المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي

مجلة دورية محكمة تصدر عن قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة سوهاج

رئيس مجلس ادارة المجلة:
أ.د / محمد توفيق محمد

رئيس التحرير:
أ.د / فاطمة الزهراء صالح أحمد

مدير التحرير:
د/ أحمد خيري عبد الله علي

مساعد رئيس التحرير
أ.د/ عبد الباسط أحمد هاشم
أ.د / فوزي عبدالغني خلاف
أ.د / عزة عبدالعزيز عبدالله
أ.م. د / سحر محمد وهبي
أ.م.د / صابر حارص
أ.م.د / أحمد حسين
أ.د.م / محمود يوسف السماسيري

سكرتير التحرير
د / نها السيد عبدالمعطي
د / إسراء صابر عبدالرحمن
د / هاني إبراهيم السمان
أ/ أحمد جعفر أحمد
أ/ محمد خلف محمد

المحرر اللغوي
أ.م. د / محمد محمود حسين هندي

المجلد 6 العدد 6 – ج1

Issn: 3009-7134
https://ejrcds.journals.ekb.eg

مايـــو - 2025

محتويات العدد السادس (الجزء الأول)

- الألعاب الإلكترونية والعنف الأسري لدى الأبناء - دراسة ميدانية على عينة من أولياء الأمور
- انعكاسات الاستخدام المفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية على الهوية والمواطنة الرقمية لطلاب الجامعات العربية
- تقنيات التحقق من المحتوى الزائف وعلاقتها بمصداقية المواقع الإلكترونية - دراسة تحليلية
- دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التعليم في مصر
- اتجاهات الشباب الجامعي نحو الدعاية الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي الموجهة باللغة العربية
- أثر المجموعات النسائية في فيسبوك على سلوك المرأة الصعيدية: دراسة ميدانية
- اتجاهات الجمهور نحو الأداء الحكومي في ضوء معالجة المواقع الإخبارية للمبادرة الرئاسية (حياة كريمة) دراسة ميدانية"

دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التعليم في مصر

ناهد السيد عبداللطيف

باحثة بقسم الإعلام (كلية الآداب، جامعة سوهاج)
loveinsohag@gmail.com

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التعليم في مصر، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، لعينة غير احتمالية من أولياء الأمور في محافظة سوهاج بلغ حجمها (450) مفرده.

وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في أن 64% من عينة الدراسة يشاهدون (بدرجات مختلفة) البرامج الحوارية في الفضائيات، وقد تصدر برنامج معكم منى الشاذلي أعلى نسب المشاهدة، وبرنامج "مباشر من مصر" بمتوسط حسابي (2.811)، وبرنامج "صاحبة السعادة، وكانت أهم أسباب المشاهدة؛ بأنها تزود المبحوثين بكل ما هو جديد حول قضايا التعليم، وتساعدهم في تكوين وجهة نظر متكاملة حول قضايا التعليم.

كما أثبتت النتائج وجود تأثير مرتفع للبرامج الحوارية في تزويد الجمهور بالمعلومات التي تهمهم عن قضايا التعليم، وفي تشكيل مشاعرهم الوجدانية حولها، بينما كان هناك تأثير متوسط في تشكيل سلوكياتهم نحو هذه القضايا، وفيما يتعلق بفروض الدراسة.

فقد تمثلت أبرز نتائجها في أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة المشاعر التي تشكلت لدى المبحوثين نحو القضايا التعليمية التي تناولتها البرامج الحوارية تبعا للمتغيرات الديموغرافية، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم معارفهم التي شكلتها هذه البرامج حول قضايا التعليم وحجم المشاعر المتكونة لديهم حولها، كذلك ثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعارف التي اكتسبها المبحوثون حول هذه القضايا من البرامج الحوارية وبين سلوكياتهم نحو هذه القضايا.

الكلمات المفتاحية: البرامج الحوارية - اتجاهات الجمهور - قضايا التعليم

APA Citation:

عبداللطيف, ناهد السيد. (2025). دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التعليم في مصر. المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي، المجلد (6)، العدد (6)، الجزء (الأول).

Doi: https://doi.org/10.21608/ejcrds.2025.350797.1039

Abstract :

The study aimed to identify the role of talk shows in shaping public attitudes towards education issues in Egypt. The study used the media survey method for a non-probability sample of (450) parents in Sohag Governorate.

The most important results of the study were that 64% of the study sample watch (in varying degrees) talk shows on satellite channels. The program “With You, Mona El-Shazly” topped the viewership rates, with a mean (3.019), the program “Live from Egypt” with a mean (2.811), and the program “Sahibat Al-Saada” with a mean (2.807). The most important reasons for viewing were that they provide the respondents with everything new about education issues, with a mean (2.19), and help them in forming an integrated point of view about education issues, with a mean (2.15). The results also proved that talk shows have a high impact in providing the audience with information that interests them about education issues, and in shaping their emotional feelings about them, while there was a medium impact in shaping their behaviors towards these issues. In regard to the study’s hypotheses, the most prominent results were that there were no statistically significant differences in the nature of the feelings formed among the respondents towards the educational issues addressed by the talk shows according to demographic variables. There was a significant relationship between the amount of knowledge that these programs formed about educational issues and the amount of feelings they had about them. It was also proven that there was a statistically significant relationship between the knowledge that the respondents acquired about these issues from talk shows and their behaviors towards these issues.

