثير فى القرار حتى اللحظات الأخيرة.

٢/٤ تنظيم الأقليات المتناثرة والتي كانت تفتقر إلى التأثير فى القرار السياسى حيث سهلت الدمج بين الأقليات ذات الإهتمامات المتشابهه وتكوين تنظيمات اجتماعية دون الحاجة إلى تواجد مادى مباشر.

(١) المرجع السابق، ص ٥٥.

(٢) عبدالله الأشعل، مرجع سابق، ص ٥٥٥.

(٣) بسيونى إبراهيم حمادة، دراسات فى الإعلام وتكنولوجيا الإتصال والرأى العام، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٨) ط ١، ص ص ٦٢ - ٦٤.

وتعتمد المواقع الإلكترونية على الإمكانيات التي يتيحها الوسيط الإلكتروني مما حدا البعض إلى أن يطلق عليها الوسائل التفاعلية، كما أن عناصر التفاعل التي تتيحها المواقع الإلكترونية يمكن أن يتم تقسيمها إلى¹:

(أ) أشكال خاصة بالتلقى: وفيها يكون دور الجمهور المتابع للمواقع أن يقرأ الأخبار أو أن يشاهد الفيديوهات والتقارير والصور التي تضعها القناة على موقعها على الإنترنت دون أن يشارك برأيه فيها أو يعلق عليها.



شكل رقم (٤)

موقع قناة الجزيرة كشكل من أشكال تلقي الأخبار من جانب الجمهور دون المشاركة برأيهم فيها



شكل رقم (٥)

موقع قناة BBC العربية كشكل من أشكال تلقي الأخبار من جانب الجمهور دون المشاركة برأيهم فيها

(١) آمال سعد المتولى، المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية: دراسة تحليلية مقارنة، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم وهندسة الإعلام (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥) ط ١، ص ٤٦٠.



شكل رقم (٦)

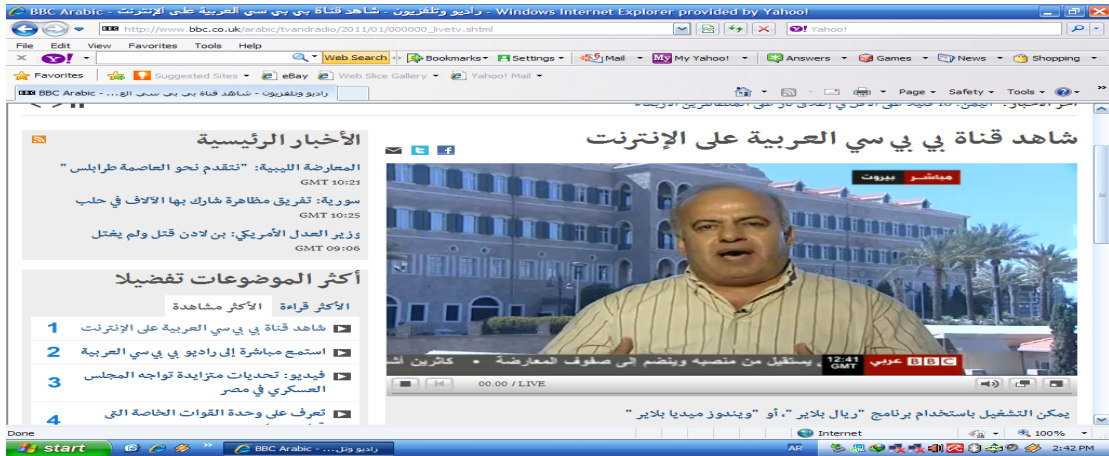
موقع قناة العالم كشكل من أشكال تلقي الأخبار من جانب الجمهور دون المشاركة برأيهم فيها

كما تقوم هذه القنوات بتوفير البث التلفزيوني الخاص بها على موقعها الإلكتروني وذلك لتجنب أي مضايقة أو تشويش يحدث للبث الفضائي ولضمان الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور في كل أنحاء العالم حتى في المناطق التي لا يصلها البث الفضائي لهذه القنوات.



شكل رقم (٧)

البث المباشر لقناة الجزيرة على موقعها الإخباري



شكل رقم (٨)

البث المباشر لقناة BBC العربية على موقعها الإخباري



شكل رقم (٩)

البث المباشر لقناة العالم على موقعها الإخباري



شكل رقم (١٠)

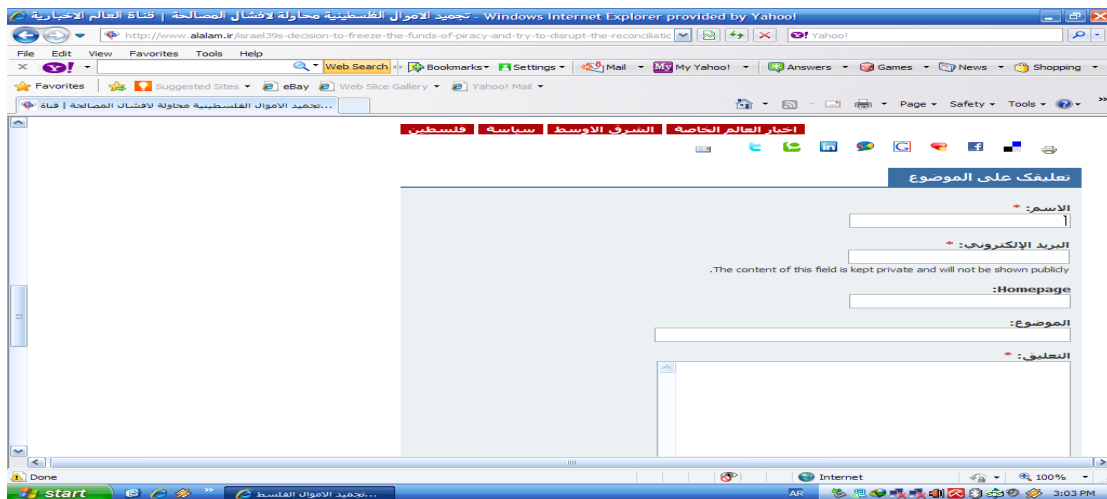
البث المباشر لقناة الحوار على موقعها الإخباري

(ب) أشكال خاصة بالتفاعل: وفيها يتحول المتلقي إلى مرسل أيضاً حيث تتاح له الفرصة للتعليق أو السؤال حول الموضوعات والأخبار والفيديوهات والصور ومقالات الرأي المنشورة على الموقع، أو حتى يصل الأمر إلى إرسال فيديوهات يقوم هو بتصويرها للأحداث التي تقع في بلده ويرسلها إلى موقع القناة لتقدمها من خلال البث المباشر لها.



شكل رقم (١١)

أشكال التفاعلية على موقع قناة الجزيرة (التعليق على الصور والأخبار والفيديوهات)



شكل رقم (١٢)

أشكال التفاعلية على موقع قناة العالم (التعليق على الصور والأخبار والفيديوهات)

٥. استطلاعات الرأي العام: والتي تجريها القنوات التلفزيونية الفضائية إما في شكل تقرير يذاع ضمن الحلقة ويحتوى على آراء الجمهور حول الموضوع الذى يتم مناقشته في الحلقة "Vox Pop" أو الاستطلاعات التي تجريها القنوات على مواقعها الإلكترونية

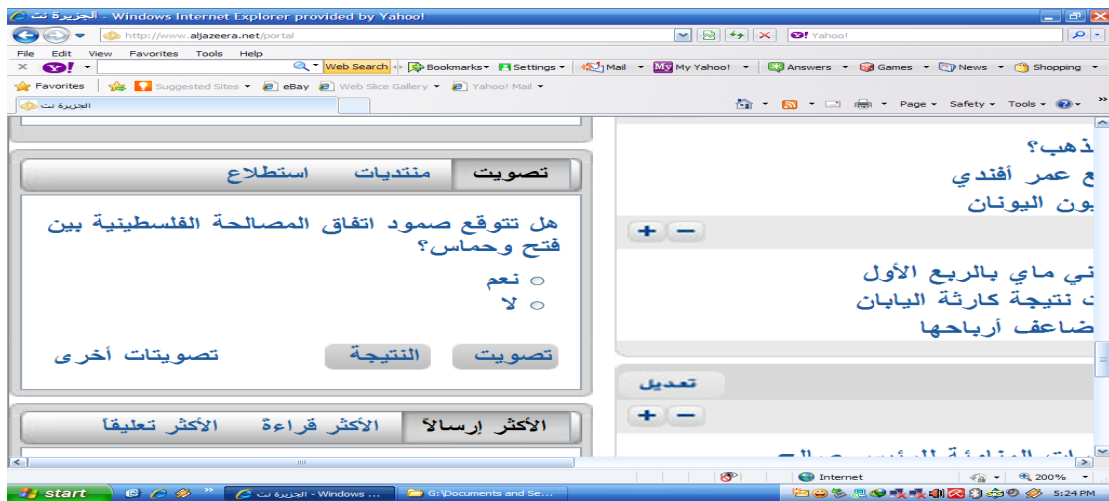
على شبكة الإنترنت، وتعتبر استطلاعات الرأي إحدى وسائل صناعة الرأي خاصة إذا تمت صياغته بطريقة دقيقة كأن نطرح أسئلة محددة تحتمل أكثر من رد أو إجابة مما يدفع بالمجيب بالرد على هذه النوعية من الأسئلة بـ"لا أعرف" وهي الإجابة المطلوبة لمعدى هذه الاسئلة التي تحتاج بحد ذاتها إلى براعة كبيرة في الإعداد^١.

وفي الأغلب الأعم يكون سؤال الاستطلاع الذي تنتطره القناة على موقعها الإلكتروني هو عنوان الحلقة التالية من برنامج المشاركة الجماهيرية، وتكون نتيجته هي ما يبدأ بها مقدم البرنامج النقاش في الحلقة.



شكل رقم (١٣)

أشكال التفاعلية على موقع قناة الجزيرة (استطلاعات الرأي العام)



شكل رقم (١٤)

أشكال التفاعلية على موقع قناة الجزيرة (استطلاع الرأي الأسبوعي)

(١) محمد جربوعه وسحر زيناتي أبو زلام، قناة الجزيرة: المطلوب رقم واحد، (الجزائر: دار النداء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢)، ص ٢١.



شكل رقم (١٥)

أشكال التفاعلية على موقع قناة BBC العربية (استطلاعات الرأي العام)

إلا أن بعض الباحثين يرى أن هذا النوع من استطلاعات الرأي العام تهدف فقط إلى التعرف السريع والفوري على آراء الجمهور تجاه قضية معينة وحساب النسبة المئوية لهذا الرأي إلا أنها لا تساعد على التعرف على الاتجاهات والدوافع الكامنة ورأئها تجاه سياسيات كبرى^١.

وهكذا لعبت استطلاعات الرأي دور فعال في خداع الناس لأنها عززت لديهم وهم المشاركة في صنع القرارات وحرية الاختيار وبالتالي الديمقراطية الوهمية وهذه الاستطلاعات ليس بالنتيجة إلا جهاز تحكم للسيطرة عبر موضوعات متنوعة، جميلة العرض، ذكية الحذف والإضافة والإخفاء، لا يتقنها إلا أشخاص معينون يعرفون ماذا يريدون أن يحققوا، فيقدمون وجهات نظرهم على طبق مزركش، وجبة سهلة الهضم يتناولها المتلقى دون أن يدرك السموم الداخلة في تركيبها^٢.

ومن ضمن أشكال التفاعل أيضاً والتي تتيحها برامج المشاركة الجماهيرية لجمهورها هو إنشاء صفحات للقناة أو للبرنامج (أو هما معاً) على موقعي التواصل الاجتماعي Facebook و Twitter - بالإضافة إلى صفحة البرنامج على موقع القناة - يتم عرض فيها السؤال الرئيسي الذي يتم طرحه في حلقة البرنامج ويتم تلقي تعليقات الجمهور على هذه الموضوع من خلال هذه الصفحة إلى جانب وسائل الإتصال الأخرى.

(١) عاطف عدلى العبد ونهى عاطف العبد، الرأي العام والفضائيات: دراسة في ترتيب الأولويات (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٧) ص ٦٣.
(٢) محمد جربوعه وسحر زيناتي أبو زلام، مرجع سابق، ص ٢٣.



شكل رقم (١٦)

صفحة قناة الجزيرة على موقع Facebook



شكل رقم (١٧)

أشكال التفاعلية على صفحة قناة الجزيرة على موقع Facebook



شكل رقم (١٨)
صفحة برنامج نقطة حوار على موقع Facebook



شكل رقم (١٩)
أشكال التفاعلية على صفحة برنامج نقطة حوار على موقع Facebook



شكل رقم (٢٠)
صفحة قناة الحوار على موقع Facebook



شكل رقم (٢١)
صفحة برنامج نقطة حوار على موقع Twitter

ومن ضمن الوسائل التي تستخدمها القنوات أيضا للإستفادة من خدمات الإنترنت في التواصل مع جمهورها وتحقيق التفاعلية هو إمكانية أن يقوم الجمهور بتسجيل فيديوهات من خلال كاميرا الإنترنت (Web Cam) ثم يقوم بإرسالها للبرنامج حتى تذاع على الهواء

مباشرةً (ولكن يلاحظ أن برنامج نقطة حوار هو الوحيد الذي يقدم هذه الخدمة من البرامج الأربعة السابق ذكرها).



شكل رقم (٢٢)

تواصل الجمهور مع برنامج نقطة حوار من خلال الـ (Web Cam)

كما أن بعض برامج المشاركة الجماهيرية قد استخدمت أسلوباً جديداً لم تستخدمه أى قناة عربية أخرى من قبل حيث أنها قامت بما يشبه عمل استضافه للجمهور وهو فى منزله بالصوت والصورة على الهواء مباشرة وذلك باستخدام Skybe والذي يمكن مقدم البرنامج من التحدث مع الجمهور وهم فى منازلهم يجلسون أمام الحاسب الآلى ويتم نقل المحادثة على الهواء مباشرة (ولكن يلاحظ أن برنامج نقطة حوار هو الوحيد أيضاً الذى يقدم هذه الخدمة من البرامج الأربعة السابق ذكرها).



شكل رقم (٢٣)

تواصل الجمهور مع برنامج نقطة حوار من خلال خدمة Skybe

ولتحقيق مزيد من التفاعل والمشاركة من جانب الجمهور مع البرنامج فقد أتاحت بعض القنوات إمكانية أخرى للفرد الذي لا يتوافر لديه إمكانية التواصل المرئي عبر الإنترنت مع البرنامج حيث يمكنه أن يقوم بواسطة كاميرا التليفون المحمول بالتواصل مع البرنامج من خلال خدمات الجيل الثالث في الجوال 3G (ولكن يلاحظ أن برنامج نقطة حوار هو الوحيد الذي يقدم هذه الخدمة من البرامج الأربعة السابق ذكرها).



شكل رقم (٢٤)

تواصل الجمهور مع برنامج نقطة حوار من خلال خدمة الـ (3G)

رابعاً: خاتمة الحلقة:

في ختام أى مقابلة أو حوار يجب أن يذكر القائم بالإتصال المشاهدين بموضوع الحوار ويقدم تلخيصاً موجزاً لما تم طرحه وخلاصة ما تم التوصل إليه من آراء، ثم يشكر الجمهور الذى شارك معه ويشكر المشاهدين جميعاً^١.

كما أنه يجب ألا ينتصر فى نهاية الحلقة لرأى معين فى القضية المطروحة للنقاش لأن هذا الرأى هو رأيه الشخصى، كما أنه يجب أن يوضح ماذا كان الهدف من وراء طرح النقاش حول هذه القضية، ويمكن فى خاتمة الحلقة أن يعرض القائم بالإتصال على الجمهور المشاركة فى تحديد القضايا التى يمكن أن يتم معالجتها وطرحها للنقاش فى الحلقات القادمة من البرنامج - إذا كانت سياسة القناة تسمح بذلك - من خلال التواصل مع فريق عمل البرنامج على صفحة البرنامج على موقع القناة أو صفحة البرنامج على موقع Facebook.

(١) عبد الدايم عمر الحسن، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، (القاهرة: دار القومية العربية للثقافة والنشر، ٢٠٠٣)، ص ٣٠٤.

المسؤولية الاجتماعية والمهنية للقائم بالإتصال فى برامج المشاركة الجماهيرية:

إن مقدم البرنامج أو القائم بالإتصال ليس حراً أو متحرراً من كل قيد بل هو ملتزم بمراعاة الاعتبارات المهنية؛ ومن ثم نجد أن المحطات المختلفة تفرض نوعاً من الرقابة على المواد التى تقدمها على الشاشة للجمهور سواء كانت تلك المواد قد أتت إليها من الخارج أو حصلت عليها بالشراء أو التبادل مع قنوات أخرى^١.

وبالتالى فالقنوات الفضائية وخاصة فى برامج المشاركة الجماهيرية لا تتيح للقائم بالإتصال الفرصة الكاملة فى النقاش مع الجمهور بالطريقة التى يختارها هو؛ حيث أن لهذه القنوات سياستها التحريرية التى تعمل فى إطارها وتتبعها فى كل ما تقدمه سواء من أخبار أو من مناقشات، ولذلك فحتى صياغة الأخبار أصبحت تخضع للسياسة التحريرية للقناة وبالتالى سياسة الجهة أو الدولة المالكه لهه فمثلاً أثناء زيارة الرئيس الأمريكى باراك أوباما للهند فى أواخر العام ٢٠١٠ عترض على هذه الزيارة أتباع الأحزاب اليسارية فى الهند ونظموا مظاهرات مناهضة له فى العاصمة الهندية نيودلهى وقد تم تناول هذا الخبر على قناتين إخباريتين هما الجزيرة والعالم وقد عرضته قناة الجزيرة فى الشريط الإخبارى لها على الشكل التالى^٢:

"مظاهرات مناهضة لزيارة باراك أوباما نظمها أتباع الأحزاب اليسارية فى الهند"

بينما عرضت قناة العالم الخبر فى شريطها الإخبارى على النحو التالى:

"الجماهير الهندية تنظم مظاهرات مناهضة لزيارة باراك أوباما للهند"

وبالتالى فإنه وفى ضوء السياسة التحريرية التى تفرضها القناة يجب على القائم بالإتصال أن يراعى نسق القيم الأخلاقية وأخلاقيات العمل الإعلامى وأن يكون لديه إحساس بمسئوليته الاجتماعية تجاه المجتمع الذى يعمل به وميثاق شرف المؤسسة التى يعمل فى إطارها والذى يتعين عليه الالتزام به^٣.

ولذلك فهناك مجموعة من الاعتبارات المهنية والأخلاقية والمهارات التى يجب أن تتوفر فى القائم بالإتصال فى برامج المشارك الجماهيرية وهى:

(١) كرم شلى، مرجع سابق، ص ٤٢.
(٢) متابعة الباحث للشريط الإخبارى للقناتين أثناء زيارة الرئيس الأمريكى باراك أوباما للهند، نوفمبر ٢٠١٠.
(٣) إبراهيم العقبوى، أخلاقيات العمل الإعلامى، ورقة بحثية مقدمة فى المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم وهندسة الإعلام: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥)، ص ص ٦٢١ - ٦٣١.

١. المرونة: وتعنى قدرة المذيع واستعداده لإجراء كافة أنواع الحوارات فى شتى الموضوعات، ومع مختلف الأشخاص، وفى كل الأحوال والمناسبات والظروف، وأن تكون لديه القدرة على الانتقال من نقطة إلى أخرى تبعاً للظروف التى تتطلب ذلك أثناء النقاش مع الجمهور.
٢. القدرة على الإنصات الجيد: وذلك لأن قدرة المذيع على الإنصات الجيد للضيف بشكل عام تساعده على استيعاب ما يقول بشكل جيد وبالتالي تمكنه من توجيه السؤال المناسب فى الوقت المناسب كما تمكنه من السيطرة على الحوار وتوجيهه.
٣. الفضول وحب الاستطلاع: حيث يجب على القائم بالإتصال بالبحث والتدقيق فى شخصية من يحدثه للكشف عن كل ما يهم المستمع أو المشاهد.
٤. الإصرار والمثابرة: لأن الحصول على الموضوع المناسب وتغطيته من كافة جوانبه أثناء النقاش يحتاج من القائم بالإتصال إلى التحلى بالصبر، حيث يمكن أن يكون المشارك مرواغاً ولا يعطى رأياً واضحاً -خاصةً إذا كان مسئولاً رسمياً - وبالتالي لابد أن يتعامل القائم بالإتصال مع هذا المشارك بالصبر ويحاول أن يأخذ منه الرأى النهائى فى الموضوع.
٥. القدرة على ضبط الأعصاب: وذلك لان القائم بالإتصال فى برامج المشاركة الجماهيرية عرضه لأن يلتقى بالعديد من الشخصيات من مختلف الإهتمامات والثقافات والاتجاهات والأمزجة ولا يستبعد أن يكون من بين هؤلاء بعض الشخصيات الإستفزازية أو العدوانية ومن ثم فيجب على القائم بالإتصال أن يتحلى بضبط الأعصاب وعدم الإستجابة للإستفزاز على النحو الذى قد يحيل البرنامج على معركة شخصية^١.
٦. يجب على القائم بالإتصال الجلوس بثبات إمام الكاميرا وعدم التحرك وعدم التحرك بكثرة.
٧. يجب التخلص من الإشارات التى يفعلها القائم بالإتصال برأسه تأكيداً على موافقته وتبنيه لوجهه نظر المشارك.
٨. التخلص من التوتر والإضطراب والتشنج فى الحركات أو فى وضع الجلوس أو فى عضلات الوجه^٢.

(١) كرم شلبى، مرجع سابق، ص ص ٢٥٠ - ٢٥١.

(٢) سوزان القلبنى، مرجع سابق، ص ١١٠.