Keywords: talk shows - attitudes - public - education issues.

مقدمة:

بدأ ظهور القنوات الفضائية بالقمر الصناعي عام 1975م، من خلال إنشاء شركة RCA ساتكوم1، وانتشرت القنوات الفضائية على نطاق واسع عام 1990م، عبر القمر العربي عربسات1، 2، والنايلسات في أواخر التسعينات، من خلال الشركة المصرية للأقمار الصناعية أو نايل سات(Nail sat)، التي تأسست في يوليو 1996.

وأطلقت الشركة قمر نايل سات101، وهو أول قمر صناعي مصري، وتوقف عام 2013، ثم أطلقت قمر نايل سات 102عام 2000 م، وتوقف عام 2018، بالإضافة لإطلاق قمرًا صناعيا ثالثاً، وهو نايل سات 201، أحد أقمار الجيل الثاني، أُطلق في اغسطس 2010م، وتم إطلاق نايل سات 301 في يونيو عام 2022، و هو رابع أقمار نايل سات.

ويُعد النايل سات أكثر أقمار المنطقة مشاهدة، وتحتوي الأقمار الصناعية على مجموعة واسعة من القنوات العربية المجانية والمشفرة، بلغ عددها أكثر من 1500 قناة، وما لا يقل عن 300 قناة راديو، وتتعدد أنواع الفضائيات، منها القنوات الحكومية، والمتخصصة مثل القنوات: التعليمية، الدرامية، والموسيقية، والدينية، والرياضية، والإخبارية، والثقافية، التعليمية، كما تتنوع برامجها.

وقد اهتمت كثير من القنوات الفضائية العربية لاسيما الإخبارية، والعامة، بالبرامج الحوارية الجماهيرية؛ لدورها المهم في تشكيل الآراء والاتجاهات، ومعرفة الجمهور، حول ما يحيط به من قضايا داخليًا، وخارجيًا، الأمر الذى أسهم في تعدد البرامج الجماهيرية في القنوات التليفزيونية، ما بين صباحية، ومسائية، نظرًا لأهمية هذه البرامج في مساعدة الرأي العام في الحصول على المعلومات، حول الأحداث الجارية، على كافة الأصعدة، وطرح وجهات نظر متعددة بخصوصها، مما يتسبب في تأثير مباشر على تشكيل آراء الجمهور حول القضايا محل النقاش (ياسمين سعيد،2015،ص270).

ومن أبرز تلك البرامج الحوارية التي تناقش القضايا العامة، برنامج الحكاية على قناة MBC، ومباشر من مصر على الفضائية المصرية، ومعكم منى الشاذلى، وكلمة أخيرة، على قناة ON، وصاحبة الجلالة على قناة DMC، ومساء DMC على قناة DMC، وبرنامج "على مسئوليتي" على قناة صدى البلد، وغيرها من البرامج التي لها جماهيرية واضحة.

ومن أهم القضايا الرائجة في هذه البرامج، قضايا التعليم التي تُعد على رأس القضايا التي تجذب شريحة كبيرة من المجتمع، لكونها عماد تقدم أي دولة، بل إنه يحدد مقدرات الشعوب ومصائرها؛ فهو الأداة الفعالة للتحول الاجتماعي، والمدخل الطبيعي لأى تنمية قومية، فهو ركيزة التقدم، والشرط الرئيس، الذى لا غنى عنه لملاحقة كل تطور، والعنصر الذى يحكم القدرة على مواجهة تحديات العصر بقوة واقتدار(جهاد مصطفى، وتهاني عيد، 2022، ص 1441:1440).

وتُعد قضايا التعليم قبل الجامعي من أهم القضايا التي تشغل الرأي العام المصري، ولعل أبرز القضايا التي تشغل الرأي العام قضايا الغش في الامتحانات، والدروس الخصوصية، ومشكلات الثانوية العامة، والتخبط في السياسات التعليمية، وقلة عدد المعلمين، وانخفاض دخل المعلم، وتهالك البنية التحتية لقطاع التعليم، ومشكلة الكتاب الخارجي، والمناهج التعليمية، وغيرها الكثير من القضايا التي تؤرق الطلبة وأولياء الأمور، والمجتمع ككل، والمهتمين بقضايا التعليم، وقد كان من الطبيعي أن تولى البرامج الحوارية قضايا التعليم كثيراً من الاهتمام؛ نتيجة خطورتها وتأثيرها على الأجيال والمجتمع.

ومن الطبيعي أن تؤثر أطروحات هذه البرامج في اتجاهات المتلقين حول هذه القضايا سلبًا، وإيجابًا، وأن تؤثر هذه الاتجاهات في النهاية، في السلوكيات التي يسلكونها نحوها، ولعل أبرز الفئات التي تهتم بهذه القضايا،

وتتابع كل ما تطرحه وسائل الإعلام حولها عن كثب، هي فئة أولياء أمور الطلاب، لاسيما في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي؛ لكونها المرحلة الأكثر تأثيراً في مستقبل أبنائهم، وتحديد مصيرهم في التخصصات الجامعية التي تؤهلهم لسوق العمل.

تأتى هذه الدراسة لتضع اليد على طبيعة الدور الذي تؤديه هذه البرامج في تشكيل الاتجاهات، ومن ثَمَّ سلوكيات أولياء الأمور نحو القضايا التي تؤثر على مستقبل أبنائهم كاملاً، وليس فقط في مرحلة التعليم الجامعي.

الدراسات السابقة:

تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين

المحور الأول: الدراسات الخاصة بالبرامج الحوارية واتجاهات الجماهير.

المحور الثاني: الدراسات الخاصة بقضايا التعليم في وسائل الاعلام.

أولا: الدراسات الخاصة بالبرامج الحوارية

1- دراسة احمد محمد إبراهيم الشحات(2024): دور البرامج الحوارية التليفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري وسلوكياته الاتصالية نحو قضايا التعليم قبل الجامعي

استهدفت الدراسة التعرف على كثافة مشاهدة عينة من الجمهور المصري لبرامج "التاسعة" و"الحكاية"، و"يحدث في مصر"، ومدى اعتمادهم عليها في متابعة قضايا التعليم قبل الجامعي، بالإضافة إلى رصد التأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية، لهذا الاعتماد، وتحديد مدى تبنيهم لأُطر معالجة هذه البرامج لتلك القضايا، اعتمدت الدراسة على منهج مسح الجمهور من خلال تطبيق استمارة استبيان على عينة عمدية قوامها(**400**) أربعمائة مفردة من الجمهور المصري، المقيمين بمحافظات، الدقهلية، والقاهرة، والجيزة، الذين يشاهدون هذه البرامج أو بعضها، ممن لا تقل أعمارهم عن ثمانية عشر عامًا، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أكثر البرامج مشاهدة لدى عينة الدراسة برنامج الحكاية، ويليه برنامج يحدث في مصر، ثم برنامج التاسعة، وعن أكثر البرامج التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة قضايا التعليم قبل الجامعي برنامج "يحدث في مصر"، ثم برنامج "الحكاية"، وأقلهم في المتابعة برنامج "التاسعة"، وكانت أهم دوافع المشاهدة متابعة هذه البرامج للتعرف على أسباب المشكلات المتعلقة بالقضايا المجتمعية والحلول المقترحة، وكونها تساعد في تشكيل الآراء عن القضايا المهمة في المجتمع، وكانت كثافة مشاهدة معظم عينة الدراسة لهذه البرامج متوسطة، ويعتمدون بدرجة منخفضة عليها في متابعة قضايا التعليم قبل الجامعي، وتحققت لدى معظم عينة الدراسة تأثيرات معرفية ووجدانية متوسطة نتيجة اعتمادهم على هذه البرامج في متابعة قضايا التعليم قبل الجامعي، لدى معظم عينة الدراسة، لها اتجاه محايد نحو قضايا التعليم قبل الجامعي، وسلوكياتهم الاتصالية سلبية نحوها، وتبنت الغالبية العظمى من عينة الدراسة أطر معالجة هذه البرامج لقضايا التعليم قبل الجامعي، كما تحققت صحة جميع فروض الدراسة جزئيا عند مستوى معنوية (0.5%).

2- دراسة أحمد محمد إبراهيم الشحات(2204): معالجة البرامج الحوارية التليفزيونية لقضايا التعليم قبل الجامعي في مصر

استهدفت الدراسة التعرف على مدى اهتمام عينة من البرامج الحوارية التليفزيونية بمناقشة قضايا التعليم قبل الجامعي في مصر وتحديد أهم القضايا ذات الصلة التي ناقشتها هذه البرامج ، بالإضافة إلى رصد اتجاهات هذه البرامج نحو تلك القضايا وأطر معالجتها لها، استندت الدراسة إلى نظرية تحليل الإطار الإعلامي، كما اعتمدت على منهج المسح والمنهج المقارن من خلال تحليل مضمون ثلاثة برامج حوارية: (التاسعة) الذى يذاع

على القناة الأولى المصرية ، (الحكاية)، و(يحدث في مصر) الذين تتم إذاعتهما على قناة أم بى سى مصر، وذلك لمدة دورتين برامجيتين خلال الفترة من 1 مايو إلى 31 أكتوبر عام 2022م. وتتلخص أهم نتائج الدراسة في:

- اهتمام البرامج الثلاثة المحدود بقضايا التعليم قبل الجامعي التي تمت مناقشتها في (3.3%) من فقرات هذه البرامج.
- جاء ممثلو الجهات الحكومية في صدارة المصادر الإعلامية الذين اعتمدت عليها هذه البرامج في مناقشة تلك القضايا.
- تم تناول القضايا العامة غير المرتبطة بمرحلة تعليمية محددة خلال معظم فقرات هذه البرامج المخصصة لمناقشة قضايا التعليم قبل الجامعي، تلاها في الاهتمام مرحلة التعليم الثانوى العام ثم الالتحاق بالجامعات ثم مرحلة التعليم الابتدائي ثم مرحلة التعليم الفنى التي جاءت في مؤخرة المراحل التعليمية التي اهتمت هذه البرامج بها.
- حلت قضية انتظام الدراسة في صدارة القضايا العامة التي تمت مناقشتها في هذه البرامج، تلاها كل من الدروس الخصوصية والشائعات المتعلقة بالتعليم قبل الجامعي وقضايا المعلمين.