٩. فى برامج النقاش يجب ألا يتم إلقاء الأسئلة بطريقة متتباعه وغير مرتبطة بالإجابات التى يقدمها المشارك فى النقاش.
١٠. يجب على القائم بالإتصال البعد عن الألفاظ التى يكررها عادة فى أحاديثه اليومية "اللزمت" كأن يستخدم ويكرر عبارة "طبعاً - جميل - يا سلام".
١١. يجب ألا يسخر القائم بالإتصال من وجه نظر أحد من محدثيه مهما كانت مخالفة له فى الرأى.
١٢. يجب الإشارة إلى موضوع المناقشة ما بين الحين والآخر والتذكير به حتى يتمكن المشاهد من المتابعة وخاصة المشاهد الذى بدأ المشاهدة بعد بداية الحلقة.
١٣. يجب إظهار اسم المتحدث بين الحين والآخر مكتوباً بخط صغير أسفل الشاشة إلى جانب ترديد اسمه فى حالة توجيه الأسئلة إليه.
١٤. يجب على القائم بالإتصال أن يحافظ على المساواة بين المشاركين فى فرص المشاركة فى الحوار ووقت المشاركة وأن يساعدهم على الإدلاء بأرائهم.
١٥. الحيلولة دون خروج المشارك عن الموضوع الأسمى على أن يتم ذلك بأسلوب لبق ومهذب.
١٦. التلقائية فى الحوار من جانب القائم بالإتصال والإبتعاد عن الصرامة المصطنعة والمبالغة فى الجدبة^١.
١٧. يمكن للقائم بالإتصال فى برامج المشاركة الجماهيرية أن يستخدم أنواعاً مختلفة من الأسئلة فيمكن مثلاً أن يستخدم الأسئلة التوضيحية وذلك للحصول على معلومات إضافية أو تفسير الإجابات السطحية والتى يقولها المشارك - وذلك فى حالة ما إذا كان هذا المشارك هو شاهد عيان على واقعة حدثت فى بلدة - وذلك حيث أن بعض الإجابات تكون لها أكثر من معنى وتؤدى إلى تداعى العديد من التفسيرات وتحتاج إلى هذه النوعية من الأسئلة التوضيحية.
١٨. كما يمكن للقائم بالإتصال أن يستخدم أسئلة المرآة "Mirror Probes" وهى تلك الأسئلة التى يوجهها القائم بالإتصال إلى المشارك ويقوم فيها بذكر الإجابة التى قالها المشارك وذلك للتأكد من فهم الإجابات التى قدمها المشارك فى النقاش بطريقة صحيحة.

(١) عبد الدايم عمر الحسن، مرجع سابق، ص ص ٣١٦ - ٣٣٩.

١٩. كما أن الأسئلة المطروحة في الحلقة لا بد أن تكون محايدة تماماً وتبتعد عن الأسئلة الإيحائية أو تلك الأسئلة المحملة بالإيجابية والتي تجذب الجمهور إلى الإدلاء بآراء معينة في البرنامج حول موضوع النقاش^١.

٢٠. كما أنه وفي إطار المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية التي يلتزم بها القائم بالاتصال فإنه يجب عليه إستغلال المعلومات التي تم الحصول عليها من الضيف ضده واثاره الجماهير عليه لتحقيق وجه نظر أخرى مخالفه يؤمن بها القائم بالاتصال نفسه^٢.

٢١. وفي إطار البعد عن الأسئلة الإيحائية فإنه يجب على القائمين على إعداد حلقات برامج المشاركة الجماهيرية البعد عن اختيار عنوان للحلقة يتضمن إنحياز لاتجاه معين؛ كأن يعتمد العنوان على سؤال استطلاع رأى أجرته القناة على موقعها الإلكتروني ويكون هذا السؤال هو سؤال مغلق واجاباته كلها تصب في خانة واحدة ولكن بدرجات متفاوتة.

التحديات والمشكلات التي تواجه برامج المشاركة الجماهيرية:

تعتبر برامج المشارك الجماهيرية هي أحدث أشكال برامج الرأى وأكثرها صعوبة في نفس الوقت، حيث أنه يمكن في حالة البرامج الحوارية أو جلسات النقاش التي تجرى داخل الأستوديوهات مع ضيوف يتم اختيارهم بعناية من جانب معدى البرنامج الحوارى أن يتم التحكم في سير الحوار بسهولة وكذلك التحكم في مدى التطرف الذى قد تصل إليه الأفكار المعروضة في الحلقة.

إلا أنه في حالة برامج المشاركة الجماهيرية فإن الامر يختلف بعض الشيء فالآراء المطروحة هنا هي ليست لضيوف اختارهم معد البرنامج أو المذيع أو حتى مالك القناة التي تقدم البرنامج ولكنهم جمهور عادى يهتم بالقضية المطروحة للنقاش وبالتالي يكون من الصعب توجيه آراء الجمهور أو حتى السيطرة عليها للحفاظ على الحوار من عدم التطرق إلى أمور قد تضر بسياسة القناة التي تذيع البرنامج والتي يلتزم البرنامج بها وتلتزم القناة بها حتى ولو إدعت أنها هيئة مستقلة عن الحكومة، وفيما يلى نعرض المشكلات التي تواجه برامج المشاركة الجماهيرية على الساحة العربية:

(١) ريهام سامى حسين يوسف، مرجع سابق، ص ٩٥.
(٢) المرجع السابق، ص ١٠٥.

١. تعاني بعض الفضائيات من تقييد الحريات من خلال تحديد نوعية من المعلومات المسموح بنشرها، وتتمثل هذه السيطرة فى تشريعات وقوانين منظمة للمؤسسات الإعلامية وقد وصل الأمر إلى إغلاق بعض هذه الفضائيات ومنع بثها.
٢. وجود تحديات تمويلية واقتصادية تلخص فى الرغبات المتناقضة أحياناً لكل من الممول (صاحب القناة أو الجهة المالكة لها) وبين الجمهور فالممول يهدف إلى تحقيق الربح المادى بأى طريقة أما الجمهور يسعى إلى المضامين الجادة والبعد عن الإبتزال.
٣. التحديات السياسية الخارجية والتي تتمثل فى الضغوط المباشرة والمستمرة على القنوات مثل إتصال السفارات الدول الأخرى بالجهة المالكة للقناة أو المحررين والمعددين أو القائم بالإتصال (مذيع البرنامج) وذلك لمنع مناقشة وعرض موضوعات معينة.
٤. ظهور تحديات مهنية تتمثل فى مدى كفاءة الإعلاميين وتجانسهم مع طبيعة أهداف المؤسسة الإعلامية التى يعملون بها.
٥. التحديات التكنولوجية والتي تتمثل فى ضرورة مواكبة التطور التكنولوجى المتسارع سواء من ناحية فهم طبيعة الأجهزة التكنولوجية أو توفير الموارد المالية لشرائها.
٦. التحديات المجتمعية التى تتمثل فى الفقر والامية الأبجدية والوظيفية التى يعانى منها المجتمع العربى مما يؤدى إلى نقص الوعى الفردى والمجتمعى وضعف إدارك المشكلات التى يعانى منها المجتمع.
٧. كما يعد عائق اختلاف اللهجات المحلية من أهم المشكلات التى تواجه هذه البرامج خصوصاً والإعلام العربى عموماً ، حيث يفضل الكثير مشاهدة ومتابعة برامج وقنوات بلهجة بلدة المحلية^١.
٨. إساءة استخدام هذه البرامج من جانب بعض المؤسسات الإعلامية، حيث أنه بين حرية بمعنى الفوضى والحرية بمعنى المسئولية خيط رفيع لا يراه كثيراً ممن يدعون أنهم يمارسون حقوق المواطنة، ولكنهم على الجانب الأخر يتناسون الواجبات التى فرضها عليهم ذات الدستور الذى كفل لهم حق الحرية فى الرأى والتعبير، كما أنه بين من يمارس الحرية بفوضى ومن يمارسها بمسئولية مساحة شاسعة لا يكاد الكثير منا يرغب فى معرفتها لأنه يعدها مساحة للمناورة وسعة الحركة إما بداعى الشجاعة أو التفرد أو حب الظهور^٢.

(١) نهى عاطف العبد، مرجع سابق، ص ٤٧ - ٤٩.

(٢) سناء محمد الجبور، مرجع سابق، ص ٩٨.

الفصل الرابع

**نتائج تحليل محتوى عينة من برامج المشاركة
الجماهيرية المقدمة فى قناتى الحوار و BBC
العربية خلال الفترة من أول أكتوبر إلى آخر
ديسمبر ٢٠١١**

• الإجابة على تساؤلات الدراسة.

• خاتمة الدراسة:

– خلاصة نتائج الدراسة.

– مناقشة نتائج الدراسة.

– مقترحات الدراسة.

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات التي تم تحديدها في ضوء مشكلتها البحثية وإطارها النظري ونتائج الدراسات السابقة، وقد تم اتباع الإجراءات المنهجية السابق توضيحها في الفصل الأول والتي تضمنت: تحديد عينة الدراسة، أسلوب جمع البيانات والذي اشتمل على تحديد فئات ووحدات التحليل، ثم استخدام استمارة تحليل المضمون لتحليل العينة والإجابة على تساؤلات الدراسة ومناقشة نتائجها وعرض توصياتها.

الإجابة على تساؤلات الدراسة:

ترتبط تساؤلات الدراسة بتحديد الدور الذي تقوم به برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير وذلك من خلال تحديد: نوع القضايا التي يتم مناقشتها في برامج المشاركة الجماهيرية، والإطار الجغرافي للقضايا التي تعالجها برامج المشاركة الجماهيرية، والأسلوب المتبع في تحديد القضايا التي يتم مناقشتها في برامج المشاركة الجماهيرية، وأسلوب معالجة القضايا التي يتم مناقشتها في برامج المشاركة الجماهيرية، والأدوات المستخدمة في عرض القضايا التي يتم مناقشتها في برامج المشاركة الجماهيرية ووسائل اتصال الجمهور ببرامج المشاركة الجماهيرية، والدول التي يتم منها الإتصال بالبرامج عينة الدراسة، والمساحة الزمنية المخصصة للمشاركة الجماهيرية في هذه البرامج، والمساحة الزمنية المتاحة لكل مشارك في برامج المشاركة الجماهيرية، ومدى تدخل مقدم البرنامج في توجيه المشاركات في هذه البرامج، ومدى التفاعل بين مقدم البرنامج والمشارك في برامج المشاركة الجماهيرية، ومدى التزام المشاركين في برامج المشاركة الجماهيرية بأخلاقيات الحوار.

١. نوع القضايا التي يتم مناقشتها في برامج المشاركة الجماهيرية:

تم تحديد نوع القضايا المطروحة للنقاش في برامج المشاركة الجماهيرية بغرض تحديد أنواع المضامين التي تركز عليها تلك البرامج الموجهة للمواطن العربي وتسعى بشكل كبير إلى جذب انتباهه وحثه على المشاركة والإدلاء برأيه في تلك القضايا، ويشير الجدول رقم (١) إلى ما يلي:

جدول رقم (١)

نوع القضايا المطروحة في برامج المشاركة الجماهيرية

نوع القضية	اسم القضية	ك	%
سياسية	أحداث العنف في سوريا	٥	٢٠
	الاحتجاج والتظاهر	٣	١٢
	أحداث البحرين	١	٤
	التصويت في الانتخابات	١	٤
	الفرق بين التجربة الديمقراطية في تونس ومصر	١	٤
	استقالة الحكومة الكويتية	١	٤
	الترشح في الانتخابات	١	٤
	حصول توكل كرمان على جائزة نوبل	١	٤
	العنف في اليمن	١	٤
	الانتخابات الرئاسية التونسية	١	٤
	الانتخابات البرلمانية المغربية	١	٤
	العفو عن صالح وبنشار مقابل التحي	١	٤
	العراق ما بعد الانسحاب الامريكى	١	٤
	الاعتصام والاضرابات	١	٤
	اجتماعى	الاحتفال بعيد الاضحى في دول الربيع العربى	١
احتفال المسيحيين العرب بعيد الميلاد المجيد		١	٤
الزيادة السكانية		١	٤
اقتصادية	استعادة الاموال المنهوبة بعد الثورات العربية	١	٤
	تطبيق مشروع السعودة	١	٤
	المجموع	٢٥	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه قد تم حصر أنواع القضايا التي تم تقديمها في برامج المشاركة الجماهيرية خلال فترة التحليل وظهرت في المضامين التالية (سياسية واقتصادية واجتماعية)؛ حيث ظهرت القضايا السياسية في المرتبة الأولى بنسبة (٨٠%) من إجمالي القضايا التي تم عرضها في البرامج عينة الدراسة، وجاءت هذه القضايا بواقع تكرار واحد لكل قضية على النحو التالي بالترتيب:

١. التصويت في الانتخابات.
٢. الترشح في الانتخابات.
٣. الإعتصام والإضراب.
٤. الفرق بين التجربة الديمقراطية التونسية وما يحدث في مصر وليبيا.
٥. استقالة الحكومة الكويتية.
٦. الوضع السياسي وأحداث العنف في اليمن.
٧. الوضع السياسي وأحداث العنف في البحرين.
٨. ردود الفعل الدولية والعربية على نتائج الانتخابات التونسية.
٩. العفو عن بشار الأسد وعلى عبدالله صالح مقابل التتحى عن الحكم.
١٠. نتائج الانتخابات التشريعية المغربية.
١١. العراق ما بعد الإنسحاب الأمريكي.

هذا إلى جانب قضايا أخرى تكررت في أكثر من حلقة وهي:

١. الأوضاع السياسية وأحداث العنف في سوريا والتي تكررت في خمس حلقات وبذلك تعتبر أكثر الموضوعات تكراراً في العينة، ويرجع ذلك إلى الوضع الملتهب في سوريا والاهتمام الكبير من جانب وسائل الإعلام به.
 ٢. الإحتجاج والتظاهر والتي تكررت في ثلاث حلقات.
- ويرجع التشتت الكبير في هذه القضايا إلى طبيعة الإطار الجغرافى لهذه البرامج حيث تتوجه إلى العرب جميعاً وليس إلى دولة عربية واحدة وبالتالي تكون القضايا المطروحة للنقاش في تلك البرامج مأخوذة من كل الدول العربية.

أما القضايا الاجتماعية فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (١٢%)، إلا أنه كان لمعالجة هذه القضايا الاجتماعية نكهة سياسية أيضاً؛ حيث عرضت قضية الزيادة السكانية في العالم في ضوء الأزمات السياسية التي تعيشها المنطقة العربية من ثورات الربيع العربي واحتلال فلسطين والعراق ولذلك فقد كان ضيف حلقة الزيادة السكانية هو شاب من غزة لديه عشرة أولاد ودار الحديث في عدة محاور كان أهمها كيفية الحصول على المأكل والمشرب في ظل الاحتلال والحصار الإسرائيلي لقطاع غزة.

كما جاء عرض قضيتي احتفال المسلمين بعيد الأضحى وكذلك إحتفال المسيحيين بعيد الميلاد ممزوجاً بالطابع السياسي حيث ناقشت الحلقات أجواء الإحتفالات في دول ثورات الربيع العربي ومظاهر إختلاف هذه الإحتفالات عن سابقتها في تلك الدول.

وفي المرتبة الأخيرة جاءت القضايا الإقتصادية بنسبة (٨%) وكانت معالجتها أيضاً لا تبتعد كثيراً عن الروح السياسية، حيث كانت أول قضية هي كيفية استعادة الدول العربية التي قامت فيها ثورات الربيع العربي للأموال المنهوبة منها، أما القضية الثانية فكانت تطبيق مشروع العودة للعمالة في المملكة العربية السعودية.

ويظهر مما سبق غلبة الإتجاه السياسي على قضايا برامج المشاركة الجماهيرية في فترة التحليل فحتى القضايا الإقتصادية والاجتماعية تم التطرق بشكل كبير في معالجتها إلى النواحي السياسية ويرجع ذلك إلى طبيعة المرحلة والأحداث التي تمر بها المنطقة العربية من ثورات على أنظمة ديكتاتورية وأوضاع سياسية وحراك في دول المغرب العربي والخليج العربي والتوترات بين الولايات المتحدة وإيران وما سيؤثره ذلك التوتر على الدول العربية، هذا بالإضافة إلى القضايا العربية المزمنة كإحتلال العراق وفلسطين.

٢. الإطار الجغرافي للقضايا التي تعالجها برامج المشاركة الجماهيرية:

تم تقسيم الإطار الجغرافي للقضايا التي تعالجها برامج المشاركة الجماهيرية على النحو المبين في الجدول التالي:

جدول رقم (٢)

الإطار الجغرافى للقضايا التى تعالجها برامج المشاركة الجماهيرية

الإطار الجغرافى	ك	%
عربى	١٦	٦٤
سوريا	٥	٢٠
مصر	٤	١٦
المجموع	٢٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن القضايا العربية تحتل المرتبة الأولى ما بين نوعيات القضايا التى يتم معالجتها فى برامج المشاركة الجماهيرية بنسبة (٦٤%) ويتفق ذلك مع التوجه العربى للبرنامج حيث أن هذه البرامج لا تخدم دول عربية بعينها ولكنها تقدم الخدمة الإعلامية للجمهور العربى عامة سواء داخل حدود الوطن العربى أو خارجها، وهو ما يتفق أيضا مع النتائج التى ظهرت فى الجدول رقم (١) والذى أوضح تنوع القضايا وعدم تركيزها على دول معينة.

بينما جاءت القضايا السورية فى المرتبة الثانية حيث احتلت نسبة (٢٠%) من القضايا التى تقدمها هذه البرامج، ويرجع ذلك إلى الأحداث المتلاحقة والعنف الشديد فى سوريا، وجاءت القضايا المصرية فى الترتيب الأخير للإطار الجغرافى للقضايا التى تعرضها برامج المشاركة الجماهيرية والتى احتلت نسبة (١٦%)، وعلى الرغم من أن ترتيب القضايا المصرية ظهر فى المرتبة الثالثة إلا أن هذا الترتيب بالنظر إلى هدوء الوضع فى مصر أثناء فترة العينة يوضح الاهتمام الذى أولته هذه البرامج للقضايا المصرية حتى بعد إنتهاء أحداث الثورة المصرية وهو الأمر الذى لم يحدث مع تونس أو حتى إستمرار أحداث العنف فى اليمن؛ حيث زاد عدد القضايا المصرية على القضايا اليمنية أو التونسية أو الليبية، وكانت هذه القضايا هى: تداعيات المواجهات بين قوات الجيش المصرى والأقباط أمام مبنى ماسبيرو، وصدور فتاوى سلفية تحرم التصويت للبراليين فى الانتخابات البرلمانية فى ٢٠١١، أداء التيار السلفى فى الانتخابات

البرلمانية المصرية ٢٠١١، اقتحام قوات الجيش لميدان التحرير وفض الاعتصام بالقوة وتداعيات أحداث محمد محمود.

٣. مدى حالة القضية المطروحة للنقاش:

تم تقسيم القضايا على حسب مدى حالتها إلى ثلاث أنواع على النحو المبين في الجدول التالي:

جدول رقم (٣)

مدى حالة القضية المطروحة للنقاش

مدى حالة القضية	ك	%
قضية حالية	١٥	٦٠
قضية سابقة	٧	٢٨
قضية متوقعة	٣	١٢
المجموع	٢٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن القضايا الحالية قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة (٦٠%) من مجموع نسب القضايا المطروحة للنقاش في برامج المشاركة الجماهيرية؛ وهذه القضايا هي: اقتحام قوات الجيش لميدان التحرير وفض الاعتصام بالقوة، المبادرة العربية لحل الأزمة السورية الفتاوى السلفية بتحريم التصويين لليبراليين، استعادة الأموال العربية المنهوبة بعد الثورات المشكلة السكانية، مهمة المراقبون العرب في سوريا، العراق ما بعد الانسحاب الأمريكي، الفرق بين التجربة التونسية وما يحدث في مصر وليبيا، أحداث العنف في اليمن، التظاهرات في المنطقة الشرقية في السعودية، مبادرة العفو عن بشار الأسد وعلى صالح مقابل التحي ووقف العنف. ويمكن تفسير ذلك من خلال أن برامج المشاركة الجماهيرية تهتم بالدرجة الأولى بحالية القضية المطروحة للنقاش حتى تواكب تصارع الأحداث في المنطقة العربية، كما تسعى للتعرف على آراء الجمهور العربي في الأحداث في وقت حدوثها مباشرةً .

أما القضايا السابقة فجاءت فى الترتيب الثانى بنسبة (٢٨%) وهى القضايا المتعلقة بأحداث وقعت وانتهت قبل تقديم الحلقة، إلا أنه يلاحظ أن هذه الأحداث قد وقعت منذ فترة قصيرة وهذا يتماشى مع رغبة البرامج فى متابعة الأحداث الجديدة والتعرف على آراء الجمهور فى الأحداث إما فور وقوعها وليس بعده بفترة طويلة. وهذه القضايا هى المواجهه بين الأقباط وقوات الجيش فى أحداث ماسبيرو، واستقالة الحكومة الكويتية، وأداء التيار السلفى فى الانتخابات البرلمانية المصرية، حصول توكل كرمان على جائزة نوبل، ردود الفعل على الانتخابات التونسية والمغربية، والتفجيرات التى حدثت فى دمشق.

وفى المرتبة الثالثة جاءت القضايا المتوقعة بنسبة (١٢%) وهى القضايا التى من المتوقع حدوثها فى فترة قريبة من تقديم الحلقة مثل توقعات الجمهور المشارك فى النقاش حول مظاهر الإحتفال بعيدى الأضحى المبارك والميلاد المجيد فى دول الربيع العربى وخاصة سوريا - والتى لم ينتهى فيها العنف - وما أشكال الاختلاف فى العيد عن الأعوام السابقة وهل سيزداد العنف أم لا؟، والدعوات لإعتصام فى المنطقة الشرقية السعودية؛ ويوضح ذلك أن هذه البرامج لا تتيح فقط للجمهور التعبير عن رأيه فى القضايا والأحداث التى تمت أو تتم وقت إذاعة الحلقة ولكنها تعطيه الفرصة للتعبير عن توقعاته فى الأحداث والمواقف التى لم تحدث بعد.

٤. أسلوب تحديد القضايا المطروحة للنقاش فى البرنامج:

تم رصد أساليب تحديد القضايا المطروحة للنقاش فى برامج المشاركة الجماهيرية وقد ظهرت هذه الأساليب على الشكل الموضح فى الجدول التالى:

جدول رقم (٤)

أسلوب تحديد القضايا المطروحة للنقاش في البرنامج

أسلوب تحديد القضايا	ك	%
قضايا ذات علاقة بحدث وقع وقت البرنامج	١٧	٦٨
قضايا يحددها المعد	٤	١٦
قضايا ذات علاقة بمناسبة تأتي ذكرها وقت اذاعة الحلقة	٤	١٦
المجموع	٢٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن الأسلوب الأكثر استخداماً في تحديد القضايا التي يتم طرحها للنقاش في برامج المشاركة الجماهيرية هي طبيعة ووقت الحدث نفسه حيث أن نسبة (٦٨%) من القضايا المطروحة للنقاش في العينة قد تم تحديدها بناءً على حدث وقع وقت إذاعة الحلقة وهو ما يتفق أيضاً مع نتائج جدول (٣) والذي أشار إلى أن معظم القضايا التي طرحت للنقاش كانت قضايا حالية ومستمرة مما يعني أن برامج المشاركة الجماهيرية تعتمد بالدرجة الأولى في اختيار موضوعاتها على حالية الحدث، وكان من أمثلة القضايا تم اختيارها على أساس حدث قريب من وقت تقديم الحلقة: اقتحام قوات الجيش لميدان التحرير وفض الاعتصام بالقوة، والفتاوى السلفية بتحريم التصويت للبراليين، وعمل بعثة التفنيس العربية في سوريا، وأحداث العنف في البحرين واليمن.

في حين جاءت في المرتبة التالية وينسب متساوية القضايا التي يحددها المعد والموضوعات الخاصة بالمناسبات التي تأتي ذكرها وقت اذاعة الحلقة وذلك بنسبة (١٦%) لكل منهما؛ وكان من أهم هذه القضايا التي حددها معد البرنامج: المشكلة السكانية، وكيفية الاحتفال بعيدى الأضحى المبارك والميلاد المجيد في دول الربيع العربي، والفرق بين التجربة التونسية وغيرها من التجارب الديمقراطية في ليبيا ومصر.

إلا أنه يلاحظ عدم ظهور أسلوب اختيار الجمهور للقضايا المطروحة للنقاش سواء عن طريق الإتصال أو التصويت على موقع القناة أو البريد الإلكتروني خلال فترة العينة على الرغم من استخدام هذا الأسلوب من جانب القناة في الفترات السابقة.

٥. أسلوب معالجة البرنامج للقضايا المطروحة للنقاش:

يعتبر الأسلوب الذى تعتمد عليه برامج المشاركة الجماهيرية فى معالجة القضايا المطروحة للنقاش مؤشراً مهماً على مدى الحرية التى تنتجها هذه البرامج للمتصلين للتعبير عن آراء مختلفة حول هذه القضايا، وقد تنوعت أساليب معالجة برامج المشاركة الجماهيرية للقضايا التى تطرحها للنقاش ويشير الجدول رقم (٥) إلى ما يلى:

جدول رقم (٥)

أسلوب معالجة البرنامج للقضايا المطروحة للنقاش

أسلوب معالجة القضية	ك	%
مناقشة آراء متعددة	٢١	٨٤
الجمع بين أكثر من أسلوب	٣	١٢
تبنى رأى واحد	١	٤
المجموع	٢٥	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق أن برامج المشاركة الجماهيرية المقدمة فى القنوات الفضائية فى إطار معالجتها للقضايا المطروحة للنقاش أتاحت الفرصة ل طرح وجهات نظر متعددة فى (٢١) قضية من القضايا التى تم تقديمها خلال فترة التحليل وذلك بنسبة (٨٤%) وكانت هذه القضايا هى: الفتاوى السلفية فى مصر بتحريم التصويين للبيراليين، واقتحام قوات الجيش لميدان التحرير وفض الاعتصام بالقوة، واداء التيار السلفى فى الانتخابات البرلمانية المصرية، ومحاكمة الأطباء فى البحرين، والمشكلة السكانية، ومقابلة الرئيس الأسد لقناة ABC الأمريكية، والمبادرة العربية

لحل الأزمة السورية، والاحتفال بعيدى الأضحى المبارك والميلاد المجيد فى دول الربيع العربى، والفرق بين التجربة التونسية والتجارب الديموقراطية فى مصر وليبيا، وحصول توكل كرمان على جائزة نوبل للسلام، وبعثة الجامعة العربية لسوريا، ومبادرة العفو عن بشار الأسد وعلى صالح مقابل التنحى عن الحكم، والتظاهرات فى المنطقة الشرقية فى السعودية، والمهلة العربية لسوريا، وردود الفعل على الانتخابات البرلمانية التونسية والمغربية، والعراق ما بعد الانسحاب، والتفجيرات فى وسط دمشق، واعتصام ١٦ ديسمبر فى شرق السعودية.

وهو ما يشير إلى أن برامج المشاركة الجماهيرية تتيح درجة كبيرة من حرية التعبير وتقبل بوجود العديد من الآراء المختلفة ضمن المناقشات المعروضة فى حلقاتها.

وجاء الاعتماد على أكثر من أسلوب فى معالجة القضايا المطروحة للنقاش فى برامج المشاركة الجماهيرية فى المرتبة الثانية بنسبة (١٢%) وذلك فى قضايا: المواجهات بين قوات الجيش المصرى والأقباط أمام ماسبيرو، واستعادة الأموال العربية المنهوبة فى دول الربيع العربى، استقالة الحكومة الكويتية. وكانت أكثر الأساليب التى جمعت بينها البرامج فى معالجة تلك القضايا هى مناقشة آراء متعددة وطرح حلول لهذه المشكلات، حيث كان الجمهور المشارك فى النقاش يبدأ مشاركته بالتعبير عن رأيه فى القضية محل النقاش ثم ينتقل إلى طرح حل لهذه القضية.

أما تبنى رأى واحد فى معالجة القضايا محل النقاش فقد جاء فى الترتيب الأخير بنسبة (٤%) بواقع قضية واحدة فقط وهى "تطبيق مشروع السعادة" التى قدمت فى برنامج الرأى الحر على قناة الحوار حيث أن القائم بالإتصال فى هذه الحلقة كان دائم التدخل فى توجيه النقاش بمعارضته لمشروع السعادة وكان كثيراً ما يقاطع الجمهور المشارك أو حتى يقطع عنه الإتصال إذا كان هذا الجمهور مؤيد للمشروع.

٦. الأدوات التى يستخدمها البرنامج فى عرض القضايا للنقاش :

تنوعت الأدوات التى إعتد عليها القائم بالإتصال فى عرض جوانب القضية المطروحة للنقاش فى برامج المشاركة الجماهيرية، كما أن اعتماد القائم بالإتصال على أداة معينة فى

عرض قضية ما لم يمنعه الإعتقاد على أداة أخرى فى نفس القضية، ويشير الجدول رقم (٦) إلى هذه الأدوات على النحو التالى:

جدول رقم (٦)

الأدوات التى يستخدمها البرنامج فى عرض القضايا

أدوات عرض القضايا	ك	%
عرض مقدمة مقرؤه	٢٥	٣٠.١٢
الإستعانة بضيف متخصص	٢٥	٣٠.١٢
عرض صور وفيديوهات	١٨	٢١.٦٨
عرض نتائج استفتاء	١٣	١٥.٦٦
عرض تقرير مفصل	٢	٢.٤١
المجموع	٨٣	١٠٠

تظهر نتائج الجدول السابق أن "عرض مقدمة مقرؤه عن القضية المطروحة للنقاش" وكذلك "الإستعانة بضيف متخصص" قد ظهرت كأكثر أدوات تم إستخدامها فى عرض القضايا المطروحة للنقاش الجماهيرى فى برامج المشاركة الجماهيرية وذلك بنسبة (٣٠.١٢%) لكل منهما؛ حيث ظهرت هاتان الأداةان فى كل حلقات عينة الدراسة، فكانت المقدمة المقرؤه حول القضية المطروحة للنقاش هى البداية التى إستخدمها القائم بالإتصال للتعريف بالقضية فى كل حلقات العينة.

وفى كثير من الأحيان كان القائم بالإتصال يعرض فى هذه المقدمة - إلى جانب المعلومات حول الموضوع المطروح للنقاش - الآراء المختلفة ووجهات النظر المتباينة حول هذا القضية بشكل حيادى، كما أنه كان هناك تنوع فى اتجاهات الضيوف فى الحلقات بحيث يمثلون وجهات النظر المختلفة؛ ففى قضية محاكمة الأطباء فى البحرين بتهمة معالجة المحتجين وتخزين أسلحة داخل المستشفى المقدمة على قناة BBC عربية تم استضافة الدكتورة رولا الصفار وهى أحد الأطباء المحكوم عليهم بالسجن والأستاذ خليفة العكبي ممثل وزارة حقوق الإنسان البحرينية وهو

مؤيد للحكم والأستاذ سعيد بومدوحة من منظمة العفو الدولية، وأيضا قضية أحداث ماسبيرو المقدمة على قناة BBC عربية والتي استضافت اللواء حسام سويلم وهو مؤيد لما قام به المجلس العسكري وكذلك أحد شهود العيان والمعترض على تعامل قوات الجيش مع المتظاهرين، وفي قضية المبادرة العربية لحل الأزمة السورية تم استضافة الأستاذ حيان سلمان الصحفى والمؤيد تماماً للنظام السوري والأستاذة بسمة القدماني المتحدث بإسم المجلس الوطنى السوري المعارض للنظام، وكذلك فقد راعت قناة الحوار التنوع فى ضيوف برنامج الرأى الحر حيث أنها وان استضافت ضيف واحد فقط فى كل قضية إلا أنه لم يكن فى كل القضايا مؤيد أو معارض ففى بعض القضايا يكون الضيف مؤيد للقضية مثل: قضية تطبيق مشروع العودة حيث استضافة الاستاذ عبد الله البراك الخبير الاقتصادى والمؤيد تماماً لتطبيق المشروع، وكذلك فى قضية فض قوات الجيش للاعتصام فى ميدان التحرير حيث استضافت الأستاذ جورج اسحاق الناشط السياسى والمعارض لفض الاعتصام، وهناك قضية واحدة فقط استضافت فيها قناة الحوار ثلاثة ضيوف وهى قضية الانتخابات البرلمانية المغربية حيث استضافت الدكتور محمد ظريف استاذ العلوم السياسية بجامعة الحسن الثانى وهو متخصص فى شئون الجماعات الاسلامية والأستاذ سعد العلمى وزير تحديث القطاعات العامة والأستاذ سعد الدين العثماني رئيس المجلس الوطنى للإصلاح والتنمية.

وتتفق نتائج الجدول السابق (٦) مع نتائج الجدول رقم (٥) أيضاً والذي أشار إلى أنه فى (٢٤) قضية من القضايا المطروحة للنقاش قد تم عرض وجهات نظر مختلفة وأراء متعددة حول هذه القضايا إلى جانب أيضا تقديم الجمهور المشارك لحلول لتلك القضايا؛ وهذا يشير إلى أن برامج المشاركة الجماهيرية تسعى إلى ترسيخ حرية التعبير وطرح وجهات النظر المختلفة حول القضايا ذات التأثير والأهمية فى المجتمعات العربية.

وفى المرتبة الثانية جاء عرض صور وفيديوهات عن القضية بنسبة (٢١.٦٨%)؛ حيث قدمت البرامج مشاهد حقيقية مسجلة لأحداث: فض قوات الجيش لاعتصام التحرير بالقوة، وأحداث العنف فى سوريا والبحرين والعراق واليمن، والتظاهرات فى المنطقة الشرقية السعودية، والانتخابات البرلمانية المصرية والتونسية والمغربية، والمواجهات بين الأقباط وقوات الجيش فى أحداث ماسبيرو، وصور من البرلمان الكويتى، وصور لمقابلة بشار الأسد مع قناة ABC

الأمريكية. وكانت هذه المشاهد تعرض أما على مساحة الشاشة بالكامل أو فى جزء من الشاشة على طريقة (Split Screen) بحيث يظهر القائم بالإتصال أو الضيف فى جزء من الشاشة ويظهر الفيديو أو الصور فى الجزء الأخر أو تظهر هذه المشاهد على شاشة موجودة خلف القائم بالإتصال.

وجاءت عرض نتائج الإستفتاءات فى المرتبة الثالثة بنسبة (١٥.٦٦%) وهذه الإستفتاءات هى كانت عبارة عن سؤال واحد لإستطلاع رأى الجمهور حول القضية المطروحة للنقاش ويكون هذا السؤال ذو إجابة مغلقة حيث يوجد عدة إختيارات للإجابة لا يخرج الجمهور عن هذه الإختيارات فيما يقدمه من إجابات، ويكون الإستفتاء موجود على الموقع الخاص بالقناة على شبكة الإنترنت أو على صفحة القناة على موقعى فيس بوك وتويتر.

إلا أنه يلاحظ أن هذه الاستفتاءات قد ظهرت فى القضايا التالية: محاكمة أطباء البحرين، وتداعيات المواجهات بين الأقباط وقوات الجيش فى ماسبيرو، واستعادة الأموال المهربة من دول الربيع العربى، المبادرة العربية لحل الأزمة فى سوريا، والمشكلة السكانية، والاحتفال بعيد الأضحى المبارك فى دول الربيع العربى، والفتاوى السلفية بتحريم التصويت لليبراليين، والفرق بين التجربة التونسية وما يحدث فى مصر وليبيا، واستقالة الحكومة الكويتية، وأداء التيار السلفى فى الانتخابات البرلمانية المصرية، ومقابلة الرئيس الأسد مع قناة ABC الأمريكية، وحصول توكل كرمان على جائزة نوبل للسلام، وبعثة الجامعة العربية لسوريا. وهذه القضايا هى تلك التى تم عرضها على قناة BBC عربية فقط حيث لم تستخدم قناة الحوار أداة الاستفتاء فى مناقشة القضايا المعروضة على شاشتها.

وجاء "عرض تقرير مفصل حول القضايا المطروحة للنقاش" فى المرتبة الأخيرة كأقل أداة إعتمدت عليها برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة فى مناقشة القضايا بنسبة (٢.٤١%)؛ حيث لم تتكرر سوى فى قضيتين فقط هما: أحتفال دول الربيع العربى بعيد الأضحى المبارك و أداء التيار السلفى فى الانتخابات البرلمانية المصرية فى عام ٢٠١١، وقد يرجع ذلك إلى إعتقاد القنوات بأهمية وسائل التواصل الأخرى مع الجمهور وأن التقارير المصورة قد أصبحت قالباً قديماً نتيجة ظهور الأشكال التفاعلية الحديثة والمباشرة مع الجمهور مثل التليفون والبريد الإلكتروني والتواصل عبر صفحات فيس بوك وتويتر كما أن إمكانية أن يسجل

الجمهور مشاركته من خلال الـ (Web Cam) فى أى مكان هو موجود فيه ويرسلها للقناة على موقعها على الإنترنت هى وسيلة أكثر فاعلية وسرعة وأقل تكلفة أيضاً على القناة، حيث لا يحتاج الأمر فى هذه الحالة من مراسل القناة فى تلك الدولة إلى النزول للشارع واستخدام معدات القناة وكذلك مقابلة أفراد معينين - هم الموجودين فى هذا الوقت فى مكان التصوير - للتعرف على رأيهم فى موضوع النقاش.

٧. طرق التواصل مع ضيوف البرنامج:

بلغ عدد الضيوف الذين تم الإستعانة بهم لإثراء الحوار والنقاش مع الجمهور المتفاعل فى برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة ٣٧ ضيفاً، وكان هؤلاء الضيوف إما مفكرين سياسيين أو إعلاميين أو باحثين لديهم إهتمام بالقضية محل النقاش أو أنهم جزء من هذه القضية وقوى فاعلة محركة للأحداث كرؤساء الأحزاب أو ناشطين سياسيين فى دول ثورات الربيع العربى أو زعماء لتيارات سياسية معينة. ويوضح الجدول رقم (٧) طرق تواصل البرنامج مع هؤلاء الضيوف على النحو التالى:

جدول رقم (٧)

طرق التواصل مع ضيوف البرنامج

طرق التواصل مع الضيوف	ك	%
استضافة بالقمر الصناعى أو عبر Skybe	١٩	٥١.٣٥
اتصال تليفونى	١٦	٤٣.٢٤
استضافة فى الاستوديو على الهواء	٢	٥.٤
المجموع	٣٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن النسبة الأكبر من ضيوف برامج المشاركة الجماهيرية كانت يتم استضافتها على الهواء مباشرةً بالقمر الصناعى أو من خلال خدمة التواصل عبر الإنترنت

Skybe وذلك بنسبة (٥١.٣٥%)، ويلاحظ أن هذه النسبة تركزت فقط في القضايا التي تم مناقشتها على قناة BBC عربية حيث لم تستخدم قناة الحوار هذه الطرق للتواصل مع ضيوفها. يلها في المرتبة الثانية الإتصال التليفونى بنسبة (٤٣.٢٤%)؛ وتشكل الغالبية العظمى من هذه النسبة الضيوف الذين ظهروا على قناة الحوار حيث أن قناة BBC عربية قد استخدمت الإتصال التليفونى فى قضيتين فقط هما: استقالة الحكومة الكويتية، ومقابلة الرئيس بشار الأسد مع قناة ABC الأمريكية. ثم فى المرتبة الأخيرة تأتى الاستضافة فى الأستوديو بنسبة (٥.٤%). وقد يرجع الإرتفاع فى نسبة استضافة برامج المشاركة الجماهيرية للضيوف عبر القمر الصناعى وخدمة Skybe ومن خلال الإتصال التليفونى إلى أن القنوات المقدمة لبرامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة لا تقدم برامجها من داخل الوطن العربى وأن أستوديوهاتها الأساسية فى لندن، ذلك فى الوقت الذى تناقش فيه خمس قضايا عربية متنوعة كل أسبوع، ولذا فمن الصعب أن تستضيف هذا العدد من الضيوف وخاصة أنه فى بعض الحلقات يكون بها أكثر من ضيف.

كما أن الحلقتان اللتان تم فيهما استضافة ضيوف داخل الاستوديو كان لهما ظرفهما الخاصة حيث أن الضيف الأول هو الدكتور محمد الهاشمى الحامدى وهو سياسى تونسى ورئيس تيار العريضة الشعبية للحرية والعدالة والتنمية، وتحالف تونس الجميلة، ومؤسس وأمين عام لحزب المحافظين التقدميين الذى تتبع له العريضة الشعبية وهو مقيم أصلاً بالعاصمة البريطانية لندن والضيف الثانى هى توكل كرمان الصحفية والناشطة السياسية اليمنية ورئيسة منظمة صحفيات بلا قيود والحاصلة على جائزة نوبل للسلام فى العام ٢٠١١ وهى أيضاً مقيمة فى أغلب الوقت فى العاصمة لندن.

٨. نوع بث المشاركة:

تم تقسيم المشاركات فى برامج المشاركة الجماهيرية من حيث نوع البث سواء كان مباشراً أو مسجلاً أو مكتوباً، ويشير الجدول رقم (٨) إلى هذا التقسيم على النحو التالى:

جدول رقم (٨)

نوع بث المشاركة

نوع البث للمشاركة	ك	%
مباشر	٣٢٩	٦٥.٩٣
مكتوب	١١٦	٢٣.٢٥
مسجل	٥٤	١٠.٨٢
المجموع	٤٩٩	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن النسبة الأغلب من المشاركات والتفاعلات كانت من خلال تواصل الجمهور المباشر مع برامج المشاركة الجماهيرية؛ حيث ظهرت نسبة التواصل مباشرة مع البرنامج (٦٥.٩٣%)، ويرجع ذلك إلى أن هذه البرامج تهدف بالدرجة الأولى إلى إقامة حوارات ومناقشات تفاعلية على الهواء مباشرة مع الجمهور.

أما المشاركات المكتوبة فقد حلت في المرتبة الثانية بنسبة (٢٣.٢٥%) وكانت هذه المشاركات عبارة عن رسائل مكتوبة يعرض فيها الجمهور المشارك في النقاش رأيه في القضية محل الجدل من خلال أما الرسائل النصية بالتليفون المحمول (SMS) أو بالبريد الإلكتروني أو بالتواصل عبر موقعي فيس بوك وتويتر أو عبر موقع القناة على الإنترنت وهو ما سيتم توضيحه لاحقاً في جدول (١٢)، ويرجع اعتماد هذه القنوات على تلك الوسائل الإلكترونية إلى رغبتها في توسيع نطاق تواصلها مع الجمهور من خلال مختلف وسائل الإتصال، هذا بالإضافة إلى الأهمية الكبيرة التي ظهرت لهذه الوسائل وخاصة مواقع التواصل الإجتماعي (Facebook و Twitter) في الثورات العربية.

وجاءت المشاركات المسجلة في الترتيب الأخير من حيث وسائل المشاركة في تلك البرامج بنسبة (١٠.٨٢%) وكانت الغالبية العظمى لهذه المشاركات من خلال كاميرات الإنترنت إلى جانب بعض التقارير المصورة وهو ما يعكس أيضاً التنوع في أشكال التواصل مع برامج المشاركة الجماهيرية.

٩. جنسية الجمهور المشارك فى النقاش:

يوضح الجدول رقم (٩) توزيع جنسيات الجمهور المشارك فى القضايا المطروحة للنقاش فى برامج المشاركة الجماهيرية كما يلى:

جدول رقم (٩)

جنسيات الجمهور المشارك فى النقاش فى برامج المشاركة الجماهيرية

جنسية الجمهور المشارك	ك	%
غير محدد الجنسية	١٠٢	٢٠.٤
مصرى	٩٨	١٩.٦
سعودى	٧٠	١٤
تونسى	٤٢	٨.٤
سورى	٤٢	٨.٤
أردنى	٢١	٤.٢
عراقى	٢٠	٤
يمنى	٢٠	٤
ليبى	١٧	٣.٤
كويتى	١٤	٢.٨
مغربى	١٣	٢.٦
بحرينى	١٢	٢.٤
إماراتى	٧	١.٤
جزائرى	٧	١.٤
سودانى	٧	١.٤
قطرى	٣	٠.٦
لبنانى	٢	٠.٤
عمانى	١	٠.٢
فلسطينى	١	٠.٢
المجموع	٤٩٩	١٠٠

يتضح من نتائج الجدول السابق أن النسبة الأكبر من المشاركات فى برامج المشاركة الجماهيرية كانت غير محددة الجنسية بنسبة (٢٠.٤%)، وقد ظهرت هذه المشاركات فى مشاركات البريد الإلكتروني والتعليقات على صفحات القنوات المقدمة للبرامج على الإنترنت وموقعى التواصل الإجتماعى (فيس بوك وتويتر) حيث أن القائم بالإتصال كان فى كثير من الأحيان لا يذكر جنسية صاحب المشاركة.

أما بخصوص الجنسيات المحددة فقد كان الجمهور المصرى هو الأكثر مشاركة فى النقاش بنسبة (١٩.٦%)؛ ويرجع ذلك إلى كثرة القضايا المصرية المعروضة فى برامج المشاركة الجماهيرية بالمقارنة بالدول الأخرى وذلك على الرغم من هدوء الأوضاع فى مصر - وقت تسجيل العينة - على عكس سوريا واليمن، كما أنه يشير إلى أن إهتمام الجمهور المصرى يتعدى القضايا المحلية ليصل إلى القضايا العربية أيضاً؛ حيث لوحظ أن العديد من مشاركات الجمهور المصرى قد ظهرت فى حلقات تناقش قضايا: المهلة العربية لحل الأزمة السورية، أحداث العنف فى الثورة اليمنية، المبادرة العربية لحل الأزمة السورية، تطبيق مشروع السعودية، العراق ما بعد الإنسحاب الأمريكى.

وجاء فى المرتبة التالية الجمهور السعودى كان حيث شارك فى النقاش بنسبة (١٤%) وذلك على الرغم من أن القضايا السعودية لم تكن هى الطاغية على نوعية القضايا المقدمة فى برامج المشاركة الجماهيرية؛ إلا أن ارتفاع نسبة المشاركة قد يرجع إلى المستوى الإقتصادى المرتفع والذى مكن المواطنين السعوديين من المشاركة فى هذه البرامج، بالإضافة إلى عامل آخر يغلب عليه طابع الطائفية بشكل كبير والذى ظهر فى مشاركات الجمهور السعودى فى التعليق على قضايا: أحداث العنف فى سوريا ومحاكمة الأطباء فى البحرين، والاحتجاجات التى ينظمها المواطنين الشيعة فى شرق المملكة العربية السعودية، والانسحاب الأمريكى من العراق. حيث أن معظم الآراء المقدمة من الجمهور السعودى فى هذه الحلقات كانت تميل إلى طرح الموضوع من وجهه نظر أنه حرب بين السنة والشيعة، ويرجع سبب ذلك إلى الأجواء المتوترة بين المملكة العربية السعودية وإيران.