- غلب الاتجاه السلبى نحو واقع قضايا التعليم قبل الجامعي على معالجة هذه البرامج لتلك القضايا.

- برز (تحديد المشكلة وذكر أسبابها والحلول المقترحة لها) في سياق معالجة هذه البرامج لقضايا التعليم قبل الجامعي من خلال الاعتماد على عدة أنواع من الأطر الإعلامية في مقدمتها إطار المسئولية.

- اعتمدت هذه البرامج على الإطار المحدد وأسلوب الإقناع العاطفى في معالجة قضايا التعليم قبل الجامعي.

3- دراسة منار صبري صابر حامد(2022): دور البرامج الحوارية في الفضائيات العربية في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة واتجاهات الجمهور نحوها(دراسة تطبيقية):

هدفت الدراسة إلى التعرف، وتسليط الضوء على دور البرامج الحوارية في الفضائيات العربية ومدي مساهمتها في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية المستدامة واتجاهات الجمهور نحوها، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، اعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، باستخدام استمارة تحليل المحتوى لعينة من البرامج الحوارية، ليتم إجراء الدراسة التحليلية عليها خلال الفترة الزمنية المخصصة، وكذلك المسح الميداني لعينة المبحوثين، وتوصلت الدراسة إلى أن قضايا التنمية المستدامة بالبرنامج السعودي(سين)عينة الدراسة: جاء في أجندة برنامج سين أكثر موضوعات الاستدامة كانت الحفاظ على البيئة، والتحول الرقمي بنسبة 11.1% و12.2% على التوالي. أما في البرامج المصرية(المبادرة- وكلمة أخيرة ومساء دي إم سي)، وتشابهت في أجندتها من حيث عرض قضايا التنمية المستدامة الخاصة بمبادرات الدولة ببناء الطرق والكباري، ومبادرة تكافل وكرامة، والمشروع القومي حياة كريمة، وبناء المدن الجديدة، والوحدات السكنية بنسبة12%،وتوصلت النتائج أيضا إلى أن نسبة اهتمامه بمشاهدة البرامج الحوارية التي تتعلق بأخبار الاقتصاد ومشروعات التنمية وتوفير فرص العمل كانت (42.2%) ثم جاء السبب(لعدم لمسها للمشكلات الاقتصادية الحقيقية) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (26.6%).

4-Ofentse Ernest Etlhasetse Ngake (2022):

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تؤديه البرامج الحوارية التلفزيونية من حيث تسهيل مشاركة الشباب فيما يتعلق بالقضايا التي تؤثر على الشباب في جنوب إفريقيا، برنامج Daily Thetha على SABC 1 ، كدراسة حالة، الدراسة استكشافية مما يجعل الباحث يتبع المنهج النوعي للبحث؛ لأنها تدور حول التفاعل والمشاركة والفحص والاستكشاف والملاحظة، والسكان المستهدفون لهذه الدراسة هم المشاركون في العرض،

ومقدمو العرض، والمنتج، والباحثون في Daily Thetha، وتم اختيار هؤلاء السكان لمشاركتهم العالية في البرنامج الحواري التليفزيوني يوميا، والشباب من جوهانسبرغ وحولها في مقاطعة غوتنغ، المشاركون الشباب، الذين تبلغ أعمارهم 18 عاما فما فوق، من Daily Thetha هم اللاعبون الرئيسيون في السكان المختارين، كما اعتمدت الدراسة تقنية أخذ العينات الهادفة لجميع شرائح السكان، تستخدم الدراسة طريقتين أساسيتين لجمع البيانات من المستجيبين المختارين، وفقا لعملية أخذ العينات، وهي المقابلات، والاستبيانات، وتستخدم الدراسة التحليل الموضوعي، توصلت الدراسة إلى أن الأمر لا يتعلق فقط بتوفير Daily Thetha للشباب منصة للمشاركة، بل يتعلق أيضًا باكتساب المزيد من المعرفة، وإيجاد حلول ممكنة من خلال مشاركات الشباب، كما أثبتت الدراسة أن برنامج Daily Thetha يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي، والمكالمات الهاتفية المباشرة، والبريد الإلكتروني، والمقاطع الصوتية في عملية إشراك الشباب في البرنامج، وباستخدام هذه المنصات المختلفة، اجتذب برنامج Daily Thetha المزيد من الشباب للمشاركة في عمليات إشراك الشباب، كما توصلت الدراسة إلى أن الشباب يرون أن الدور الذي تؤديه صحيفة ديلي ثيتا حاسم وحيوي لأنه يوفر منصة لمعالجة القضايا المتعلقة بهم، ووجدت أن الشباب واثقون من شعورهم بأن برنامج Daily Thetha يجب أن يستمر كبرنامج حواري تلفزيوني للشباب يسهل مشاركة الشباب، وتؤدى البرامج الحوارية التلفزيونية التي تسهل مشاركة الشباب دورًا حيويًا في خلق الوعي بشأن مختلف القضايا الاجتماعية والاقتصادية المتعلقة بالشباب.

5- دراسة محمد رفاعى شوقى ابراهيم عمارة (2022): دور البرامج الحوارية في تشكيل إدراك الشباب لخطط التنمية القومية.