وجاء كلا من الجمهور السورى والتونسى فى المرتبة الثالثة بنسبة (٨.٤%) ويرجع الإنخفاض فى هذه النسبة مقارنة بالأحداث التى جرت وتجرى فى هذه الدول بإعتبارها من دول

الربيع العربي إلى أن الأوضاع المساوية في سوريا تصعب كثيراً على السوريين المشاركة في هذه البرامج كما أن هدوء الأوضاع في تونس بعد إختيار المنصف المرزوقي رئيساً مؤقتاً للدولة ربما هو ما قلل من اهتمام الجمهور التونسي بالمشاركة في هذه البرامج.

وجاء في الترتيب الأخير الجمهورين العماني والقطيني بنسبة (٠.٢%) لكل منهما، حيث شارك مواطن عماني واحد ومواطن فلسطيني واحد في النقاش على طول فترة العينة والتي بلغت ثلاث أشهر، ويرجع ذلك إلى أن برامج المشاركة الجماهيرية في فترة التحليل لم تولى اهتماماً بهذه الدول ولم تقدم أي قضايا تخص هاتين الدولتين.

١٠. جهة الجمهور المشارك في النقاش:

قد تختلف الجهة التي يشارك منها الجمهور العربي في مناقشة القضايا المطروحة للنقاش في برامج المشاركة الجماهيرية عن دولته الأصلية، ويشير الجدول رقم (١٠) إلى ما يلي:

جدول رقم (١٠)

جهة الجمهور المشارك في النقاش

جهة الجمهور المشارك	ك	%
دولة عربية أسيوية	٢١١	٤٢.٣
دولة أوروبية	٩٢	١٨.٤
مصر	٦٥	١٣
دولة عربية أفريقية	٦٠	١٢
غير محدد الجهة	٥٩	١١.٨
أمريكا	٤	٠.٨
اسيا	٣	٠.٦
كندا	٢	٠.٤
اخرى	٣	٠.٦
المجموع	٤٩٩	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن معظم المشاركات في برامج المشاركة الجماهيرية تأتي من الدول العربية الآسيوية وخاصة دول الخليج بنسبة (٤٢.٣%)، وتتفق هذه النتائج مع نتائج الجدول رقم (٩) والذي أوضح أن الجمهور المصرى والسعودى يشاركان بكثافة في المناقشات في برامج المشاركة الجماهيرية حيث يشاركان بنسب (١٩.٦%) و(١٤%) على التوالي، كما أنه لا يمكن تجاهل أن هناك نسبة لا يستهان بها من المصريين الذين يشاركون في النقاش من الخليج، هذا بالإضافة إلى الجمهور السورى واليمنى المشاركين فى النقاش من الخليج أيضاً نظراً للظروف السياسية فى دولهم.

وتأتى الدول الأوروبية فى المرتبة الثانية كأحدى جهات المشاركة من الجمهور العربى فى برامج المشاركة الجماهيرية بنسبة (١٨.٤%) وهو ما يشير إلى أن الجمهور العربى يكون لديه الحافز للمشاركة والإدلاء برأيه فى القضايا السياسية الشائكة كلما كان بعيداً عن قبضة الأنظمة السلطوية داخل دولته وهو ما أدى إلى إرتفاع نسبة العرب المشاركين فى الحوار من أوروبا، وكذلك لاختلاف طبيعة البيئة والثقافة التى يعيش فيها الأفراد وقد ظهر ذلك فى المشاركات التى وردت أثناء مناقشة قضايا: أداء التيار السلفى فى الانتخابات البرلمانية ٢٠١١، وأحداث ماسبيرو؛ حيث أرتفعت نسبة المشاركين المصريين من الدول الأوروبية والذين عارضوا التقدم الذى حققه تيار الإسلام السياسى فى الانتخابات البرلمانية ٢٠١١، كما أن عدد المسيحيين المصريين المشاركين من أوروبا فى مناقشة قضية أحداث ماسبيرو كان أكثر من المسيحيين الذين شاركوا فى النقاش من داخل مصر.

كما أرتفعت نسبة المشاركين السوريين من داخل أوروبا أثناء مناقشة القضايا المتعلقة بالثورة السورية وهى: المبادرة العربية لحل الأزمة السورية، والمهلة العربية للنظام السورى، والتفجيرات التى حدثت فى وسط دمشق، ولقاء الأسد مع قناة ABC الأمريكية. وكان المشاركين السوريين من أوروبا من المعارضيين لنظام الأسد على عكس السوريين المشاركين من داخل سوريا.

وتأتى فى المرتبة الثالثة مصر بنسبة (١٣%) وهى نسبة كبيرة إذا ما وزعنا باقى النسب على الدول العربية، مما يشير إلى السقف الكبير لحرية التعبير فى مصر بعد ثورة ٢٥ يناير والتى كسرت قيود الرقابة وأدت إلى زيادة مساحة حرية التعبير لدى المواطن المصرى، بالإضافة إلى الدور الذى لعبته برامج المشاركة الجماهيرية فى تدعيم هذه فكرة الحرية لدى الجمهور.

وجاء في المرتبة التالية الدول العربية الأفريقية (ماعدا مصر) والتي شكلت مجتمعة نسبة (١٢%) وكانت هذه المشاركات تأتي من تونس وليبيا والمغرب والجزائر حيث شاركت هذه الجنسيات وفقاً لما أشار إليه جدول (٩) بنسب (٨.٤% و ٣.٤% و ٢.٦% و ١.٤%) وركزت هذه المشاركات في الحلقات التي ناقشت قضايا: الإنتخابات البرلمانية والرئاسية التونسية، والانتخابات البرلمانية المغربية، والفرق بين التجربة الديمقراطية في تونس والتجارب في مصر وليبيا.

وقد جاء في الترتيب الأخير للدول التي يشارك منها الجمهور مجموعة من الدول شكلت مجتمعة نسبة (٠.٦%)؛ حيث جاء من كل منها مشاركة واحدة طول فترة التحليل وهي: استراليا ونيوزلندا وأمريكا اللاتينية، وقد يرجع ذلك إلى انخفاض أعداد المواطنين العرب في هذه الجهات بالمقارنة بأعدادهم في الدول الأخرى.

١١. نوع الجمهور المشارك في النقاش:

يشير الجدول رقم (١١) إلى توزيع نوع الجمهور المشارك في النقاش الجماهيري حول القضايا المطروحة في برامج المشاركة الجماهيرية وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (١١)

نوع الجمهور المشارك في النقاش

نوع الجمهور المشارك	ك	%
ذكور	٤٣٢	٨٦.٦
إناث	٦٦	١٣.٢
الإثنين معاً	١	٠.٢
المجموع	٤٩٩	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الغالبية من الجمهور المشارك في النقاش في برامج المشاركة الجماهيرية هم من الذكور بنسبة (٨٦.٦%)؛ وقد يرجع ذلك إلى أن نوعية القضايا المطروحة في هذه البرامج حيث أن غالبيتها قضايا سياسية، إلا أن هذا لا يعنى أن الإناث لا يهتمون بالقضايا السياسية وخاصة بعد ثورات الربيع العربى والتي شاركت فيها المرأة بشكل كبير حتى أن توكل كرمان الناشطة السياسية اليمنية قد أخذت جائزة نوبل للسلام وأطلقت عليها مجلة تايم أكثر نساء التاريخ ثورية، ولذا فقد ظهرت مشاركات الإناث بنسبة (١٣.٢%).

أما في المرتبة الأخيرة فجاءت المشاركات التي تجمع الجنسين معاً وكانت بنسبة ضئيلة بلغت (٠.٢%) وهي نسبة ضئيلة جداً حيث تمثل مشاركة واحدة فقط من ضمن مشاركات العينة البالغ عددها ٤٩٩ مشاركة، وكانت هذه المشاركة من تونس عبر البريد الإلكتروني في مناقشة قضية: ردود الفعل حول الانتخابات البرلمانية والرئاسية التونسية والتي قدمت على قناة الحوار.

١٢. وسائل مشاركة الجمهور فى النقاش:

لأن برامج المشاركة الجماهيرية تقوم أساساً فكرة التفاعلية بين البرنامج نفسه وبين الجمهور العادى الذى يرغب فى التعبير عن رأيه تجاه القضايا المطروحة للنقاش فى البرامج؛ فلم تعد برامج المشاركة الجماهيرية تعتمد فقط على الإتصالات التليفونية ولكن بدأت باستغلال التقدم التكنولوجى السريع فى وسائل الإتصال لى تتيح لجمهورها فرصاً أكبر للمشاركة فى النقاش.

يوضح الجدول رقم (١٢) توزيع الوسائل التى اعتمد عليها الجمهور لإبداء رأيه فى القضايا المطروحة للنقاش فى برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة على النحو التالى:

جدول رقم (١٢)

وسائل مشاركة الجمهور فى النقاش

وسائل المشاركة	ك	%
اتصال تليفونى	٣٢٩	٦٥.٩
تعليق نصى على موقع القناة	٤٢	٨.٤
تعليق نصى على موقع فيس بوك	٤١	٨.٢
تعليق بكاميرا الإنترنت	٣٥	٧
استطلاع رأى من تقرير مصور	١٩	٣.٨
رسائل الكترونية	١٧	٣.٤
تعليق نصى على موقع تويتر	٩	١.٨
رسائل نصية SMS	٧	١.٤
المجموع	٤٩٩	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن الإتصال التليفونى - بالإتفاق مع جدول رقم (٨) فى أن عدد تكرارات المشاركات المباشرة (٣٢٩) تكرر - كان أكثر الوسائل التى لجأ إليها الجمهور للتعبير عن رأيه حيث جاء فى المرتبة الأولى بنسبة (٦٥.٩%)، وهو ما يشير إلى درجة كبيرة من حرية التعبير تتيحها هذه البرامج للجمهور المشارك فى النقاش حيث أن التواصل مباشرة عبر الإتصال الهاتفى يمكن الجمهور من التعبير عن رأيه على الهواء مباشرةً وبأقل قدر من تحكم القائم بالإتصال فيه.

وجاءت التعليقات التى يكتبها الجمهور على صفحة البرنامج على موقع القناة على الإنترنت فى المرتبة الثانية بنسبة (٨.٤%)، إلا أنه يلاحظ أن هذه الوسيلة قد ظهرت فى برنامج نقطة حوار فقط بينما برنامج الرأى الحر لم يعتمد على هذه الوسيلة، وفى المرتبة الثالثة جاءت تعليقات الجمهور حول موضوع النقاش على صفحة القناة على موقع التواصل الإجتماعى (Facebook) بنسبة (٨.٢%)، وهو ما يشير إلى الأهمية التى بدأت تحظى

بها مواقع التواصل الإجتماعى وخاصة موقع الفيس بوك نظراً لقدرتها على إتاحة فرصة كبيرة أمام الجمهور للتعبير عن رأيه فى العديد من الموضوعات وهو ما دفع برامج المشاركة الجماهيرية للإعتماد عليها كوسيلة من ضمن وسائل التواصل بينها وبين الجمهور المشارك فى النقاش.

وجاء فى المرتبة الرابعة وسيلة جديدة للتواصل وهى إستخدام كاميرات الإنترنت أو الـ (Webcam) للتعبير عن الرأى بنسبة (٧%)، وتلاها التقارير المصورة والرسائل الإلكترونية بنسب (٣.٨% و ٣.٤%) على التوالى، ثم استخدام موقع التواصل الإجتماعى تويتر فى تقديم الأراء بنسبة (١.٨%) وهو ما يوضح أن موقع الفيس بوك قد تفوق على تويتر من حيث قدرة مستخدميه على التعبير عن رأيهم والتواصل مع برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة.

ثم جاءت فى المرتبة الأخيرة الرسائل النصية من خلال التليفون المحمول بنسبة (١.٤%) كأقل الوسائل التى يعتمدت عليها الجمهور فى التعبير عن رأيه فى برامج المشاركة الجماهيرية.

ويلاحظ أن البرامج عينة الدراسة لم تكن موحدة فى إتاحة الوسائل السابقة للجمهور للتعبير عن رأيه، حيث تفوقت قناة BBC عربية من خلال برنامجها "نقطة حوار" على قناة الحوار وبرنامج "الرأى الحر" فى إتاحة وسائل لم تقدمها قناة الحوار مثل الرسائل النصية واستخدام كاميرا الإنترنت والتعليق على صفحة القناة على موقعها الإلكتروني بالإضافة إلى وسائل أخرى أتاحتها قناة BBC عربية ولكنها لم تظهر خلال المدى الزمنى للعينة مثل إمكانية تقديم الجمهور المشارك فى الحوار لرأيه فى موضوع النقاش من خلال خدمة Skybe وكذلك التعليقات المصورة من خلال التليفون المحمول بخاصية 3G.

ويظهر التنوع فى وسائل الإتصال والذى أتاحتها برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة أمام الجمهور المشارك فى النقاش مدى إهتمام هذه البرامج بالتعرف على أراء الجماهير بشتى الطرق والوسائل وهو ما يعكس تدعيم هذه البرامج لحرية التعبير وسعيها الدائم لخلق الحافز لدى الجمهور للتعبير عن رأيه فيما تناقشه من قضايا مهمة.

١٣. أسلوب مشاركة الجمهور فى النقاش:

تتوعد الأساليب التى ظهرت بها مشاركات الجمهور على فى برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة، ويوضح الجدول رقم (١٣) تلك الأساليب على النحو التالى:

جدول رقم (١٣)

أسلوب مشاركة الجمهور فى النقاش

أسلوب المشاركة	ك	%
إبداء رأى	٤٦٥	٩٣.٢
الجمع بين أكثر من بديل	١٦	٣.٢
طرح حلول	٧	١.٤
طرح أسئلة واستفسارات	٦	١.٢
تقديم معلومات	٥	١
المجموع	٤٩٩	١٠٠

يوضح الجدول السابق أن أكثر الدوافع لدى الجمهور المشارك فى النقاش فى برامج المشاركة الجماهيرية كانت إبداء الرأى حول الموضوعات المطروحة للنقاش فى تلك البرامج بنسبة (٩٣.٢%)، وهى نسبة كبيرة تشير إلى أن هذه البرامج قد أتاحت فرصة كبيرة للجمهور للتعبير عن رأيه وهو الأمر الذى يتفق مع طبيعتها حيث تسعى بالدرجة الأولى إلى التعرف على آراء الجمهور فى القضايا المطروحة للنقاش. كما أن هذه النتيجة تتفق مع ما أوضحه جدول (٥) والذى أشار إلى أن السياسة العامة لبرامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة هى إتاحت الفرصة للعديد من الآراء المتنوعة والمختلفة للظهور فى النقاش بنسبة (٨٤%).

وجاء فى المرتبة الثانية الجمع بين أكثر من بديل فى أساليب مشاركة الجمهور بنسبة (٣.٢%)، ويكشف تحليل المضمون أن معظم هذه النسبة تركزت فى إبداء الرأى إلى جانب

طرح حلول للمشكلات والتساؤلات التي يطرحها القائم بالإتصال فى برامج المشاركة الجماهيرية، أما طرح الحلول كأسلوب منفصل للمشاركة فقد جاء فى المرتبة الثالثة بنسبة (١.٤%) وكانت هذه الحلول لمشكلات تتطرحها الحلقة النقاشية فى قضايا: المبادرة العربية لحل الأزمة فى سوريا، وأحداث العنف فى اليمن، والمشكلة السكانية، الفرق بين التجربة التونسية وما يحدث فى مصر وليبيا.

ثم جاء طرح أسئلة واستفسارات من جانب الجمهور المشارك فى النقاش فى المرتبة التالية بنسبة (١.٢%)، وكانت هذه التساؤلات توجه إلى صناع القرار والتيارات السياسية واللاعبين الرئيسيين فى الأحداث السياسية فى الدولة صاحبة القضية المعروضة للنقاش وظهرت هذه التساؤلات فى ست مشاركات أثناء مناقشة قضايا: استعادة الأموال العربية المنهوبة من دول الربيع العربى، استقالة الحكومة الكويتية، المواجهات بين قوات الجيش والأقباط فى ماسبيرو، المهلة العربية للنظام السورى.

وفى المرتبة الأخيرة جاء "تقديم المعلومات" كأقل اساليب مشاركة الجمهور فى برامج المشاركة الجماهيرية بنسبة (١%) وكانت هذه المعلومات تأتى من نوعية معينة من مشاركات الجمهور وهم شهود العيان على الأحداث لتقديم تفاصيل عن قضايا: تفجيرات وسط دمشق، المواجهات بين قوات الجيش والأقباط فى ماسبيرو، أحداث العنف فى سوريا والبحرين.

١٤. المساحة الزمنية المخصصة من البرنامج للمشاركة الجماهيرية:

نظراً لأن برامج المشاركة الجماهيرية تقوم أساساً على التعرف على رأى الجمهور فى القضية المطروحة للنقاش، ولكن لأن كل حلقة قدمت إلى جانب رأى الجمهور آراء أخرى لضيوف متخصصين أو فاعلين فى تلك القضية؛ فيهدف هذا التساؤل إلى تحديد الوقت الذى تتيحه هذه البرامج للجمهور لتقديم رأيه وتحديد النسبة التى استغرقها وقت الجمهور من الوقت المخصص لمناقشة القضايا بالكامل، وتظهر هذه المدة على النحو الذى يوضحه جدول رقم (١٤):

جدول رقم (١٤)

المساحة الزمنية المخصصة من البرنامج للمشاركة الجماهيرية

مساحة المشاركة الجماهيرية	ك	%
من ٥٠% إلى أقل من ٨٠%	١٧	٦٨
من ٨٠% إلى أقل من ٩٠%	٦	٢٤
من ٣٠% إلى أقل من ٥٠%	٢	٨
المجموع	٢٥	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن المشاركة الجماهيرية قد إحتلت نسبة تتروح ما بين ٥٠% إلى ٨٠% من المساحة الزمنية المخصصة لمناقشة القضايا المطروحة فى برامج عينة الدراسة وذلك فى (١٧) قضية بنسبة (٦٨%)، كما يشير التحليل إلى أن معظم النسبة السابقة قد تركز بدرجة كبيرة فيما يقارب الـ ٨٠% بمعنى أنه فى ٦٨% من حلقات العينة كانت نسبة المشاركة الجماهيرية تقترب من الـ ٨٠% من مساحة الحلقة. ويوضح ذلك أن برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة قد أتاحت فرصة كبيرة أمام الجمهور للتعبير عن رأيه فى القضايا محل النقاش من خلال إتاحة وقت كبير للجمهور وهى النتيجة التى تتفق مع ما توصل إليه الجدول رقم (١٣) من أنه من بين (٤٩٩) مشاركة جاءت (٤٦٥) مشاركة بهدف إبداء الرأى. كما يتفق مع جدول (٥) والذى أشار إلى أن السياسة العامة لبرامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة هى إتاحت الفرصة للعديد من الآراء المتنوعة والمختلفة من الجمهور للظهور فى النقاش بنسبة (٨٤%).

بينما تعدت نسبة المشاركة الجماهيرية حاجز الـ ٨٠% من مساحة الحلقة فى (٦) قضايا بنسبة (٢٤%) وهذه القضايا هى: الموجهات بين الأقباط وقوات الجيش فى ماسبيرو، والمشكلة السكانية، والمهلة العربية للنظام السورى، احتفال المسيحيين بعيد الميلاد المجيد فى دول الربيع العربى، واعتصام السعوديين فى المنطقة الشرقية، وتفجيرات وسط دمشق، ويرجع ذلك إلى ضيق الوقت الذى منح للضيوف فى تلك الحلقات حيث تم منح معظم الوقت لمشاركات الجمهور.

وانخفضت نسبة المشاركة الجماهيرية إلى ما بين الـ ٣٠% والـ ٥٠% من مساحة الحلقة فى قضيتين بنسبة (٨%)، ويرجع السبب فى ذلك إلى القناة نفسها حيث أتاحت وقت أكبر لمشاركات الضيوف، وهاتان القضيتان هما: حصول توكل كرمان على جائزة نوبل للسلام حيث استضافت الحلقة توكل كرمان الصحفية والناشطة السياسية اليمنية ورئيسة منظمة صحفيات بلا قيود والحاصلة على جائزة نوبل للسلام فى العام ٢٠١١، مما قلل الوقت المخصص للمشاركة الجماهيرية، وقضية ردود الفعل على الانتخابات البرلمانية المغربية والتي استضافت فيها دكتور محمد ظريف أستاذ العلوم السياسية والمتخصص فى شئون الجماعات الإسلامية والأستاذ سعد العليمى وزير تحديث القطاعات العامة والأستاذ سعد الدين العثماني رئيس المجلس الوطنى لحزب الإصلاح والتنمية.

١٥. المساحة الزمنية لكل مشارك فى البرنامج:

يشير الجدول رقم (١٥) إلى المساحة الزمنية التى سمح بها القائم بالاتصال فى برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة لكل مشارك على حده للتعبير عن رأيه فى القضية المطروحة للنقاش فى الحلقة على النحو التالى:

جدول رقم (١٥)

المساحة الزمنية لكل مشارك

المساحة الزمنية لكل مشارك	ك	%
من دقيقة إلى ٣ دقائق	٢٥٧	٥١.٥
أقل من دقيقة	٢٢٧	٤٥.٥
من أكثر من ٣ دقائق إلى ٥ دقائق	١٥	٣
المجموع	٤٩٩	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن المساحة الزمنية الأكثر ظهوراً في التحليل هي (من دقيقة إلى ٣ دقائق) حيث ظهرت بنسبة (٥١.٥%) من نسبة المشاركات في العينة حيث ظهرت في (٢٥٧) مشاركة؛ ويرجع ذلك إلى أن معظم هذه النسبة جاءت في المشاركات الهاتفية - والتي أظهرت نتائج جدول رقم (١٢) أنها أكثر أشكال المشاركات ظهوراً حيث كان عددها (٣٢٩) مشاركة - والتي كان معظمها في إطار الدقيقة ونص أو دقيقتين وهو ما يشير إلى التوزيع المتساوي إلى حد كبير في الوقت المتاح أمام كل فرد من الجمهور المشارك في النقاش للتعبير عن رأيه في الموضوع المطروح في الحلقة.

بينما تجمعت باقى المشاركات الهاتفية بالإضافة إلى المشاركات المكتوبة وبعض المشاركات المصورة مشكلين نسبة (٤٥%) من المشاركات، حيث إستغرقت كل مشاركة أقل من دقيقة واحدة وهي الوقت الذى كان يسمح به القائم بالإتصال للمشارك في الهاتف بالتعبير عن رأيه أو يستغرقه في قراءة هذا الرأى المكتوب سواء في رسالة إلكترونية أو على موقع القناة أو على صفحتها على فيس بوك وتويتر.

وجاءت المشاركات الطويلة والتي تراوحت مدتها من ثلاث دقائق إلى خمس دقائق في نهاية الترتيب بنسبة (٣%) فقط من النسبة الإجمالية للمشاركات، وكانت معظم هذه المشاركات لشهود عيان يقدمون معلومات عن أحداث لها علاقة بالقضية.

١٦. إمكانية العودة للمشارك للرد على آراء مشاركين آخرين:

تعتبر العودة للجمهور المشارك مرة أخرى للرد على مشاركات الآخرين المعارضين له في الرأى من أهم سمات برامج المشاركة الجماهيرية؛ وذلك بما تتيحه من فرص كبيرة للتفاعلية ليس فقط بين الجمهور والقائم بالإتصال في البرنامج ولكن أيضاً التفاعلية بين الجمهور المشارك في النقاش وبعضه البعض، ويوضح الجدول رقم (١٦) مدى استخدام هذا الأسلوب من جانب برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة على النحو التالى:

جدول رقم (١٦)

إمكانية العودة للمشارك للرد على آراء مشاركين آخرين

إمكانية العودة للمشارك	ك	%
غير متاح	٤٧٨	٩٥.٨
متاح	٢١	٤.٢
المجموع	٤٩٩	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة لم تسمح لـ (٤٧٨) من المشاركات بنسبة (٩٥.٨%) من المشاركين بالرد على مشاركات الآخرين في حين سمحت بذلك لـ (٤.٢%) فقط من المشاركين؛ ويرجع ذلك إلى عدم رغبة القائم بالإتصال في برامج المشاركة الجماهيرية في تحويل الحلقات إلى معارك كلامية بين المشاركين من الجمهور وحتى لا يخرج نطاق وإطار الحلقة عن السيطرة ولذا كان يسمح لعدد قليل فقط من المشاركين بالتعليق على آراء الآخرين ويتيح أيضاً لمن تم التعليق على رأيه بالرد على المعلق.

كما يعزى أيضاً هذا التراجع في نسب التفاعلية بين الجمهور المشارك في النقاش وبعضه البعض إلى أن القائم بالإتصال في معظم الأحيان كان يتيح ذلك فقط في المشاركات التي تأتي عبر الإتصالات الهاتفية أما مشاركات الـ (Webcam) والرسائل الإلكترونية والرسائل النصية والتعليقات على موقع القناة وعلى موقعى فيس بوك وتويتر فلم يكن - في غالبية الأحيان - يسمح للجمهور المشارك بالرد عليها.

١٧. إمكانية أن يرد الضيف على تساؤلات وآراء الجمهور المشارك:

على الرغم من أن برامج المشاركة الجماهيرية تتميز عن غيرها من برامج الرأى الأخرى في أنها تعتمد بالدرجة الأولى على مشاركات الجمهور والتعرف على آرائهم فى القضية محل النقاش إلا أنها أيضاً اعتمدت على ضيوف من المتخصصين أو الناشطين السياسيين أو الإعلاميين المتابعين للقضايا محدد النقاش، ولكنها لم تعطهم وقتاً طويلاً مثل برامج الرأى

الأخرى بل كان لكل ضيف عشر دقائق كحد أقصى - كما ظهر من التحليل - للحدوث حول الموضوع مع إمكانية أن يرد هذا الضيف على التساؤلات التي يطرحها الجمهور المشارك في النقاش أو يعلق على آرائه في حالة إختلاف الآراء، ويوضح الجدول رقم (١٧) نسبة مشاركات الجمهور التي سمح للضيف بالرد عليها على النحو التالي:

جدول رقم (١٧)

إمكانية أن يرد الضيف على تساؤلات وآراء الجمهور المشارك

%	ك	إمكانية أن يرد الضيف على الجمهور
٩١.٦	٤٥٨	غير متاح
٨.٢	٤١	متاح
١٠٠	٤٩٩	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن ضيوف برامج المشاركة الجماهيرية لم تعطى لهم الفرصة للرد على مشاركات الجمهور مع الغالبية العظمى من المشاركات؛ حيث لم يترك لهم القائم بالإتصال الفرصة للرد على (٤٥٨) مشاركة بنسبة (٩١.٦%) وسمح لهم فقط بالرد على (٤١) مشاركة بنسبة (٨.٢%) من مشاركات الجمهور في البرامج عينة الدراسة؛ ويرجع ذلك إلى أن القائم بالإتصال كان يستأثر بمناقشة الضيوف بنفسه من خلال طرح عليهم التساؤلات التي أعدها هو أو فريق البرنامج وكان قليلاً ما يسمح للجمهور المشارك بالتداخل مع الضيوف.

كما أن الضيوف في برامج المشاركة الجماهيرية - وكما سبق أن أوضحنا - لا يحظون بنفس الوقت الذي يحظون به في برامج الرأي الأخرى حيث يكون التركيز في برامج المشاركة الجماهيرية على الجمهور وليس الضيوف وبالتالي فالضيف ليس مستمر طول وقت الحلقة ولذا فإنه - في حالة سماح القائم بالإتصال له بالرد على مشاركات الجمهور - فهو يرد على المشاركات التي تأتي في وقت مداخلته فقط وليس على امتداد الحلقة بالكامل.

١٨. مدى تدخل القائم بالإتصال فى توجيه النقاش فى برامج المشاركة الجماهيرية:

تعتبر برامج المشاركة الجماهيرية فرصة كبيرة للجمهور العادى للتعبير عن رأيه فى الموضوعات التى تهتمه، وتحدد درجة تدخل القائم بالإتصال مدى دعم هذه البرامج الحقيقى لحرية التعبير ومعالجة القضايا الشائكة بأكبر قدر من الحيادية دون التقييد بسياسات القناة أو مصالح الجهة المالكة لهذه القناة، ويوضح الجدول رقم (١٨) مدى حيادية القائم بالإتصال من حيث تدخله أو عدم تدخله فى توجيه النقاش على النحو التالى:

جدول رقم (١٨)

مدى تدخل القائم بالإتصال فى توجيه النقاش

مدى التدخل	ك	%
لا يتدخل	٤٦٤	٩٣
يتدخل	٣٥	٧
المجموع	٤٩٩	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن القائم بالإتصال قد سمح للجمهور بالتعبير عن رأيه دون أى تدخل أو محاولة من جانبه لتغيير هذا الرأى أو التأثير عليه فى (٤٦٤) مشاركة بنسبة (٩٣%) من المشاركات بينما تدخل فقط فى توجيه النقاش فى (٣٥) مشاركة بنسبة (٧%) من المشاركات. ويلاحظ من تحليل العينة أن نسبة التدخل كان معظمها فى برنامج "الرأى الحر" المقدم على قناة الحوار وكان أيضاً غالبيتها يتركز فى المشاركات الواردة فى حلقة ١٠ نوفمبر ٢٠١١ والتى كانت تناقش قضية "تطبيق برامج سعودة العمالة فى المملكة العربية السعودية" حيث أنه منذ بداية المناقشة ومقدم البرنامج يأخذ إتجاه واحد وهو معارضة المشروع وكان يقدم رأيه الخاص بشكل واضح وصريح للجمهور المشارك سواء كان هذا الجمهور معارض للمشروع أو حتى مؤيد له، كما كان يقدم وجه نظره بين المشاركات التليفونية من خلال اقتطاع وقت بعد

كل مشاركة من الجمهور لعرض رأيه، وبذلك تعتبر هذه الحلقة هي أكثر حلقات العينة من حيث عدم الحيادية في عرض الموضوعات.

وتظهر هذه النتائج أن برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة تدعم حرية التعبير إلى حد كبير حيث تسمح للجمهور بالتعبير عن رأيه بشكل محايد من جانب القائم بالاتصال دون محاولة منه للقفز على هذا الرأي وتغييره أو محاولة إبراز رأى معين في الحلقة دون غيره من الآراء.

١٩. أشكال تدخل القائم بالاتصال في توجيه النقاش:

يعد التدخل من جانب القائم بالاتصال في توجيه النقاش والحجر على رأى الجمهور تعدياً على حرية التعبير التي تنتسدها برامج المشاركة الجماهيرية، ويوضح الجدول رقم (١٩) أشكال تدخل القائم بالاتصال في توجيه النقاش، حيث يرصد أنه في الحالات التي يتم فيها التدخل في توجيه دفة النقاش من جانب القائم بالاتصال تكون أشكال هذا التدخل على النحو التالي:

جدول رقم (١٩)

أشكال تدخل القائم بالاتصال في توجيه النقاش

أشكال التدخل	ك	%
طرح وجهة نظر مخالفة للمشاركة وترك الفرصة له للرد	٢٩	٨٢.٦٨
التعقيب على رأى المشارك بوجهة نظر القائم بالاتصال دون ترك فرصة له للرد	٣	٨.٥٧
قطع الإتصال	٣	٨.٥٧
المجموع	٣٥	١٠٠

كما ظهر مما سبق أن حالات التدخل في توجيه النقاش في مشاركات الجمهور في برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة قد تم رصدها بالكامل وتحددت في (٣٥) مشاركة من

إجمالي عدد المشاركات فى العينة والبالغ (٤٩٩) مشاركة، وتوضح نتائج الجدول السابق أشكال التدخل من جانب القائم بالإتصال فى توجيه سير الحوار والنقاش إلى وجهة النظر التى تتفق مع وجهة نظره أو وجهة نظر القناة المقدمة للبرنامج.

وتشير النتائج إلى أن أكثر طرق التدخل كانت بأن يطرح القائم بالإتصال وجهة نظره سواء المؤيده أو المعارضة لرأى المشارك من الجمهور - ففى حالة الإئففاق يؤكد القائم بالإتصال ويدعم رأى المشارك وفى حالة الإختلاف يحاول القائم بالإتصال أن يقنع المشارك بالرأى الأخر - ثم يترك للمشارك الفرصة للرد والتعقيب. حيث ظهر ذلك فى (٢٩) مشاركة بنسبة (٨٢.٦٨%) وجاء فى المرتبة الثانية الشكليين الأخرين للتدخل وهما "قطع الإتصال" على الجمهور المشارك الذى يقدم وجهة نظر مختلفة عن تلك التى يتبناها القائم بالإتصال وحرمانه من التعبير عن رأيه دون أى تعقيب من جانب القائم بالإتصال، و"التعقيب على رأى المشارك من الجمهور بوجهة النظر التى يتبناها القائم بالإتصال ثم قطع الإتصال عن المشارك دون إعطائه فرصة للتوضيح أو الرد" على الطرح الذى قدمه القائم بالإتصال وذلك بنسبة (٨.٥٧%) لكل منهما. وقد ظهرت هذه المشاركات أثناء مناقشة قضايا: تطبيق مشروع العودة، ومبادرة العفو عن على صالح ويشار الأسد مقابل التنحى عن الحكم ووقف العنف.

٢٠. مدى التزام الجمهور المشارك فى النقاش بأخلاقيات الحوار:

فى إطار الدور الذى تلعبه برامج المشاركة الجماهيرية كأحد الأشكال الجديدة من البرامج التفاعلية فى دعم حرية التعبير - وهو ما أوضحتها نتائج الجداول السابقة أرقام ١٢ و ١٣ و ١٤ و ١٨ - يظهر متغير على درجة كبيرة من الأهمية وهو مدى محافظة هذه البرامج والتزامها بأخلاقيات وآداب الحوار وذلك فى ضوء المسئولية الإجتماعية للإعلام التى تقوم على فكرة التوازن بين الحرية والمسئولية.

ويوضح الجدول رقم (٢٠) مدى التزام الجمهور المشاركة فى برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة بآداب الحوار وأخلاقياته على النحو التالى:

جدول رقم (٢٠)

مدى التزام الجمهور المشارك في النقاش بأخلاقيات الحوار

مدى الإلتزام بأخلاقيات الحوار	ك	%
تم الإلتزام	٤٧٩	٩٦
لم يتم الإلتزام	٢٠	٤
المجموع	٤٩٩	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الإلتزام بأخلاقيات الحوار وآدابه كانت السمة الغالبة على المناقشات في برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة حيث وصلت نسبة الإلتزام إلى (٩٦%) بواقع (٤٧٩) مشاركة وهو ما يعكس مستوى الحوار الراقى وعرض الآراء من جانب المشاركين من الجمهور دون تجريح أو إساءات للأفراد أو الجماعات، والجدير بالذكر أنه ومن تحليل العينة يظهر أن الجميع الحلقات الواردة في العينة من برنامج "نقطة حوار" المقدم على قناة BBC عربية لم يكن بها أى تجاوز من جانب الجمهور وهو ما يشير إلى إلتزام القناة بمسئوليتها الإجتماعية تجاه الجمهور ومحافظة على آداب الحوار وأخلاقيات العمل الإعلامى.

إلا أنه قد ظهرت بعض أشكال عدم الإلتزام في مشاركات الجمهور وذلك بنسبة (٤%) بواقع (٢٠) مشاركة وقد ظهرت هذه النسبة في برنامج "الرأى الحر" على قناة الحوار، وقد ظهرت هذه المشاركات في مناقشة القضايا ذات الصبغة الطائفية والدينية مثل: أحداث العنف في سوريا والبحرين واليمن، والاضرابات في شرق السعودية، واحتفال المسيحيين في دول الربيع العربى بعيد الميلاد.

٢١. أشكال عدم الإلتزام بأخلاقيات وآداب الحوار:

كما يظهر من النتائج السابقة فقد تم حصر المشاركات التي لم يحافظ أصحابها على حرية التعبير التي منحت لهم من خلال برامج المشاركة الجماهيرية ولم يلتزموا بأخلاقيات الحوار في

(٢٠) مشاركة من اجمالى المشاركات الواردة فى العينة وعددها (٤٩٩) مشاركة، وكان جميع هذه المشاركات فى برنامج "الرأى الحر" المقدم على قناة الحوار، وقد تنوعت أشكال عدم الإلتزام بآداب وأخلاقيات الحوار فى هذه المشاركات بحيث كانت بعض المشاركات تحتوى على أكثر من شكل من أشكال عدم الإلتزام بالأخلاقيات، ويوضح الجدول رقم (٢١) أشكال عدم الإلتزام على النحو التالى:

جدول رقم (٢١)

أشكال عدم الإلتزام بأخلاقيات وآداب الحوار

أشكال عدم الإلتزام	ك	%
توجيه السباب للآخرين	١٤	٧٠
الإدلاء بتصريحات تحرض على العنصرية أو العنف أو اذراء الأديان أو الأعراق	٣	١٥
رفع الصوت والتحدث بعصبية	٣	١٥
المجموع	٢٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أكثر أشكال عدم الإلتزام بأخلاقيات الحوار من جانب الجمهور المشارك فى النقاش فى برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة كانت توجيه السباب والشتم للآخرين بنسبة (٧٠%) من أشكال عدم الإلتزام؛ حيث ظهرت فى (١٤) مشاركة وكان معظم هذه المشاركات من دول الخليج العربى وتركز السباب فى شكل طائفى - بين السنة والشيعية - وخاصة عند معالجة قضايا ذات طبيعة طائفية مثل القضايا التى يمكن لإيران أن تكون لها يد فيها - من وجهة نظر الجمهور المشارك - كأحداث البحرين، وقمع الثورة فى سوريا، وأحداث العنف فى اليمن، والتظاهرات والإضرابات فى شرق السعودية.

وجاء الشكلىين الأخرىين من أشكال عدم الإلتزام بآداب الحوار فى المرتبة التالية بنسبة (١٥%) لكل منهما، حيث ظهر رفع الصوت والتحدث بعصبية شديدة فى ثلاث مشاركات ويلاحظ أن هذا الشكل قد ظهر بين الجمهور والقائم بالإتصال نفسه وذلك فى بعض

المشاركات التي حاول القائم بالاتصال فرض رأيه على الجمهور المشارك كما حدث في قضية تطبيق مشروع العودة.

أما الإدلاء بتصريحات تحرض على العنصرية أو العنف أو اذراء الأديان أو الأعراق فقد ظهرت أيضاً على سبيل المثال في تصريحات من الجمهور المشارك بضرورة قتال الشيعة أو على الوجه الآخر بالسباب الذي وجهه المشاركين من الشيعة للمذهب السني والتصريحات العنصرية ضد المملكة العربية السعودية.

وقد اختلفت ردود فعل القائم بالاتصال على هذه الإشكال من عدم الإلتزام بأداب وأخلاقيات الحوار ففي بعض الأحيان كان يقطع الإتصال مباشرةً وفي أحيان أخرى كان يراجع الجمهور المشارك ويطلب منه الاعتذار حتى يتمكن من إستكمال مشاركته والإدلاء برأيه في النقاش ولم تكن هناك قاعدة محددة يتم من خلالها اللجوء لأى طريقة من الطرق السابقة ولكن كان الموضوع متروك لتقدير القائم بالاتصال في البرنامج.

خاتمة الدراسة:

تناولت هذه الدراسة تحديد دور برامج المشاركة الجماهيرية في دعم حرية التعبير لدى المواطن العربى وذلك باعتبارها شكلاً جيداً من أشكال البرامج التفاعلية، وقد تم اختبار الأطروحة الرئيسية لهذه الدراسة من خلال الإجابة على مجموعة من التساؤلات التي تم تحديدها في ضوء مشكلة الدراسة وطارها النظرى ونتائج الدراسات السابقة، ويمكن إيجاز نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة فيما يلي:

خلاصة نتائج الدراسة:

١. أشارت نتائج الدراسة إلى أن القضايا السياسية أحتلت المرتبة الأولى بنسبة (٨٠%) من إجمالى القضايا التي تمت مناقشتها في برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة، جاءت بعدها القضايا الاجتماعية بنسبة (١٢%)، القضايا الإقتصادية بنسبة (٨%).

٢. أظهرت نتائج الدراسة أن القضايا العربية تحتل المرتبة الأولى ما بين نوعيات القضايا التي يتم معالجتها في برامج المشاركة الجماهيرية بنسبة (٦٤%)، تلتها القضايا السورية في المرتبة الثانية حيث احتلت نسبة (٢٠%)، ثم القضايا المصرية بنسبة (١٦%) من خلال مناقشة (٤) قضايا.

٣. أوضحت نتائج الدراسة أن القضايا الحالية والمستمرة قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة (٦٠%)، تلتها القضايا السابقة بنسبة (٢٨%) ثم القضايا المتوقعة بنسبة (١٢%).

٤. كشفت النتائج عن أن الأسلوب الأكثر استخداماً في تحديد القضايا التي يتم طرحها للنقاش في برامج المشاركة الجماهيرية هي طبيعة ووقت الحدث نفسه حيث جاءت بنسبة (٦٨%)، أما القضايا التي يحددها معدى البرنامج وكذلك القضايا التي ترتبط بمناسبة تاريخية معينة يأتي ذكرها أثناء تقديم الحلقة فجاءوا في المرتبة التالية بواقع (٤) موضوعات بنسبة (١٦%) لكل منهما.

٥. أشارت النتائج إلى أن (٢١) قضية من القضايا التي تم مناقشتها في برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة لم يكن لدى البرنامج توجه محدد حيالها حيث تركت الحرية لكل الآراء داخل النقاش بنسبة (٨٤%)، وجاء الاعتماد على أكثر من أسلوب في معالجة القضايا المطروحة للنقاش في برامج المشاركة الجماهيرية في المرتبة الثانية بنسبة (١٢%)، أما أسلوب تبني رأى واحد في معالجة القضايا محل النقاش فقد جاء في الترتيب الأخير بنسبة (٤%) بواقع قضية واحدة فقط وهي "تطبيق مشروع سعودة العمالة في المملكة العربية السعودية".

٦. فيما يتعلق بالأدوات التي أعمدت عليها برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة في تقديم القضايا للنقاش فقد أظهرت نتائج الدراسة أن "عرض مقدمة مقروءة عن القضية المطروحة للنقاش" و "الإستعانة بضيف متخصص" قد ظهرت كأكثر أدوات تم إستخدامهما في عرض القضايا المطروحة للنقاش الجماهيري في برامج المشاركة الجماهيرية وذلك بنسبة (٣٠.١٢%) لكل منهما؛ حيث ظهرت هاتان الأداتان في كل حلقات عينة الدراسة، تلاهما عرض صور وفيديوهات عن القضية بنسبة (٢١.٦٨%)، ثم عرض نتائج الإستفتاءات في المرتبة الثالثة بنسبة (١٥.٦٦%)، وعرض تقرير مفصل حول القضايا المطروحة للنقاش في المرتبة الأخيرة بنسبة (٢.٤١%).

٧. أوضحت النتائج بأن أكثر الطرق التي أعتمدت عليها برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة فى استضافة ضيوفها كانت من خلال استضافتهم على الهواء مباشرةً بالقمر الصناعى أو من خلال خدمة التواصل عبر الإنترنت Skybe وذلك بنسبة (٥١.٣٥%)، ثم من خلال الإتصال التليفونى بنسبة (٤٣.٢٤%)، وكانت أقل الطرق التى لجأت إليها برامج العينة هى التواصل مع الضيوف من خلال استضافتهم فى الأستوديو بنسبة (٥.٤%).

٨. أظهرت نتائج الدراسة أن المشاركات المباشرة من جانب الجمهور كانت هى النسبة الغالبة فى عينة الدراسة حيث جاءت (٣٢٩) مشاركة مباشرة من ضمن (٤٩٩) هم إجمالى العينة بالكامل وذلك بنسبة (٦٥.٩٣%)، أما المشاركات المكتوبة فقد حلت فى المرتبة الثانية بنسبة (٢٣.٢٥%)، ثم المشاركات المسجلة فى الترتيب الأخير بنسبة (١٠.٨٢%).

٩. فيما يتعلق بجنسية الجمهور المشارك فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أنه بسبب تعليقات الجمهور المنشورة على موقع القناة على الإنترنت وعلى صفحتى القناة على فيس بوك وتويتر فقد ظهرت المشاركات غير محددة الجنسية بنسبة (٢٠.٤%)، وجاء الجمهور المصرى كأكثر الجنسيات المعلومة مشاركةً فى النقاش بنسبة (١٩.٦%)، تلاه الجمهور السعودى بنسبة (١٤%)، ثم الجمهورين السورى والتونسى فى المرتبة الثالثة بنسبة (٨.٤%)، وجاء فى الترتيب الأخير الجمهورين العمانى والفلسطينى بنسبة (٠.٢%) لكل منهما.