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تعرض الشباب الجامعى من الطلاب والطالبات للبرامج الحوارية التي تعرضها القنوات التليفزيونية، وذلك من خلال تطبيق منهج المسح على عينة من طلبة جامعة القاهرة وجامعة 6 اكتوبر، واعتمدت الدراسة على منهج المسح واعتمد الباحث اسلوب العينة العشوائية، وبلغ حجم العينة (200) مفردة موزعة على الطلاب والطالبات، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: القنوات المفضلة التي يشاهدها الشباب الجامعى قناة MBC Msr بنسبة88.29% ، تليها قناة DMC79.34% ، ثم قناة CBC 77.45، قناة On E 68.93%، قناة النهار64.62% ، قناة القاهرة والناس57.52 ، قناة الحياة56.66، قناة الأولى الفضائية50.66%، قناة الثانية الفضائية 26.92%، معدل مشاهدة البرامج على القنوات؛ تؤكد النتائج أن برنامج الحكاية أكثر مشاهدة بنسبة 20.25، يليه مساء DMC 18.2%،وبرنامج معكم 13.3%، وبرنامج العاشرة مساءً 11.5%، وبرنامج الحياة اليوم بنسبة10.8%، وبرنامج مصر النهارده 10.1%، وأثبتت الدراسة تطور برنامج (مساء DMC)، و(مصر النهاردة) في معالجة القضايا التنموية، كانت أهم المشروعات اهتماماً لجمهور الشباب؛ وهي العاصمة الإدارية الجديدة، ويأتي بعدها كوبري روض الفرج .

المحور الثاني: الدراسات الخاصة بقضايا التعليم:

1- دراسة امال عبد الهادى محمد (2024): معالجة مواقع الصحف المصرية لقضايا الغش في المؤسسات التعليمية"دراسة تطبيقية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى اهتمام وكيفية معالجة مواقع الصحف الالكترونية المصرية لقضايا الغش وتسريب الامتحانات في المؤسسات التعليمية، الدراسة وصفية واعتمدت الدراسة على منهجين، منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي باستخدام أسلوب تحليل المضمون، والدراسة الميدانية استخدام الاستبانة على عينة قصديه قوامها 150 معلم ومدير بهيئة التدريس، والمنهج المقارن، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: قضايا الغش وتسريب الامتحانات لقيت اهتمامًا واسعاً في المواقع عينة الدراسة، وأنها تمثل خطورة على التعليم في مصر، تصدر الخبر الصحفي مقدمة الفنون الصحفية التي تناولت قضايا الغش وتسريب الامتحانات، أظهرت النتائج أن المنصات الإلكترونية المستخدمة في صحف الدراسة لمعالجة قضايا الغش وتسريب الامتحانات تشير إلى ارتفاع مستوى الوعى وإدراك الجمهور المصري لدور شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل بين الأفراد، كما أظهرت النتائج اهتمام المواقع الإخبارية عينة الدراسة بالمواد المتعلقة

بدور وزير التربية والتعليم لما له من دور مؤثر ومحوري، في معالجة قضايا الغش وتسريب الامتحانات، كما أظهرت النتائج اتجاه التغطية الإعلامية المتعمقة بالمواقع الإلكترونية الثلاث للصحف عينة الدراسة لقضايا الغش وتسريب الامتحانات.

2-Rabia Naseer, Muhammad Asghar (2024):

هدفت الدراسة إلى معرفة أسباب تدهور التعليم الابتدائي، والحلول المحتملة التي يراها المعلمون، تألفت العينة من 274 معلما مدرسيا (150 ذكرًا و 124 أنثى)، وكان جميع معلمي، ومعلمات المرحلة الابتدائية في المدارس العامة، والخاصة، من مقاطعة مظفر غاره، تم اختيارهم من خلال العينات الطبقية، لجمع البيانات، وتم تصميم استبيان مكون من 40 عنصرًا للمعلمين، أظهرت النتائج أن أسباب تدهور التعليم الابتدائى كما يراها المعلمون تشمل عدم كفاية الموارد، وعدم كفاية التمويل، واحجام الفصول الكبيرة، ونقص تدريب المعلمين، والمناهج التي عفا عليها الزمن، وعدم مشاركة الوالدين، واقترحت الدراسة، زيادة التمويل للتعليم، وتقليل أحجام الفصول الدراسية، وتوفير فرص التطوير المهني للمعلمين، وتحديث المناهج الدراسية لتكون أكثر ملاءمة وجاذبية، وتحسين الوصول إلى الموارد والتكنولوجيا، ومشاركة أولياء الأمور، وتعزيز تعاون أقوى بين المعلمين وأولياء الأمور، والإدارة.

3- دراسة جهاد مصطفى كرم درويش وتهانى عيد ابراهيم حشيش(2022): معالجة مواقع الصحف الإلكترونية المصرية لقضايا التعليم قبل الجامعي(المرحلة الثانوية) في ظل جائحة كرونا (covid-19) في الفترة من1 اكتوبر2020 إلى 1 أغسطس 2021 دراسة تحليلية

هدفت الدراسة إلى التعرف على معالجة المواقع الإلكترونية لقضايا التعليم قبل الجامعي في مصر في ظل جائحة كورونا، والتعرف على الدور الذى تقوم به هذه المواقع في طرح ومناقشة قضايا التعليم قبل الجامعي، تنتمى الدراسة للدراسات الوصفية، واستخدم البحث منهج المسح الإعلامي، واعتمدت على استخدام أداة تحليل المضمون، كما تستخدم الدراسة التحليل الكيفي، الذى يعتبر ضرورة للاقتراب من وثائق التحليل والتعرف على اتجاهات البحث فيها؛ لإثراء عملية التفسير والاستدلال، وتوصلت الدراسة إلى عدة من النتائج أهمها: أظهرت نتائج الدراسة أن قضايا التعليم قبل الجامعي لقيت اهتمامًا واسعًا في المواقع الثلاث عينة الدراسة، فقد بلغت المواد التي تم تحليلها خلال فترة الدارسة (219) مادة صحفية، كما أوضحت النتائج اهتمام المواقع الإخبارية عينة الدراسة بالمواد الصحفية المتعلقة بالخطاب الصحفي لوزير التربية والتعليم، والعاملين بالوزارة، لما له من دور مؤثر ومحوري في معالجة قضايا التعليم قبل الجامعي، حيث حرصت المواقع على متابعة المستجدات والتصريحات اليومية أول بأول، تصدرت المادة الخبرية أشكال الفنون الصحفية التي تناولت قضايا التعليم قبل الجامعي بنسبة 55.2%، يليه التحقيق الصحفي الذى بلغت نسبته 22.95%، حيث يهتم بعرض الآراء المختلفة المرتبطة بقضايا التعليم قبل الجامعي فهو يعرض الرأي، والرأي الأخر، فقد تناولت آراء الخبراء في التعليم وآراء الطلاب وأولياء الأمور.

4- دراسة علاء أنس محمد سلطان(2021): وسائل الإعلام وقضايا تطوير التعليم في مصر

هدفت الدراسة إلى دراسة أهم القضايا التي تواجه التعليم في مصر وتحليلها، ودور وسائل الإعلام الخاصة في معالجة تلك القضايا، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن هذه القضية، والوصول إلى استنتاجات علمية واضحة، وتعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي، والتحليلي، من خلال المسح الشامل وتحليل المحتوى الخاص"بمعالجة وسائل الإعلام الخاصة لقضية تطوير التعليم في مصر، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات أو البحوث الوصفية، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها (400) مفرده من الجمهور المصرى، واستخدم الباحث أداة الاستبانة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: الغالبية العظمى من المبحوثين تعتمد بدرجة كبيرة على وسائل الإعلام الخاصة في تكوين وجهة نظرهم حول قضية التعليم بمصر بنسبة، 31.8%، أما من يعتمدون عليها بشكل كامل بنسبة 27.4%، تليها من يعتمدون

عليها بدرجة متوسطة بنسبة 25.1%، وكانت نسبة من يعتمدون عليها بنسبة ضئيلة وهى 15.8%، وحول دور وسائل الإعلام الخاص في التعليم، أفادت بأن وسائل الإعلام تسهم في عرض محتوى تثقيفي للناس، والذى يسهم في ترسيخ المعلومات المختلفة التي يتلقاها الطلبة في المؤسسات التعليمية، كما أشارت النتائج إلي أن وسائل الإعلام الخاصة تعمل على تعريف الناس والمتخصصين بأخر الوسائل التعليمية المتبعة، مما يسهم في نهضة قطاع التعليم، تليها وسائل الإعلام الخاصة التي تساعد في تعريف المجتمع بمخاطر انتشار الجهل بين الناس، والآثار السلبية المترتبة على ذلك، وحول دور القنوات الفضائية الخاصة في خلق الإدراك الكافي لدى الجمهور بقضية تطوير التعليم، وأفادت بأن القنوات الفضائية الخاصة تعرض واقع التعليم الحالي وهو ما يجعل الجمهور علي دراية كافية بقضية تطوير التعليم، و أنها تطرح الكثير من الحلول لمشاكل التعليم في برامجها وقضاياها، وأن القنوات الفضائية تشرح كيفية استغلال التكنولوجيا الحديثة في اثراء العملية التعليمية وأنهم يجدون الكثير من الحلول لجميع القضايا التعليمية التي يهتمون بها.

5- دراسة ريم نجيب زناتى (2018): استخدام طلاب المرحلة الثانوية لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاس ذلك على إدراكهم لقضايا التعليم