١٠. أشارت نتائج الدراسة إلى أن معظم المشاركات فى برامج المشاركة الجماهيرية تأتي من الدول العربية الأسيوية وخاصة دول الخليج بنسبة (٤٢.٣%) بواقع (٢١١) مشاركة، ثم جاء فى المرتبة الثانية الجمهور العربى المشارك من الدول الأوروبية بنسبة (١٨.٤%)، وفى المرتبة الثالثة جاءت مصر بنسبة (١٣%)، تلتها الدول العربية الأفريقية (ماعدا مصر) والتي شكلت مجتمعة نسبة (١٢%) وكانت هذه المشاركات تأتي من تونس وليبيا والمغرب والجزائر، وفى الترتيب الأخير كل من: استراليا ونيوزلاندا وأمريكا اللاتينية بنسبة (٠.٦%) مجتمعين.

١١. أوضحت النتائج أن مشاركات الذكور جاءت بواقع (٤٣٢) مشاركة بنسبة (٨٦.٦%) فى حين جاءت مشاركات الإناث بتكرار (٦٦) بنسبة (١٣.٢%)، أما المشاركات التى جمعت بين الجنسين فكانت مشاركة واحدة فقط بنسبة (٠.٢%).

١٢. كشفت النتائج أن الإتصال التليفونى كان أكثر الوسائل التى لجأ إليها الجمهور للتعبير عن رأيه حيث جاء فى المرتبة الأولى بنسبة (٦٥.٩%) من خلال (٣٢٩) مشاركة، بينما جاءت التعليقات التى يكتبها الجمهور على صفحة البرنامج على موقع القناة على الإنترنت فى المرتبة الثانية بنسبة (٨.٤%)، ثم التعليقات على صفحة القناة على موقع التواصل الإجتماعى (Facebook) بنسبة (٨.٢%)، تلاها الـ (Webcam) بنسبة (٧%)، ثم التقارير المصورة والرسائل الإلكترونية بنسب (٣.٨% و ٣.٤%) على التوالى، ثم التعليقات على موقع تويتر بنسبة (١.٨%) ثم جاءت فى المرتبة الأخيرة الرسائل النصية من خلال التليفون المحمول بنسبة (١.٤%).

١٣. أوضحت النتائج أن (٤٦٥) مشاركة كان هدفها أبداء الرأى وذلك بنسبة (٩٣.٢%) من إجمالى المشاركات، وفى المرتبة الثانية ظهر الجمع بين أكثر من بديل بنسبة (٣.٢%) كهدف للمشاركة، ثم طرح حلول بنسبة (١.٤%)، ثم طرح أسئلة واستفسارات من جانب الجمهور المشارك فى النقاش فى المرتبة التالية بنسبة (١.٢%)، وفى المرتبة الأخيرة جاء "تقديم المعلومات" كأقل اساليب مشاركة الجمهور فى برامج المشاركة الجماهيرية بنسبة (١%).

١٤. فيما يتعلق بالمساحة الزمنية المخصصة للمشاركة فى النقاش فقد قد إحتلت نسبة تتراوح ما بين ٥٠% إلى ٨٠% من المساحة الزمنية للحلقات عينة الدراسة وذلك فى (١٧) قضية بنسبة (٦٨%)، وتعدت نسبة المشاركة الجماهيرية حاجز الـ ٨٠% فى (٦) قضايا بنسبة (٢٤%)، وانخفضت إلى ما بين الـ ٣٠% والـ ٥٠% فى قضيتين بنسبة (٨%)، وهاتان القضيتان هما: حصول توكل كرمان على جائزة نوبل للسلام، وقضية ردود الفعل على الانتخابات البرلمانية المغربية.

١٥. أشارت نتائج الدراسة إلى أن معظم المشاركات كانت تتراوح مدتها ما بين الدقيقة الواحدة والثلاث دقائق حيث ظهر ذلك بنسبة (٥١.٥%) من نسبة المشاركات فى العينة بواقع (٢٥٧) مشاركة، بينما جاءت المشاركات ذات الأقل من دقيقة فى المرتبة الثانية بنسبة (٤٥%)، المشاركات الطويلة والتى تراوحت مدتها من ثلاث دقائق إلى خمس دقائق فى نهاية الترتيب بنسبة (٣%).

١٦. فيما يتعلق بإمكانية العودة للمشارك للرد على آراء مشاركين آخرين؛ فلم يسمح القائم بالإتصال لـ (٤٧٨) من المشاركات بنسبة (٩٥.٨%) من المشاركين بالرد على مشاركات الآخرين في حين سمحت بذلك لـ (٤.٢%) فقط من المشاركين.

١٧. أظهرت النتائج أيضا أن القائم بالإتصال لم يترك الفرصة للضيوف للرد على (٤٥٨) مشاركة بنسبة (٩١.٦%) وسمح لهم فقط بالرد على (٤١) مشاركة بنسبة (٨.٢%) من مشاركات الجمهور في البرامج عينة الدراسة.

١٨. أوضحت نتائج الدراسة أن برامج المشاركة الجماهيرية تتيح درجة كبيرة من حرية الرأي والتعبير للجمهور؛ حيث سمح القائم بالإتصال للجمهور بالتعبير عن رأيه دون أى تدخل أو محاولة من جانبه لتغيير هذا الرأي أو التأثير عليه في (٤٦٤) مشاركة بنسبة (٩٣%) من المشاركات، وحاول التدخل في توجيه النقاش في (٣٥) مشاركة فقط بنسبة (٧%) من المشاركات.

١٩. أشارت نتائج الدراسة إلى أن أكثر طرق التدخل في توجيه النقاش كانت بأن يطرح القائم بالإتصال وجهة نظره ثم يترك للمشارك الفرصة للرد والتعقيب وذلك في (٢٩) مشاركة بنسبة (٨٢.٦٨%)، ثم جاء "قطع الإتصال" عن الجمهور المشارك، و"التعقيب على رأى المشارك من الجمهور بوجهة النظر التي يتبناها القائم بالإتصال ثم قطع الإتصال عن المشارك دون إعطائه فرصة للتوضيح أو الرد" على الطرح الذي قدمه القائم بالإتصال في المرتبة التالية وذلك بنسبة (٨.٥٧%) لكل منهما.

٢٠. أظهرت النتائج ارتفاع نسبة الإلتزام بأخلاقيات الحوار وآدابه حيث كانت السمة الغالبة على المناقشات في برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة بنسبة (٩٦%) بواقع (٤٧٩) مشاركة، بينما بلغت نسبة عدم الإلتزام (٤%) بواقع (٢٠) مشاركة.

٢١. فيما يتعلق بأشكال عدم الإلتزام فقد كانت أكثر أشكال عدم الإلتزام بأخلاقيات الحوار من جانب الجمهور المشارك في النقاش في برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة هي توجيه السباب والشتم للآخرين بنسبة (٧٠%) من أشكال عدم الإلتزام؛ حيث ظهرت في (١٤) مشاركة، ثم جاء رفع الصوت والتحدث بعصية و الإذلاء بتصريحات تحرض على العنصرية أو العنف أو اذراء الأديان أو الأعراق في المرتبة التالية بنسبة (١٥%) لكل منهما.

مناقشة نتائج الدراسة:

١. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة قد أتاحت فرصة كبيرة للجمهور المشارك في التعبير عن رأيه تجاه القضايا المطروحة للنقاش وذلك حيث انخفضت نسبة تدخل القائم بالاتصال في توجيه المناقشات إلى (٧%) فقط من عدد المشاركات الواردة في العينة في حين أتاح القائم بالاتصال الحرية الكاملة للجمهور في التعبير عن رأيه في (٩٣%) من الحالات.

كما أوضحت نتائج الدراسة أن إبداء الرأي في القضايا المطروحة للنقاش كان هو الهدف الأهم من مشاركات الجمهور بنسبة (٩٣.٢%) من المشاركات، وعلى مستوى طريقة معالجة البرنامج للقضايا محل النقاش: فقد كان الإتجاه الغالب على معالجة القضايا هو إتاحة برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة الفرصة لطرح آراء ووجهات نظر مختلفة تلك القضايا؛ وهو ما يجب على الأطروحة الأساسية للدراسة وهي: هل تدعم برامج المشاركة الجماهيرية حرية التعبير والرأي لدى الجمهور العادي أم أنها مجرد أبواق دعائية للجهات المالكة للقنوات التي تقدم هذه البرامج.

وهو ما أشارت إليه أيضا دراسات سابقة مثل دراسة اليزابيث ام بيرس و جيسيكا اس بيتلر Elizabeth M. Perse and Jessica S. Butler (٢٠٠٥) عن برامج الرأي في الراديو: تعويض أم مجرد ثراء؟، والتي توصلت نتائجها إلى أنه يمكن اعتبار برامج الرأي في الراديو على أنها توفر مساحة واسعة من الحرية للجمهور ويمكن من خلالها طرح أكثر من رأي ومعالجة القضايا المطروحة من أكثر من وجهة نظر مختلفة.

ودراسة عبد الرحمن الشامى (٢٠٠٥) عن برامج الرأي في الفضائيات العربية: دراسة حالة لبرنامج منبر الجزيرة؛ والتي أشارت نتائجها إلى أن برنامج منبر الجزيرة قد أتاح للمشاهد العربي مساحة زمنية وقسطاً ملحوظاً من الحرية للتعبير عن رأيه مهما كانت حدته وشرح وجهه نظره إزاء الموضوعات والقضايا والشئون المختلفة المتصلة بحياته، وكذلك دراسة بيتر جى موسيج Peter G mwesige (٢٠٠٩) عن الوظيفة الديمقراطية لبرامج الرأي السياسية في الراديو: حالة الإذاعة الأوغاندية والتي أشارت إلى أن الجمهور لا يعتبر برامج

الرأى فرصة للتعبير عن الرأى فقط ولكنه أيضا يتعامل معها على أنها مصدر هام للمعلومات عن الأحداث.

وهو الأمر الذى ذهبت إليه أيضاً نتائج دراسة كارول جيلين وآخرون Gylmn , Carroll and Others (٢٠٠٧) عن تأثير مشاهدة البرامج الحوارية السياسية على الجمهور، والتي أعتبرت أن القضايا التى تعرض فى هذه البرامج تحدد بشكل كبير أولويات الجمهور واهتماماته حيث تعرض موضوعات يقوم الجمهور بعد ذلك بالبحث والتحرى عن معلومات حولها بشكل أكثر تفصيلاً، وكذلك دراسة رانيا أحمد محمود مصطفى (٢٠٠٧) عن مدى اعتماد الشباب على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصرى والتي أشارت إلى أن معرفة مشكلات المجتمع المصرى من أهم أسباب مشاهدة الشباب لبرامج الرأى فى التلفزيون ويرجع ذلك لتركيز تلك البرامج على مشكلات المجتمع واعتبارها مصدراً هاماً من مصادر المعلومات.

وأيضاً دراسة أشرف جلال (٢٠٠٥) عن العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية فى القنوات المصرية الحكومية والخاصة، والتي ترى أن الجمهور يسعى لاكتساب معلوماته من قضايا برامج الرأى التى تقدمها القنوات المصرية الخاصة والتي لا تكفى بتقديم المعلومات له بل تتعدى ذلك لتصل إلى تشكيل آراء ووجهات نظر الجمهور تجاه هذه القضايا. كما أشارت نتائج دراسات أخرى إلى بعض الجمهور يعتبر برامج الرأى شكلاً من أشكال تحقيق الذات من خلال التعبير عن رأيه داخل هذه المساحات المفتوحة للحرية مثل دراسة سابين تريبت Sabine trebte (٢٠٠٥) عن الأحاديث اليومية كوسيلة لتحقيق الذات: دراسة تطبيقية على المشاركة فى برامج الرأى (Talk shows).

كما توصلت دراسة دراسة فرانسيس لى Fracis Lee (٢٠٠٧) عن دور الاستماع إلى الراديو والتعبير عن الرأى والمناقشات السياسية فى ديمقراطية المجتمع، إلى أن الاستماع إلى الراديو لا يؤدي فقط إلى حرية التعبير عبر وسائل الإعلام ولكن المستمعين لبرامج الراديو هم أيضاً الأكثر تحدثاً فى الموضوعات السياسية العامة مع الأقارب والأصدقاء من غيرهم، كما أنهم كانوا الأكثر تعبيراً عن آرائهم أثناء تطبيق الاستبيان عليهم، وأنهم الأكثر قابلية للتحدث مع غرباء عنهم فى الموضوعات السياسية العامة عبر الإنترنت ولذلك فهم فى النهاية الأكثر قابلية للذهاب للتصويت فى الإنتخابات وكذلك فى الاعتراض والاحتجاج على من يخالفهم.

٢. استعانت برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة في إطار سعيها لتقديم مناقشة مفتوحة لقضايا مهمة وملحة، ومناقشة تتيح درجة كبيرة من حرية التعبير فقد استعانت بالعديد من الوسائل والأدوات التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة من أجل زيادة التفاعلية بينها وبين الجمهور المشارك في النقاش وكذلك ضيوف تلك البرامج.

فقد عرضت الصور والفيديوهات والتي تصور مشاهد حقيقية مسجلة للأحداث التي يدور حولها النقاش في الحلقة، وكانت هذه المشاهد تعرض أما على مساحة الشاشة بالكامل أو في جزء من الشاشة على طريقة (Split Screen) بحيث يظهر القائم بالاتصال أو الضيف في جزء من الشاشة ويظهر الفيديو أو الصور في الجزء الآخر أو تظهر هذه المشاهد على شاشة موجودة خلف القائم بالاتصال.

كما وفرت للجمهور العديد من الوسائل التي تمكنه من خلالها التواصل مع تلك البرامج للتعبير عن رأيه في القضايا المطروحة للنقاش مثل: الإتصال التليفوني واستطلاعات الرأي المصورة (التقارير) والرسائل النصية عبر الهواتف المحمولة والرسائل الإلكترونية (E-Mail) والتعليقات المكتوبة على موقع القناة على الانترنت والتعليقات على صفحة القناة أو البرنامج على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وتويتر وكذلك التعليقات المصورة من خلال كاميرا الإنترنت (Web Cam) وقد ساهم هذا التنوع في وسائل الإتصال بالبرامج بشكل كبير في تدعيم حرية التعبير للجمهور.

وهو ما أشارت إليه أيضاً دراسات سابقة مثل دراسة عواطف عبد الرحمن (٢٠٠٨) عن حرية الإعلام العربي: التحديات والبدائل، في أنه كان للتكنولوجيا الحديثة دور كبير جدا في دعم حرية التعبير حيث أنه مع وجود هذا العدد الكبير من القنوات الفضائية التي تقدم بثها على مدار الساعة بالإضافة إلى العدد الهائل من مواقع الإنترنت والمدونات وشبكات التواصل الاجتماعي أصبحت عملية السيطرة الكاملة من جانب الحكومات على ما يقال وما لا يقال في الإعلام ضرباً من الخيال.

كما أنه وبفضل هذا التطور التكنولوجي الكبير لم تعد حرية الإعلام امتيازاً خاصاً للإعلاميين فقط، والذين أصبحوا من وجهة نظر العديد من الجماهير لا يعبرون إلا عن رأيهم الخاص فيما يقدمونهم من تحليلات للأحداث وهو ما أشارت إليه دراسة جيردا لورباش

Gerda Lauerbach (٢٠٠٧) عن الجدل فى البرامج الحوارية السياسية؛ والتي أشارت نتائجها إلى أن الآراء التي تقدم من مشاهير السياسة فى البرامج ووسائل الإعلام تكون عادة محل شك وريبه من الجمهور.

وهو الأمر الذى ساهمت فيه برامج المشاركة الجماهيرية بشكل كبير حيث أنها أتاحت ولأول مرة على الشاشات العربية والتي كانت حكرًا على ممثلى الحكومات الدائمين الظهور على القنوات الحكومية أو حتى بعد ظهور القنوات الخاصة والقنوات الإخبارية حيث تم السماح لبعض السياسيين أو الصحفيين المعارضين للأنظمة الحاكمة بالظهور على هذه القنوات، إلا أن برامج المشاركة الجماهيرية قد نزلت بهذه الحرية إلى الجمهور العادى والذى أصبح من حقه أن يعبر عن رأيه فيما يدور حوله من أحداث سواء فى بلده أو فى دول أخرى.

وكذلك أشارت دراسة موهان دوتابرجمان و ونجون شانج Mohan Dutta-Bergman و Wonjun Chung (٢٠٠٥) عن العلاقة بين المشاركة السياسية عبر الإنترنت والمشاركة عبر الوسائل التقليدية فى إطار نظرية تكامل الوسيلة، والتي أشارت نتائجها إلى الدور الكبير للتكنولوجيا فى دعم المشاركة السياسية لدى الجمهور.

٣. أوضحت نتائج الدراسة أن هناك اختلاف بين نسب تمثيل الجنسيات العربية للمشاركين فى النقاش وكذلك إختلاف كثافة المشاركات، ويمكن تفسير ذلك بسبب الإختلاف فى القضايا المطروحة للنقاش حيث ظهرت فى العديد من مشاركات الجمهور فى تغطية أحداث البحرين وسوريا النعرات الطائفية بشكل كبير حتى أن بعض المشاركات كان مقدمها لا يهدف من خلالها إلا للسب فى المذاهب الدينية أو الأعراق الأخرى المخالفة لمذهبه أو عرقه، كما أن القضايا ذات الخلفية الطائفية (مثل الصراع السنى الشيعى) كانت تستقطب العديد من المشاركات من الجمهور المشتدد طائفيًا.

وهو ما أشارت إليه نتائج الدراسات السابقة حيث أشارت نتائج دراسة أرلا جى. برنستين و رومنى اس. نورود Arla G. Bernstein & Romney S. Norwood (٢٠٠٨) عن تأثير الإختلافات العرقية على المشاركة العامة ودور أساليب الإتصال فى الصراع والإحساس بالانتماء للمجتمع، والتي ترى أن الإختلافات العرقية تؤثر بشكل كبير على تواصل الجمهور إبداءه لرأيه من خلال وسائل الإعلام بشكل عام، وكذلك دراسة كارول

جيلين وآخرون Gylmn , Carroll and Others (٢٠٠٧) عن تأثير مشاهدة البرامج الحوارية السياسية على الجمهور، والتي ترى أن هناك ارتباط إيجابي بين الأيديولوجية السياسية التي يعتنقها الجمهور وبين نوعية الموضوعات التي يتابعها في هذه البرامج.

٤. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن القضايا السياسية تحتل المرتبة الأولى كأكثر القضايا التي يتم طرحها للنقاش في برامج المشاركة الجماهيرية وهي بذلك تتفق مع ما أشارت إليه دراسة عادل عبد الغفار (٢٠٠٣) عن أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢، والتي أظهرت أن القضايا السياسية تأتي في مقدمة القضايا التي تعرض في برامج الرأي بشكل عام. بينما اختلفت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسات أخرى مثل دراسة أحمد عثمان (٢٠٠٨) عن حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي، والتي أشارت إلى تفوق نسبة القضايا الاجتماعية في برامج المشاركة بالراديو عن القضايا السياسية المقدمة في هذه البرامج، في حين تفوقت القضايا السياسية وبفارق كبير جدا عن القضايا الاجتماعية المقدمة في برامج المشاركة في التلفزيون وهو ما يشير إلى أن الإذاعة تهتم بتقديم القضايا الاجتماعية بشكل كبير حتى في برامج المشاركات أما التلفزيون فيهتم بالدرجة الأولى بالقضايا السياسية.

وقد فسر ذلك بول اس. مارتن PAUL S. MARTIN (٢٠٠٨) في دراسة عن "لماذا تعتبر الأخبار السيئة عن القضايا أخباراً جيدة للمشاركة في وسائل الإعلام ودور وسائل الإعلام كحارس للبوابة؟"، حيث قال أن الصحافة وحتى المؤسسات الحكومية غالباً ما تسعى إلى لفت إنتباه الجمهور إلى الأخبار السياسية وخاصة ذات الخلفية السيئة وكذلك التبعات السيئة منها وبالتالي تكون محفزاً على جعلها بيئة خصبة للنقاش والحوار بين الجمهور وفي وسائل الإعلام.

وهو ما يتفق أيضاً مع البعد الأول من أبعاد ومرتكزات نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام والخاص بالوظائف التي ينبغي أن تقوم بها وسائل الإعلام المعاصرة وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية والتي تشمل على الوظيفة السياسية والتعليمية والإخبارية والثقافية والإقتصادية والبيئية، فتوضح نتائج الدراسة أن برامج المشاركة الجماهيرية - عينة الدراسة -

قد إلتزمت بهذه الوظائف؛ حيث ظهر من خلال تحليل العينة تنوع القضايا التي تم مناقشتها فى الحلقات ما بين قضايا سياسية والتي استحوذت على الجانب الأكبر من الحلقات وقد استهدفت برامج المشاركة الجماهيرية من خلال طرح هذه القضايا - إلى جانب إتاحة الفرصة للجمهور للتعبير عن رأيه فيها - إلى إعلام المواطنين بالأحداث السياسية الهامة وما تفعله الحكومات والقوى السياسية الأخرى فى الدولة، وكذلك مناقشة القضايا الإقتصادية والتعليمية والاجتماعية وتعريف الجمهور بها.

٥. أشارت نتائج هذه الدراسة التحليلية إلى أن برامج المشاركة الجماهيرية - عينة الدراسة - تقدم على قنوات غير حكومية، حيث تحتوى هذه البرامج على جرة كبيرة فى إتاحة حرية الرأى والتعبير للمواطنين وهو الأمر الذى لم تعاده الأنظمة العربية، حيث يؤثر نمط الملكية بشكل كبير فى عالما العربى على المضمون الذى تقدمه الوسيلة، وهو ما أشارت إليه دراسة عبد الجواد سعيد محمد ربيع (٢٠٠٨) عن العلاقة بين نمط ملكية الصحف المصرية وحرية التعبير؛ حيث توصلت الدراسة إلى أن الصحف الخاصة كانت كثر تعبيراً وفساحاً للمجال من الصحف القومية أمام القراء حيث حفل بريد القراء فى الصحف الخاصة بالشكاوى أكثر منه فى الصحف القومية، كما أن المالك فى الصحف الخاصة من أهم العوامل المؤثرة على أداء القائم بالإتصال فى هذه الصحف حيث أن الصحفيين يتبنون رؤية رئيس التحرير باعتبار أن سياسيته تعكس اختياراته وتصورات له عوامل الجذب ونوع الخدمات الصحفية التى يرغب فى تقديمها.

وكذلك أشارت نتائج دراسة أشرف جلال (٢٠٠٥) عن العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية فى القنوات المصرية الحكومية والخاصة، إلى أن القنوات الخاصة تتيح مساحة أكبر من الحرية أمام الجمهور للتعبير عن رأيه أكثر من القنوات المصرية الحكومية.