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدام طلاب المرحلة الثانوية لمواقع التواصل الاجتماعي ، وانعكاس ذلك على إدراكهم لقضايا التعليم في مصر، عرضت الدراسة إطاراً مفاهيمياً تضمن مواقع التواصل الاجتماعي، قضايا التعليم، طلاب المرحلة الثانوية. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامى وتمثلت أدوات الدراسة في صحيفة الاستقصاء، وتم تطبيقها على عينة قوامها 400 مفردة من طلاب المرحلة الثانوية المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي موزعين ما بين المدراس الحكومية والمدارس الخاصة لمراعاة التنوع في المستوى الاجتماعي، والاقتصادى وذلك بمحافظتى القاهرة والمنوفية في الفئة العمرية (15) عام إلى (18) عام. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج: أثبتت الدراسة كثافة تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي، مما يؤثر على درجة متابعتهم لقضايا التعليم، من أكثر الانشطة التي يقوم بها الطلاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، الاطلاع على صفحات المستخدمين مثل الفيس بوك- تويتر، ومشاهدة مقاطع الفيديو على مواقع اليوتيوب، كما أثبتت الدراسة أن الغالبية العظمى من الطلاب يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التعليم ومن أهم المواقع بالترتيب جوجل-الفيس بوك-اليوتيوب، وتتركز اشكال التفاعل والمشاركة الالكترونية للطلاب عبر تلك المواقع في إبداء آرائهم والدخول في نقاشات مع الاصدقاء حول قضايا التعليم المطروحة. وجاءت أهم أسباب اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات عن قضايا التعليم ؛ أنها تعرض الاحداث بشكل مختصر، ووجود الفيديو والصور بها، كما أنها تتسم بالآنية والفورية في متابعة الأحداث، ومن أهم القضايا التي أثيرت على مواقع التواصل الاجتماعي نظام القبول بالجامعات، الغش، المناهج التعليمية، ويرجع الطلاب أسباب أزمة التعليم في مصر؛ إلى قلة المخصصات المالية، الافتقار للتخطيط الجيد، وجاءت الحكومة ووزير التربية والتعليم في مقدمة القوى الفاعلة والمؤثرة في حل مشكلات التعليم.

التعليق على الدراسات:

الدراسات السابقة جاءت متنوعة، من حيث الاهتمام، والأهداف، والإجراءات المنهجية، مع وجود بعض الملاحظات من أهمها:

- ❖ اتفقت غالبية الدراسات على استخدام منهج المسح التحليلي والميداني مع زيادة استخدام منهج المسح الميداني باستخدام استمارة الاستبانة، واتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدامها منهج المسح الإعلامي، واستخدام الاستبانة كأداة لجمع المعلومات من المبحوثين
- ❖ كشفت بعض الدراسات التزايد المطرد في عرض البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية مما يثبت أهمية دراسة دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التعليم في مصر.

- ❖ كشفت معظم الدراسات السابقة ارتفاع نسب مشاهدة البرامج الحوارية مما يدل على أهمية الدراسة الحالية.
- ❖ اظهرت الدراسات أن معظم البرامج الحوارية تأتى في المقدمة بالنسبة للجمهور كمصدر للمعلومات.
- ❖ ركزت الدراسات السابقة في المحور الأول على (برامج الحوار واتجاهات الجماهير) وأهتمت بقضايا الشباب، وتشكيل إدراكه، وتناولت برامج الحوار في الدراسات السابقة، القضايا السياسة، والرأي العام، وحرية التعبير، فاختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها تناولت اتجاهات الجماهير نحو قضايا التعليم في مصر التي تعتبر من أهم القضايا.
- ❖ كما ركزت دراسات المحور الثاني(قضايا التعليم)على هيئة التعليم، والقائمين على العملية التعليمية، والنظام التعليمي، والسياسة التعليمية، وتطوير التعليم، كما اعتمدت الدراسات منهج الوصف بشقيه الميدانى، والتحليلي، ماعدا دراسة انيفوك ج يودودو، اعتمدت الدراسة المسح وشبه التجربة كتصاميم بحثية، وتشابهت الدراسة الحالية مع دراسة علاء انس (وسائل الإعلام وقضايا تطوير التعليم في مصر) من حيث تحليل أهم القضايا التي تواجه التعليم في مصر، ودور وسائل الإعلام الخاصة في معالجة تلك القضايا، واختلفت مع الدراسة الحالية في أنها لم تتناول قضايا التعليم في برامج الحوار ومدى تأثيرها على اتجاهات الجماهير في تشكيل آرائهم ووجهات نظرهم، ومدى وعى الجماهير بالمشكلة.
- ❖ تشابهت الدراسة الحالية مع دراسة شيماء محمد مراد، من حيث اهتمام البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة، بقضايا التعليم داخل المجتمع المصري، إلا أنها اختلفت في كونها دراسة تحليلية من خلال التحليل لمجموعة من قضايا التعليم الجامعي وقبل الجامعي، والدور التربوي للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية، واختلفت مع الدراسة الحالية من حيث اهتمام البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التعليم في مصر.
- ❖ تشابهت الدراسة الحالية مع دراسة احمد محمد ابراهيم الشحات، من حيث اهتمام البرامج الحوارية التليفزيونية بقضايا التعليم ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحوها، واختلفت مع الدراسة الحالية في أنها اقتصرت في تحديد ثلاثة برامج حوارية، تناولت قضايا التعليم ومدى تأثيرها على اتجاهات الجمهور وسلوكياته الاتصالية ومدى تبنيه لأطر معالجتها، واختلفت مع الدراسة الحالية في أنها لم تتناول قضايا التعليم في برامج الحوار بالفضائيات عامة، ومدى تأثيرها على اتجاهات الجماهير في تشكيل آرائهم ووجهات نظرهم، ومدى وعى الجماهير بالمشكلة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة وجد أن هناك فجوة

1- حيث لم يتم تناول قضايا التعليم في البرامج الحوارية بالشكل الذى يمكنها من معالجة القضايا، وتأثير ذلك على اتجاهات الجمهور، وهو ما ستتناوله الدراسة من أجل سد الفجوة في المكتبة المصرية و العربية في قضايا التعليم واتجاهات الجماهير نحوها من خلال البرامج الحوارية.