وهو الأمر الذى يختلف كلياً فى البلدان التى تخطت شوطاً كبيراً فى ممارسة الديمقراطية؛ حيث يكون الهدف الأكبر لوسائل الاعلام سواء حكومية أو خاصة هو تحقيق مصالح المواطن مما يودى فى النهاية بالضرورة إلى تحقيق الصالح العام، من خلال إتاحة حرية التعبير للمواطن فى وسائل الإعلام، وهو ما أشارت نتائج دراسة أسل رولاند Asle Rolland (٢٠٠٨) عن ملكية وسائل الإعلام النرويجية وحرية التعبير، حيث أشارت إلى

أن قانون ملكية وسائل الإعلام فى النرويج يلزم وسائل الإعلام سواء المملوكة للدولة أو للقطاع الخاص باحترام آراء المواطنين وعدم التأثير عليها أو محاولة جرها إلى معانى ومرادفات تختلف عما يريد المواطن التعبير عنه فى البرامج التى يشارك فيها فى وسائل الإعلام.

٦. أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أنه قد ظهرت بعض أشكال عدم الإلتزام فى مشاركات الجمهور وذلك بنسبة (٣.٤%)، إلا أن النتائج أظهرت أيضاً أن برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة قد التزمت بالبعد الثانى من أبعاد نظرية المسؤولية الاجتماعية والمتعلق بالمعايير والضوابط الأخلاقية التى تحكم العملية النقاشية داخل الحلقات؛ وقد تجلى ذلك فى أوقات كثيرة مثل المشاركات التى تحتوى على سباً لأحد الأشخاص أو تحتوى على تصريحات عنصرية ضد أحد الأديان أو المذاهب وخاصة فى برنامج الرأى الحر والذى حاول بعض المشاركين من الجمهور فى بعض الحلقات التى كانت تناقش الأوضاع فى البحرين أو سوريا أو القضايا التى تتعلق بالمملكة العربية السعودية بالإدلاء بتصريحات عنصرية أو مشاركات تتضمن سباً فى أحد المذاهب الدينية وكان القائم بالإتصال سرعان ما يوقف ذلك ولا يسمح بإستمراره، حتى ولو أضطر إلى قطع الإتصال عن المشارك ولا يعتبر هنا القائم بالإتصال قد تعدى على حرية الجمهور فى التعبير لأن المشارك هو من أساء استخدام هذه الحرية.

٧. أما بخصوص البعد الثالث من أبعاد المسؤولية الاجتماعية والمتعلق بالسلوكيات التى ينبغى مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، فقد تم الإلتزام بهذا البعد إلى حد كبير؛ حيث تم احترام حق الأفراد فى الخصوصية بإعتبارها أحد الحقوق المدنية التى ينبغى أن تحافظ عليها وسائل الإعلام وكذلك تم التأكيد على قيم الصدق (الصدق الذاتى، صدق القول، صدق الفعل)، والدقة والشمول (خلفية الأحداث، الأشخاص الفاعلين، طبيعة الظروف المكانية والزمانية، الأبعاد السياسية والاقتصادية المحيطة بالحدث أو القضية)، والموضوعية بأبعادها المختلفة (الإسناد، التوازن، فصل الخبر عن الرأى، اللغة المستخدمة) إلى حد كبير، إلا أنه فى بعض الحلقات من برنامج الرأى الحر المقدم على قناة الحوار كان القائم بالإتصال يفتقد إلى بعد هام جداً من أبعاد الموضوعية وهو "فصل الخبر عن الرأى" حيث كان يعرض وجهه نظره داخل الحلقة وعلى

المشاركين من الجمهور ويحاول في بعض الأحيان إقناعهم بها، وكذلك كان يستخدم لغة غير محايدة في إدارة النقاش وذلك من خلال توجيه أسئلة إيحائية للضيوف وللجمهور المشارك في النقاش.

مقترحات الدراسة:

يمكن تحديد مقترحات هذه الدراسة من خلال الدور الكبير الذي تقوم به برامج المشاركة الجماهيرية المقدمة على القنوات الفضائية العربية والتي حولت هذه القنوات من مجرد بوق للدعاية للجهات التي تمتلكها إلى بيئة خصبة تنمو فيها حرية التعبير عن الرأي، وجعلتها من مجرد منابر تصدر معلومات وأخبار إلى ملتقى كبير يستطيع كل من يصل إليه إرسال القناة أن يكون عضواً فعالاً مشاركاً في هذا الملتقى مما أضفى على تلك القنوات مميزات كان يستأثر بها الإنترنت في البداية وهي مميزات التفاعلية والتحاور مع المعارضين في الرأي والمخالفين في الإتجاهات، وفي ضوء نتائج الدراسة يمكن الخروج بالمقترحات التالية:

١. ضرورة الاهتمام بدراسة برامج المشاركة الجماهيرية ودورها في دعم حرية التعبير وتغيير نظره الجمهور العادي لبرامج التلفزيون من أنها مجرد أبواب دعائية للجهات التي تمتلك القنوات إلى منابر يمكن أن تتيح لكل فرد في المجتمع العربي التعبير عن رأيه بحرية تجاه القضايا التي تهمة وتؤثر على حياته.
٢. الاهتمام بإجراء دراسات تحليلية وميدانية على نطاق جغرافي واسع يشمل الدول العربية بالكامل للتعرف على القضايا التي تطرحها هذه البرامج ولجراء استطلاعات للرأي على الجمهور العربي لمعرفة إتجاهاته نحو هذه البرامج ونحو ما تقدمه من قضايا وهل يرى فعلاً أن ما تناقشه من قضايا له علاقة بواقعه المعاش أم أن برامج المشاركة الجماهيرية تختار قضايا معينة دون غيرها للنقاش.
٣. الاهتمام بإجراء دراسات تتناول التأثيرات التي أحدثتها التكنولوجيا ووسائل الإتصال الحديثة على دعم حرية التعبير والتقليل من قدرات الأنظمة السلطوية الدكتاتورية في قمع الحريات.

٤. الاهتمام بإجراء دراسات حول مدى التزام القنوات الفضائية فيما تقدمه من مضامين إعلامية بمعايير المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام وخاصة في دول الربيع العربي والتي زادت فيها القنوات بشكل ملفت للنظر.

٥. الاهتمام بإجراء دراسات عن تكامل وسائل الإعلام من أجل تحقيق التفاعلية الكاملة مع الجمهور من خلال إستخدام البرامج التليفزيونية لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وكذلك كاميرات الإنترنت والهواتف الذكية لزيادة التفاعل مع الجمهور.

مصادر ومراجع الدراسة

أولاً: المراجع العربية

أ. رسائل علمية غير منشورة:

١. جيلان محمود عبد الرازق (٢٠٠٤) أساليب تغطية القضايا في برامج الرأى المذاعة على الهواء Talk show فى القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام: جامعة القاهرة.
٢. ريهام سامى حسين يوسف (٢٠٠٨) دور البرامج الحوارية فى القنوات الحكومية والخاصة فى ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصرى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام: جامعة القاهرة.
٣. سليمان صالح (١٩٩١) مفهوم حرية الصحافة: دراسة مقارنة بين جمهورية مصر العربية والمملكة المتحدة فى الفترة من ١٩٤٥ إلى ١٩٨٥، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام: جامعة القاهرة.
٤. عبير إبراهيم محمد عزى (٢٠٠٩) وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام: جامعة القاهرة.
٥. فتحى حسين أحمد عامر (٢٠٠٥) أخلاقيات نشر الجريمة فى الصحف المصرية الخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة، معهد البحوث والدراسات العربية.
٦. محمد حسام الدين محمود إسماعيل (١٩٩٦) المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية: دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال فى الصحف القومية والحزبية فى الفترة من ١٩٩١ إلى ١٩٩٤، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام: جامعة القاهرة.
٧. مصطفى عبد الوهاب (٢٠٠٥) النشرة الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام: جامعة القاهرة.
٨. هالة محمد إسماعيل بغدادى (٢٠٠٧) المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية فى القنوات الفضائية العربية الإخبارية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام: جامعة القاهرة.
٩. هبة حسين عبدالوهاب (٢٠١٠) مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام: جامعة القاهرة.
١٠. نهى عاطف العبد (٢٠٠٣) علاقة الطفل المصرى بالقنوات الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام: جامعة القاهرة.

ب. بحوث منشورة فى دوريات علمية :

١١. جيهان يسرى (٢٠٠٣) القناة الفضائية الإسرائيلية ودورها فى الحرب الإعلامية بين العرب وإسرائيل، *المجلة المصرية لبحوث الرأى العام*، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلد الرابع، العدد المزدوج، ص ص ٧٧ - ١٢٥.
١٢. حسن عماد مكاوى (١٩٩٣) نظرية المسؤولية الاجتماعية وممارسة العمل الإخبارى، *مجلة بحوث الإتصال*، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد التاسع، ص ص ٢٢٨ - ٢٥٠.
١٣. حسنى محمد نصر (٢٠٠٦) دور بريد القراء فى التعبير عن الرأى العام فى ضوء نظرية دوامة الصمت: دراسة تحليلية لرسائل القراء الخاصة بتعديل المادة ٧٦ من الدستور المصرى فى صحيفة الأهرام خلال عام ٢٠٠٥ ، ٢٠٠٦، *المجلة المصرية لبحوث الرأى العام*، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلد السابع، العدد الأول، ص ص ١٣٩ - ١٨٠.
١٤. سليمان صالح (٢٠٠١) إشكالية الموضوعية فى وسائل الإعلام: دراسة نقدية، *المجلة المصرية لبحوث الرأى العام*، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الثالث، ص ص ١٣٥ - ١٦٠.
١٥. محمد سعد أحمد إبراهيم (٢٠٠٠) الاتجاهات الحديثة فى دراسات القائم بالإتصال، *المجلة المصرية لبحوث الرأى العام*، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الرابع، ص ص ١٨١ - ١٩٥.
١٦. وليد فتح الله بركات (٢٠٠٣) تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأى فى القنوات التلفزيونية العربية، *المجلة المصرية لبحوث الرأى العام*، جامعة القاهرة: كلية الاعلام، المجلد الرابع، العدد المزدوج، ص ص ٤٩ - ٧٥.

ج. بحوث منشورة فى مؤتمرات علمية :

١٧. إبراهيم العقباوى (٢٠٠٥) أخلاقيات العمل الإعلامى، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم وهندسة الإعلام: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص ص ٦٢١ - ٦٤٦.
١٨. أحمد أحمد عثمان (٢٠٠٨) حرية التعبير فى برامج المشاركة بالراديو فى إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعى، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسؤولية، جامعة القاهرة، ص ص ٦٥٧ - ٧٣٣.
١٩. أشرف جلال حسن (٢٠٠٨) حدود الحرية والمسؤولية المهنية فى أداء الشبكات الاخبارية الفضائية العالمية وأثرها على اتجاه جمهور الأجانب نحو القضايا العربية، بحث مقدم ضمن

- أعمال المؤتمر العلمى السنوى الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، جامعة القاهرة، ص ص ٤٣ - ١٣١.
٢٠. أشرف جلال (٢٠٠٥) العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية فى القنوات المصرية الحكومية والخاصة، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى السنوى الحادى عشر لكلية الإعلام: مستقبل وسائل الإعلام العربية، جامعة القاهرة، ص ص ٣٩٧ - ٤٥٠.
٢١. أمال سعد المتولى (٢٠٠٥) المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية: دراسة تحليلية مقارنة، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم وهندسة الإعلام: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص ص ٤٣٩ - ٤٧٣.
٢٢. أمل السيد متولى وسحر فاروق (٢٠٠٣) أخلاقيات نشر الجريمة فى الصحافة المصرية: دراسة تحليلية وميدانية على عينة من الصحف والقائمين بالإتصال، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى السنوى التاسع لكلية الإعلام: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، جامعة القاهرة، ص ص ١١٤٧ - ١٢١١.
٢٣. أميرة سمير (٢٠٠٩) دور الأخبار والبرامج الإخبارية فى القنوات التليفزيونية المصرية والعربية الخاصة فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الإصلاح السياسى فى مصر، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى السنوى الخامس عشر لكلية الإعلام: الإعلام وقضايا الإصلاح فى المجتمعات العربية: الواقع والتحديات، جامعة القاهرة، ص ص ٥٦٥ - ٦١٤.
٢٤. أميرة سمير (٢٠٠٨) التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة فى إطار المسئولية الاجتماعية، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى السنوى الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، جامعة القاهرة، ص ص ١٣٣ - ١٨١.
٢٥. أميرة محمد إبراهيم النمر (٢٠٠٨) شريط المحادثة على القنوات العربية بين الضوابط الأخلاقية والمسئولية المهنية، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، جامعة القاهرة، ص ص ٢٧٧ - ٣٢٥.
٢٦. حازم أنور محمد البنا (٢٠٠٨) أخلاقيات الإعلام فى الفضائيات العربية الخاصة كما يراها الجمهور المصرى، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى السنوى الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، جامعة القاهرة، ص ص ١٨٣ - ٢٧٥.

٢٧. حنفى حيدر أمين محمد (٢٠٠٨) التعرض للحياة الخاصة للشخصيات العامة فى حدود المسئوليات القانونية والأخلاقية، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، جامعة القاهرة، ص ص ٤١٧ - ٤٩٤.
٢٨. رانيا أحمد محمود مصطفى (٢٠٠٧) مدى اعتماد الشباب على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصرى، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى الثالث عشر لكلية الإعلام: الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعى للمواطن العربى، جامعة القاهرة، ص ص ١٢٧٥ - ١٢٩٨.
٢٩. رفعت محمد البدرى (٢٠٠٨) استخدام أدوات الويب ٢ فى مواقع الصحف العربية على الإنترنت وعلاقتها بحرية التعبير: دراسة تحليلية، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، جامعة القاهرة، ص ص ٩٦٩ - ١٠١٤.
٣٠. عادل عبد الغفار (٢٠٠٣) أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة دراسة تطبيقية على برامج الرأى المقدمة بقناة دريم ٢، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى السنوي التاسع لكلية الإعلام: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، جامعة القاهرة، ص ص ٧٤٧ - ٨٢٥.
٣١. عبد الجواد سعيد محمد ربيع (٢٠٠٨) العلاقة بين نمط ملكية الصحف المصرية وحرية التعبير، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى الرابع عشر لكلية الإعلام بين الحرية والمسئولية، جامعة القاهرة، ص ص ٥٤٥ - ٦٠٣.
٣٢. عبدالله الأشعل (٢٠٠٥) دور الفضائيات العربية فى دعم الدبلوماسية العربية، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم وهندسة الإعلام: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص ص ٥٤٩ - ٥٥٥.
٣٣. عبدالله بن محمد الرفاعى (٢٠٠٦) اتجاهات القائم بالإتصال العربى نحو قضية الديمقراطية: دراسة وصفية تحليلية لعينة شاملة فى ثلاث دول عربية، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى الثانى عشر لكلية الإعلام: الإعلام وتحديث المجتمعات العربية، جامعة القاهرة، ص ص ٦٧٣ - ٧٣٢.
٣٤. عزة مصطفى الكحكى (٢٠٠٨) حدود الحرية والمسئولية كما يراها القائم بالإتصال بقناة الجزيرة الإخبارية، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، جامعة القاهرة، ص ص ٦٠٥ - ٦٥٦.

٣٥. عصام نصر (٢٠٠١) حدود حرية الرأي فى ساحات الحوار العربى عبر الإنترنت: دراسة تحليلية، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى السابع لكلية الإعلام: الإعلام وحقوق الإنسان العربى، جامعة القاهرة، ص ص ٤٣٣ - ٤٧٦.
٣٦. علياء عبد الفتاح رمضان (٢٠٠٨) حرية البث الفضائى الإعلامى ومسئولية الإعلام العربى الليبى فى الحفاظ على الهوية الثقافية، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، جامعة القاهرة، ص ص ٨١٧ - ٨٥٧.
٣٧. عواطف عبد الرحمن (٢٠٠٨) حرية الإعلام العربى: التحديات والبدائل، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، جامعة القاهرة، ص ص ١ - ٢٨.
٣٨. محمود يوسف (٢٠٠١) أخلاقيات حماية حرية الرأي عبر وسائل الإعلام من منظور إسلامى، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى السابع لكلية الإعلام: الإعلام وحقوق الإنسان العربى، جامعة القاهرة، ص ص ٣٤٩ - ٣٩٣.
٣٩. نرمين زكريا خضر (٢٠٠٨) اتجاهات القائم بالإتصال نحو مفهومى الحرية والمسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية فى الألفية الثالثة، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، جامعة القاهرة، ص ص ٣٢٧ - ٤١٣.
٤٠. نهى عاطف العبد (٢٠٠٩) العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية فى الفضائيات العربية ومستويات معرفة رأى العام بقضايا الإصلاح السياسى فى مصر، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى السنوى الخامس عشر لكلية الإعلام: الإعلام وقضايا الإصلاح فى المجتمعات العربية: الواقع والتحديات، جامعة القاهرة، ص ص ٧٢٩ - ٨١٩.
٤١. هبه شاهين (٢٠٠٩) معايير بناء أجندة القضايا العامة المقدمة فى برامج الرأى بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة - دراسة فى القائم بالإتصال، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى السنوى الخامس عشر لكلية الإعلام: الإعلام وقضايا الإصلاح فى المجتمعات العربية: الواقع والتحديات، جامعة القاهرة، ص ص ٧٣٥ - ٨١٩.
٤٢. هناء فاروق (٢٠٠٧) الحق فى المعرفة ما بين حرية التعبير وحماية المقدسات دراسة حالة لأزمة الإساءة للرسول والإسلام فى الصحافة الدولية، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمى السنوى الثالث عشر لكلية الإعلام: دور الإعلام فى البناء الثقافى والاجتماعى للمواطن العربى، جامعة القاهرة، ص ص ١ - ٩٠.

د. كتب عربية:

٤٣. بسيوني إبراهيم حمادة (٢٠٠٨) دراسات فى الإعلام وتكنولوجيا الإتصال والرأى العام، القاهرة: عالم الكتب، ط ١.
٤٤. حسن عماد مكاوى وليلى حسين السيد (٢٠٠٢) الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط ٣، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
٤٥. حسن عماد مكاوى (١٩٩٧) تكنولوجيا الإتصال الحديثة فى عصر المعلومات، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
٤٦. حسن عماد مكاوى (١٩٩٤) أخلاقيات العمل الاعلامى: دراسة مقارنة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
٤٧. حسنين شفيق (٢٠٠٩) الإعلام التفاعلى، القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
٤٨. سامى الشريف (٢٠٠٤) الفضائيات العربية: رؤية نقدية، القاهرة: دار النهضة العربية.
٤٩. سليمان صالح (١٩٩٥) أزمة حرية الصحافة فى النظم الرأسمالية، القاهرة: دار النشر للجامعات المصرية، ط ١.
٥٠. سمير محمد حسين (١٩٩١) تطبيقات فى مناهج البحث العلمى: بحوث الإعلام، ط ٢، القاهرة: عالم الكتب.
٥١. سوزان القلبنى (٢٠٠٧) التدريب والإنتاج الاعلامى، القاهرة: دار النهضة العربية.
٥٢. سناء محمد الجبور (٢٠١٠) الإعلام والرأى العام: العربى والعالمى، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
٥٣. شيماء ذو الفقار زغيب (٢٠٠٩) مناهج البحث والإستخدامات الإحصائية فى الدراسات الإعلامية، ط ١، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
٥٤. عادل عبد الغفار (٢٠٠٦) الأسس العلمية فى إعداد وتقديم وإخراج البرامج الإذاعية والتليفزيونية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
٥٥. عاطف عدلى العبد ونهى عاطف العبد (٢٠٠٨) نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، القاهرة: دار الفكر العربى.
٥٦. عاطف عدلى العبد ونهى عاطف العبد (٢٠٠٧) الرأى العام والفضائيات: دراسة فى ترتيب الأولويات، القاهرة: دار الفكر العربى.
٥٧. عبد الدايم عمر الحسن (٢٠١٠) التليفزيون، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
٥٨. عبد الدايم عمر الحسن (٢٠٠٣) إنتاج البرامج الإذاعية والتليفزيونية، القاهرة: دار القومية العربية للثقافة والنشر.

٥٩. عبد الله زلطة (٢٠٠٤) **تشريعات الصحافة والإعلام في مصر، القاهرة: دار المهندس للطباعة.**
٦٠. عواطف عبد الرحمن (١٩٨٤) **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية، القاهرة: دار الفكر العربي.**
٦١. فاروق أبو زيد (١٩٨٦) **النظم الصحفية في الوطن العربي، القاهرة: عالم الكتب.**
٦٢. كرم شلبي (٢٠٠٨) **المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، بيروت: دار ومكتبة الهلال.**
٦٣. ليلي عبد المجيد (٢٠٠١) **تشريعات الصحافة في الوطن العربي: الواقع وأفاق المستقبل القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.**
٦٤. ليلي عبد المجيد (١٩٩٠) **الصحافة في الوطن العربي، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.**
٦٥. محمد بن سعود البشر (١٩٩٦) **المسئولية الاجتماعية في الإعلام: النظرية وواقع التطبيق، الرياض: دار الكتب.**
٦٦. محمد توهيل فايز أسعيد (٢٠١٠) **في الاجتماع السياسي: الديمقراطية ... ما لها وما عليها، بيروت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.**
٦٧. محمد جربوعة و سحر زيناتي أبو زلام (٢٠٠٢) **قناة الجزيرة: المطلوب رقم واحد، الجزائر: دار النداء للنشر والتوزيع.**
٦٨. محمد عبدالحميد (١٩٩٧) **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب.**
٦٩. محمد منير حجاب (٢٠١٠) **نظريات الإتصال، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.**
٧٠. محمود علم الدين (٢٠٠١) **مدخل إلى الفن الصحفي، القاهرة: وكالة الفضائية للنشر والتوزيع.**
٧١. نهى عاطف العبد (٢٠٠٩) **الإعلام الدولي، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.**

هـ . بحوث أجرتها مراكز حقوقية:

٧٢. أديب خضور "الفضائيات العربية: أصوات واعدة أم واجهة لنشر غسيل الحكومات والأنظمة العربية"، أبريل ٢٠٠٧، منشورة على موقع مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام
(<http://www.asbar.com/ar/contents.aspx?c=22> accessed on 4 May 2011 at 5:08 pm) .

٧٣. المركز الأوروبي للتدريب والأبحاث (ETC)
(www.manual.etc-graz.at/typo3/fileadmin/user_upload/ETC.../media.pdf accessed on 15 December 2010 at 5:00 pm) .

٧٤. مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان (٢٠٠٧) عن الإعلام في العالم العربي بين التحرير

وإعادة إنتاج الهيمنة، القاهرة، منشورة على الموقع الإلكتروني للمركز

(<http://www.cihrs.org/Arabic/NewsSystem/Articles/809.aspx>/accessed on 4 November 2010 at 1:00 pm) .

٧٥. مركز حماية وحرية الصحفيين (٢٠٠٧) حالة الحريات الإعلامية في الأردن، الاردن،

منشورة على الموقع الإلكتروني للمركز

(<http://www.cdfj.org/look/publications.tpl/PDF/> accessed on 29 November 2010 at 8:30 pm) .

٧٦. مركز حماية وحرية الصحفيين (٢٠٠٥) أصوات مخنوقة: دراسة في التشريعات الإعلامية

العربية، الأردن، تم الحصول على نسخة من الدراسة موقع المركز الإلكتروني

(<http://www.cdfj.org/look/publications.tpl/PDF/> accessed on 29 November 2010 at 7:20 pm) .

ثانياً: المراجع الأجنبية

أ . رسائل علمية متاحة على قواعد البيانات على شبكة الإنترنت:

77. Dirk , Voorhoof (1990) "Law and freedom of communication" , **PH.D dissertation** , Rijks university , Gent Belgium , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 15 November 2010 at 9:28 pm.

ب. بحوث منشورة في دوريات علمية (متاحة على قواعد البيانات على شبكة

الإنترنت):

78. Adams , Terry & Cleary , Johanna (2009) " Staking a Claim for Social Responsibility: An Argument for the Dual Responsibility Model" . In : **The International Journal on Media Management** , Vol 11 , PP 1424-1277, from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 18 November 2010 at 6:33 pm .

79. Andsager , Julie L. & Miller , M. Mark (1994) "Willingness of journalists and public to support freedom of expression" . In : **Newspaper Research Journal** , Vol. 15, No 1 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 11 November 2010 at 10:20 pm .

80. Bernstein , Arla G. & Norwood , Romney S.(2008) " Ethnic Differences in Public Participation: The Role of Conflict Communication Styles and Sense of Community" , In : **Journal of Intercultural Communication Research** , Vol. 37, No. 2 , pp. 119–138 ,from <http://search.ebscohost.com/> accessed on 20 April 2011 at 10:00 pm.

81. Buton , Kristie(1998) " social Responsibility in covering community :A Narrative Case analysis". In : **journal of mass media ethics** , vol 13 ,

- Number 4 ,PP 232- 246 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on <http://search.ebscohost.com/> accessed on 20 December 2010 at 8:50 pm .
82. Dauncy , Hugh & Here , Geoff (1999) "French Youth Talk Radio : The Free Marker and Free Speech" , In : **Media Culture & Society** , Vol 21 , No 1 .
 83. Dutta, Soumya (2011) " SOCIAL RESPONSIBILITY OF MEDIA AND INDIAN DEMOCRACY" . In: **Global Media Journal – Indian Edition**, from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 8 October 2012 at 11:00 pm .
 84. D’HAENENS , LEEN and others (2009) "The Media for Democracy Monitor applied to five countries:A selection of indicators and their measurement". In : **Communications** , Vol 34 , PP 203_220 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 25 November 2010 at 12:30 pm .
 85. Drucker , Susan J. & Gumpert , Gary (2009) " Freedom of Expression in Communicative Cities" , In : **Free Speech Yearbook** , Vol. 44, p65-84 . from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 15 May 2011 at 2:45 pm.
 86. Gunders, Lisa. (2012) " Local Talkback Radio and political engagement" . In: **Media International Australia** , No 142 , [://search.ebscohost.com/](http://search.ebscohost.com/) accessed on 8 October 2012 at 9:20 pm .
 87. Gylmn , Carrol and Others .(2007) "when Oprah Interviews : Political Correlation of day time Talk show viewing. In : **Journal of broadcasting and Electronic Media** , Vol : 51, No : 2 , pp 228 – 244 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 14 December 2010 at 11:30 pm
 88. HERBST , SUSAN (1995) "On Electronic Public Space: Talk Shows in Theoretical Perspective". In : **Political Communication** , Vol 12, pp. 263-274 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 2 December 2010 at 10:05 pm .
 89. Kim , Jooan & Wyatt , Robert O. & Katz , Elihu (1999) "News , Talk , Opinion , Participation :ThePart Played by Conversation in Deliberative Democracy" , In : **Political Communication** , Vol 16, pp. 361 - 385 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 2 December 2010 at 10:30 pm .
 90. Kurpius , David D. & Mendelson , Andrezu (2002) " A CASE STUDY OF DELIBERATIVE DEMOCRACY ON TELEVISION: CIVIC DIALOGUE ON CSPAN CALL-IN SHOWS". In : **I &MC Quarterly** , Vol. 79, No 3. 587-601 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 20 November 2010 at 3:00 pm .
 91. Lauerbach , Gerda (2007) "Argumentation in Political Talk show Interviews" . In : **Journal of Pragmatics** , Vol : 39 , No: 8 , pp1388-1419 , from <http://search.ebscohost.com/> accessed on 30 November 2010 at 4:25 pm.
 92. MARTIN , PAUL S.(2008) " The Mass Media as Sentinel: Why Bad News About Issues is Good News for Participation",In: **Political**

- Communication** , Vol 25 , pp 180 – 193 from <http://search.ebscohost.com/> accessed on 22 April 2011 at 3:20 pm.
93. Mwesige , Peter G.(2009) "The democratic functions and dysfunctions of political talk radio: the case of Uganda" . In : **Journal of African Media Studies** , Vol 1 (2) , from , <http://search.ebscohost.com/> accessed on 30 October 2010 at 10:36 pm .
 94. Perse , Elizabeth M. & Butler , Jessica S. (2005) "Call-In Talk Radio: Compensation or Enrichment" . In : **Journal of radio and studies** , vol 12 (2) , pp 204 – 222 , from <http://search.ebscohost.com/> accessed on 23 October 2010 at 5:00 pm
 95. Rolland , Asle (2008) " The Norwegian media ownership act and the freedom of expression" In : **International Journal of Media and Cultural Politics** , Vol 4 Number 3 , from:<http://search.ebscohost.com/> accessed on 24 November 2010 at 6:24 pm .
 96. Sakr, Naomi (2010) " Enriching or Impoverishing Discourse on Rights? Talk about Freedom of Expression on Arab Television " . In: **Middle East Journal of Culture and Communication** , Vol 3, PP 101 : 119 from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 8 October 2012 at 10:00 pm .
 97. Tornton , Brain (1998) " the disappearing media ethics debate in letters to the editor". In : **journal of mass media ethics** , vol 13 , Number 1 ,PP 40-55 , from <http://search.ebscohost.com/> accessed on 24 November 2010 at 5:45 pm .
 98. Trepte , Sabine (2005) "Daily Talk as Self-Realization:An Empirical Study on Participation in Daily Talk Shows" . In : **MEDIA PSYCHOLOGY** , Vol 7, PP 165–189 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 20 November 2010 at 6:50 pm .
 99. Triandafyllidou , Anna (2009) "THE MOHAMMED CARTOONS CRISIS IN THE BRITISH AND GREEK PRESS" . In : **Journalism Studies** , Vol 10, No 1, PP 36_53, from:<http://search.ebscohost.com/> accessed on 15 December 2010 at 8:15 pm .
 100. Tsukamoto , Seijiro (2006) "Social Responsibility Theory and the Study of Journalism Ethics in Japan" , In : **Journal of Mass Media Ethics** , Vol 21 (1) , pp 55–69 , from: <http://search.ebsco host.com/> accessed on 20 April 2011 at 9:25 pm .
 101. Voakes , Paul (2000) Rights , Wrongs and Responsibilities – Law and Ethics in the Newsroom , In : **Journal of Mass Media Ethics** ,Vol 15 , PP29- 42 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 30 May 2011 at 6:08 pm .
 102. Voakes , Paul S. (1997) " social influences on journalists decision making in Ethical situations" . In : : **journal of mass media ethics** , vol 12 , Number 1 ,PP 18- 35 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 4 December 2010 at 5:54 pm .

ج . بحوث منشورة في مؤتمرات علمية (متاحة على قواعد البيانات على شبكة الإنترنت):

103. Ayish , M. (2001) " American – style Journalism and Arab Television : An Exploratory Study of News Selection at Five Arab World Satellite Television Channel " , **Paper Presented in the Conference of "Ethics of Journalism"** , **Published In : Transnational Broadcastion Studies** ,No 6 , from: <http://www.tbsjournal.com>\ accessed on 4 May 2010 at 9:46 pm .
104. Dutta-Bergman, Mohan & Chung , Wonjun (2005) " The relationship between online political participation and traditional political participation: The theory of channel complementarity " , **Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association** , New York , pp 1-27 from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 23 November 2010 at 5:07 pm .
105. Lee , Fracis (2005) " Talk Radio Listening, Opinion Expression and Political Discussion in a Democratizing Society" **Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association** , New York , pp 1 – 31 , from: <http://search.ebscohost.com/> accessed on 23 November 2010 at 5:30 pm .

د . كتب أجنبية:

106. Bernard , Stephan (2000) **Studying Radio** , New York: Oxford University Press Inc .
107. Bennett , Lace (1995) **Public opinion in american politics** , New York :Harcourt Brace Jovanovich .
108. Bittner , John R. (1986) **Mass communication An Introduction** , New. Jersey .: Prentice-Hall. Englewood Cliffs .
109. Bucy , Erick P. (2002) **Living in The Information Age : A New Media Reader** , Wadwarth : Australia , united Kingdom .
110. Dennis . Everette.& Merrill. John C. (1984) **Basic Issues in Mass Communication** , New York : Macmillan Publishing Company .
111. Dennis ,E. (1980) **Social Resposibility Representation and reality** , Beverly Hills : Sage Publication .
112. Harless . James D.(1985) **Mass Communication an Introductory Survey** , USA : Wn. C Brown publishers .
113. Hierbert, Ray Eldon & Reuss , carol (1988) **Impact of Mass Media** , New York : Longman INC., 2nd
114. McQual D. (2000) **Mass Communication theory** , 4th edithion , London : Sage Publication .
115. McQual , D. (1992) **Media Performance : Mass Communication** , England : Sage Publication .
116. Merrill, John C. ,Peter J.(2001) **Twilight & Press Freedom : the Rice of people Journalism** , London : Laurence Erlbaum associates Publishers .

117. Rudinow , Joel & Graybasch , Anthony (2002) **Ethics Values In The Information Age** , Wadsworth: Australia, United Kingdom .
118. Whitaker W. , Richard et al. (2000) **Media Writing , Print , Broadcast and Public Relations** , London : Longman INC .
119. Zellmann , Dolf & Vonderer , Peter (2000) **Media Entertainment : The Psychology of its appeal** , London : Lawrence Erlbaum Associates .
120. Stewart , Charles & Cash , William (2000) **Interviewing : Priciples & Practices** , New York , McGraw-Hill .
121. Metzler , Ken (1997) **Creative Interviewing : The Writer's Guide to Gathering Information by asking Questions**. Vol 3, Boston , Allyn & Bacon .

ثالثا: مواقع الإنترنت

122. <http://www.al-ahaly.com>
123. <http://www.alalam.ir>
124. <http://www.alhiwar.tv>
125. <http://www.aljazeera.net/NR/exeres>
126. <http://ar.wikipedia.org>
127. <http://www.bbc.co.uk/arabic/interactivity>
128. <http://www.cdfj.org>
129. <http://www.cihrs.org/Arabic>
130. <http://democracy.ahram.org.eg>
131. <http://www.facebook.com>
132. <http://www.gohod.net>
133. <http://www.ikhwanonline.com>
134. <http://www.moheet.com>
135. <http://www.rps.psu.edu/mar96/tvtalk.html>
136. <http://www.twitter.com>
137. <http://www.unicef.org>

الملاحق

جامعة القاهرة
كلية الإعلام
قسم الإذاعة والتلفزيون

**استمارة تحليل مضمون
دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات فى دعم حرية
التعبير**

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير

إعداد

**السيد محمد أبوشعشع حسن
معيد بقسم الإذاعة والتلفزيون
كلية الإعلام – جامعة القاهرة**

إشراف

**الأستاذ الدكتور: حسن عماد مكاوى
أستاذ الإذاعة والتلفزيون
عميد كلية الإعلام – جامعة القاهرة**

أولاً: الفئات الخاصة بالشكل:

(٥) فترة عرض البرنامج					(٤) دورية البرنامج				(٣) المساحة الزمنية للحلقة		(٢) اسم القناة	(١) اسم البرنامج	م
سهرة	سهرة	مسائي	ظهيرة	صباحية	شهرى	أسبوعى	٥ مرات فى الأسبوع	يومية	د	ث			
سهرة ممتدة ٦ - ٢	١٠ -	١٠ - ٥	١٢ -	١٢ - ٦									
	٢		٥										

(٨) نوع القناة				(٧) إعادة البرنامج		(٦) نوع بث المشاركة			م
غير حكومية متخصصة	غير حكومية عامة	حكومية متخصصة	حكومية عامة	لا يعاد	يعاد	مكتوبة	تسجيل	مباشر	

ثانياً: الفئات الخاصة بالمضمون:

(٩) القضية المطروحة للنقاش														م	
سياسية															
أخرى تذكر	أحداث البحرين	العنف في اليمن	العنف في ليبيا	العنف في سوريا	استفتاءات	المشاركة في منظمات المجتمع المدنى	الاحتجاج والتظاهر	الاعتصام والاضراب	حرية التعبير والرأى	الانتماء الحزبى	الحوار السياسى	محاكمة الرئيس السابق وأعوانه	الترشح فى الانتخابات	التصويت فى الانتخابات	

(٩) القضية المطروحة للنقاش											م
اجتماعية					اقتصادية						
أخرى تذكر	دخول عادات وتقاليد جديدة إلى العالم العربي	الخلافات الأسرية	الغنوسة	الزواج المبكر	أخرى تذكر	استعادة أموال الحكام العرب في بلاد الثورات العربي	السوق العربية المشتركة	اتفاقيات التبادل التجاري	الديون على الدول العربية ومصر	الأزمة الاقتصادية العالمية	

(٩) القضية المطروحة للنقاش									م
أخرى تذكر	إعلامية	علمية	عسكرية			ثقافية			
			أخرى تذكر	صفقات أسلحة	حروب ونزاعات مسلحة	أخرى تذكر	منتج أدبي وثقافى	ندوات وملتقيات ثقافية	

(١١) مدى حالة القضية المطروحة للنقاش			(١٠) الإطار الجغرافى للقضايا التى يعالجها البرنامج				م
قضية متوقعة	قضية حالية ومستمرة	قضية سابقة (حدثت وانتهت)	دولية	إقليمية	عربية	مصر	

(١٢) أسلوب تحديد القضايا المطروحة للنقاش في البرنامج				م
قضايا يحددها المعدين للبرنامج	قضايا لها علاقة بمناسبة تحدث وقت حلقة البرنامج	قضايا يختارها الجمهور عن طريق الإتصال أو التصويت على موقع القناة أو البريد الإلكتروني	قضايا لها علاقة بحدث مهم وقع في وقت قريب	

(١٣) أسلوب معالجة البرنامج للقضية المطروحة للنقاش						م
أكثر من بديل	طرح حلول	كشف أسباب المشكلة	عرض حقائق	مناقشة آراء متعددة	تبنى رأى واحد	

(١٤)						م
الأدوات التي يستخدمها البرنامج في عرض القضية التي تتم مناقشتها						
أخرى تذكر	الإستعانة بضيف متخصص للحديث حول القضية قبل فتح باب المشاركة للجمهور	عرض نتائج استفتاء أجرته القناة حول القضية	عرض تقرير مفصل عن القضية	عرض صور وفيدويوهات عن القضية	عرض مقدمة مقروءة عن القضية	

(١٥)					م
فى حالة وجود ضيوف تكون طريق التواصل مع الضيف فى البرنامج					
أخرى تذكر	استضافة على الهواء بالقمر الصناعى أو عبر Skybe	تقرير مسجل مع الضيف	استضافة على الهواء فى الأستوديو	إتصال تليفونى	

(١٦) جنسية الجمهور المشارك في النقاش																	م			
أخرى تذكر	غير محدد	فلسطيني	أردني	إماراتي	كويتي	عماني	سوداني	ليبي	لبناني	مغربي	جزائري	تونسي	سعودي	عراقي	بحريني	يمني	سوري	مصري		

(١٨) نوع الجمهور المشارك في النقاش			(١٧) جهة الجمهور المشارك في النقاش										م	
الإثنين معاً	أنثى	ذكر	أخرى تذكر	غير واضح	أمريكا اللاتينية	آسيا	إفريقيا	كندا	أمريكا	دولة أوروبية	دولة عربية أسيوية	دولة عربية إفريقية		مصر

(١٩) وسائل مشاركة الجمهور في البرنامج										م
استخدام خدمة Skybe	تعليق مصور باستخدام خدمة G Mobile	تعليق مصور بستخدام كاميرا الإنترنت Webcam	تعليق نصي على صفحة البرنامج على موقع Twitter	تعليق نصي على صفحة البرنامج على موقع Facebook	تعليق نصي على صفحة القناة على الإنترنت	رسالة الالكترونية (E-Mail)	رسالة نصية (SMS)	استطلاع رأي من خلال تقرير مصور	إتصال تليفوني	

(٢١) المساحة الزمنية المخصصة للمشاركة الجماهيرية					(٢٠) أسلوب مشاركة الجمهور في النقاش					م
أكثر من ٩٠% من مدة الحلقة	من أكثر من ٨٠% إلى ٩٠%	من أكثر من ٥٠% إلى ٨٠	من أكثر من ٣٠% إلى ٥٠%	أقل من ٣٠% من مدة الحلقة	أكثر من بديل	طرح حلول	طرح اسئلة واستفسارات	تقديم معلومات	إبداء الرأي	

(٢٣) إمكانية العودة مرة أخرى للمشاركة للرد على آراء مشاركين آخرين		(٢٢) المساحة الزمنية المتاحة لكل مشارك في البرنامج				م
غير متاح	متاح	أكثر من ٥ دقائق	من أكثر من ٣ إلى ٥ دقائق	من دقيقة إلى ٣ دقائق	أقل من دقيقة واحدة	

(٢٥) مدى تدخل مقدم البرنامج في توجيه النقاش		(٢٤) في حالة وجود ضيف متخصص، إمكانية أن يرد الضيف على تساؤلات وآراء الجمهور المشارك في النقاش		م
يدبر النقاش فقط ولا يتدخل	يتدخل	غير متاح	متاح	

(٢٦)				م
فى المواقف التى يتدخل فيها مقدم البرنامج فى توجيه النقاش، تكون أشكال التدخل				
أخرى تذكر	التعقيب على كلام المشارك بوجهه النظر التى يتبناها القائم بالإتصال ثم قطع الإتصال دون أن يتمكن المشارك من الرد	طرح وجه نظر مخالفة لتلك التى يقدمها المشارك ويترك له الفرصة للرد	قطع الإتصال	

(٢٨) فى حالة عدم التزام المشاركين بأخلاقيات الحوار، تكون أشكال عدم الالتزام				(٢٧) مدى التزام المشاركين فى النقاش بأخلاقيات الحوار		م
أخرى تذكر	الإدلاء بتصريحات وآراء تحرض على العنصرية أو العنف أو إندراء الأديان أو الأعراق	توجيه السباب والشتائم للآخرين	رفع الصوت والتحدث بعصبية غير مبررة	لا يلتزمون بأخلاقيات الحوار	يلتزمون بأخلاقيات الحوار	

الأسم: السيد محمد أبوشعشع حسن

الجنسية: مصرى

تاريخ وجهة الميلاد: ١٩٨٨/٣/١٥ ، محافظة كفرالشيخ .

الدرجة: رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير فى الإعلام .

التخصص: إذاعة وتلفزيون .

المشرفون: أ.د: حسن عماد مكاوى ، أستاذ الإذاعة والتلفزيون ، وعميد كلية الإعلام – جامعة القاهرة .

عنوان الرسالة: دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات فى دعم حرية التعبير .

ملخص الرسالة:

اهتمت الدراسة بالتعرف على دور برامج المشاركة الجماهيرية فى دعم حرية التعبير وتحديد الفرص التى تقدمها للجمهور العربى والمصرى للمشاركة بارائه إزاء الموضوعات والقضايا المقدمة فى هذه البرامج ، والتعبير عن اتجاهاته نحوها وما يمكن أن يترتب على ذلك من تأثير على صنع القرار السياسى، وذلك من خلال تحديد نوع القضايا التى تتم مناقشتها فى هذه البرامج، والأسس التى يتم من خلالها تحديد هذه القضايا وأسلوب المعالجة المستخدم فى المناقشة، كما تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على نوعية القضايا التى تناقش فى برامج المشاركة الجماهيرية، ومساحة الحرية التى تعطى لكل مشارك فى هذه البرامج، ومدى تدخل مقدمو البرنامج فى تغيير أو تقييد آراء المشاركين فيها من الجمهور .

واستمدت الدراسة إطارها النظرى من نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، واعتمدت على منهج المسح بشقه الوصفى (Descriptive) وذلك من خلال تحليل المضمون، وتوصلت إلى أن القائم بالإتصال لم يتدخل برأيه فى (٩٣%) من مشاركات الجمهور، وهو ما يشير إلى أن برامج المشاركة الجماهيرية تدعم حرية التعبير إلى حد كبير حيث تسمح للجمهور بالتعبير عن رأيه بشكل محايد دون محاولة من جانب القائم بالإتصال للقفز على هذا الرأى وتغييره أو محاولة إبراز رأى معين فى الحلقة دون غيره من الأراء.

Name: El sayed Mohamed Abo sheashaa Hassan

Nationality: Egyptian

Date and Place of birth: 15/3/1988 , Kafr El Sheikh

Degree: Master Thesis

Specialization: TV and Radio

Supervisor (s): Prof. Hassan Emad Mekawy

Dean of Faculty of mass communication

Title of thesis: The role of satellite public participation programs in supporting freedom of expression .

Summary:

The study tried to identify the role of programs of that mainly depend on the public participation in support of freedom of expression and to identify the opportunities offered for the Arab and Egyptian publics to express their views about the topics and issues presented in these programs and what kind of impact it can possibly have on the political decision-making. All of that through the identification of issues being discussed in these programs, and criteria through which these issues are being chosen, also the treatment used in the discussion. This study seeks to identify the issues that are discussed in the programs of public participation, and the level of freedom given to each participant in these programs to express his / her opinion, also the level of interference of the presenter himself in restraining the opinions being presented by the public...

The study theoretical framework was the social responsibility of the media theory, and relied on (Descriptive) method through content analysis, and concluded that the presenter did not interfere in (93%) of the public views, which indicates that these kind of programs supports freedom of expression, to a large extent as it allows the public to express their opinions without any kind of attempt from the anchor side to jump on this opinion and change it.

Cairo University
Faculty of Mass Communication
Radio and TV department

The role of satellite public participation programs in
supporting freedom of expression

Master Thesis

Presented By: El sayed Mohamed Abo sheashaa Hassan
Demonstrator at Radio and TV department –Faculty of
Mass communication

Supervised By:
Prof. Hassan Emad Mekawy
Dean of Faculty of mass communication

2012