2- تحديد أدوات جمع البيانات المناسبة لتحقيق أهداف الدراسة، ووضع الأسئلة بشكل مرتب ومنتظم وصياغتها بشكل يحقق الأهداف.

مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة في قلة الدراسات التي تناولت المعالجات الإعلامية لواحدة من أهم قضايا أية أُمة، ألا وهى قضايا التعليم ما قبل الجامعي، لاسيما الدراسات التي تناولت معالجات واحدة من أبرز أشكال المواد الإعلامية التي أتاحها التقدم التكنولوجي؛ ألا وهى البرامج الحوارية التي تجرى على الهواء مباشرةً، ويمكن

للجمهور عبر الرسائل الإلكترونية، أو عبر الاتصال الهاتفي، أن يشارك بالسؤال، والرأي فيها، مما يحيلها إلى برامج تفاعلية على نحو يمنحها تأثيراً لا يضاهى بالبرامج المسجلة سلفاً، أو بغيرها من المواد التي تبثها وسائل الإعلام المقروءة، أو المسموعة الأخرى... لذا تأتى هذه الدراسة لتُجسر هذه الفجوة في الدراسات الإعلامية، عبر رصد الدور الذى تقوم به هذه البرامج في تشكيل الاتجاهات؛ ومن ثم مسالك الجمهور- الذين هُم هُنا أولياء الأمور- نحو القضايا التعليمية التي يطال الاهتمام بها كل بيت في مصر، لاسيما قضايا مثل: الدروس الخصوصية، امتحانات الثانوية العامة، الغش في الامتحانات، قلة عدد المعلمين، كثافة الفصول، التخبط في السياسات التعليمية، الكتب الخارجية، المناهج التعليمية.

ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في صورة تساؤل رئيس هو: ما الدور الذى تضطلع به البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور(أولياء أمور الطلاب) نحو قضايا التعليم ما قبل الجامعي في مصر؟

أهمية الدراسة : يمكن تقسيم أهمية الدراسة إلى شقين:

الأهمية العلمية:

تتمثل في كونها تسعى للمساهمة لسد فجوة في الدراسات الإعلامية المصرية، عبر تناولها لقضية من القضايا المهمة، المماثلة في رصد الدور الذى تضطلع به البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات أولياء أمور الطلاب نحو قضايا التعليم ما قبل الجامعي في مصر.

الأهمية العملية:

وذلك عبر الدور الذى يمكن أن تؤديه النتائج العلمية التي تنتهى إليها الدارسة في تطوير تعاطى البرامج الحوارية مع قضية خطرة، كقضية التعليم على النحو الذى يجعل هذه البرامج قادرة على فهم جوانب القصور في أدائها فتتلافاها، وجوانب التميز فتحافظ عليها، وتطورها، بما يخدم في النهاية قدرتها على المساهمة في التصدي الفعلي لهذه القضايا.

أهداف الدراسة:

في إطار نظريتي الاستخدامات والتأثيرات، والاعتماد على وسائل الإعلام، تهدف الدراسة إلى هدف رئيس، وهو المساهمة في التوصل لحل المشكلة والتوصل لنتائج من خلال التحليل ومعرفة ردود أفعال الجمهور على: مدى قدرة البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التعليم في مصر، ويتفرع من الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية تحاول الدراسة التوصل إليها، وتتمثل في التعرف على:

1- مدى متابعة المبحوثين لما تطرحه البرامج الحوارية في الفضائيات حول قضايا التعليم في مصر.
2- أبرز البرامج الحوارية التي يتابعها الجمهور.
3- أهم القضايا التي تقدمها البرامج الحوارية ويتابعها المبحوثون.
4- أسباب متابعة المبحوثين لهذه القضايا في هذه البرامج الحوارية.
5- أهم المعارف التي اكسبتها البرامج الحوارية للمبحوثين نحو هذه القضايا.
6- أهم المشاعر التي تشكلت لدى المبحوثين من خلال المعارف التي اكتسبوها من هذه البرامج.
7- أبرز السلوكيات التي تشكلت لدى المبحوثين نحو قضايا التعليم في ضوء المشاعر التي تكونت لديهم خلال التعرض لهذه البرامج.

تساؤلات الدراسة:

لتحقيق الأهداف السابقة للدراسة أعلاه سعت الدراسة للإجابة على عدد من التساؤلات تتمثل في:

1- هل تتابع ما تطرحه البرامج الحوارية في الفضائيات حول قضايا التعليم في مصر؟
2- ما أسباب عدم متابعة الجمهور لأهم القضايا من خلال البرامج الحوارية؟
3- ما أهم القضايا التي تقدمها البرامج الحوارية ويتابعها الجمهور؟
4- ما أهم البرامج الحوارية التي يتابعها الجمهور؟
5- أسباب متابعة الجمهور لهذه القضايا في هذه البرامج الحوارية؟
6- ما أهم المعارف التي أضافتها البرامج الحوارية نحو قضايا التعليم؟
7- ما أهم المشاعر التي تشكلت من خلال المعارف التي اضافتها البرامج الحوارية؟
8- ما أهم السلوكيات المتبعة للإسهام في معالجة قضايا التعليم؟

فروض الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة، تسعى الدراسة لاختبار عدد من الفروض:

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة ما تطرحه البرامج الحوارية في الفضائيات والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة من المتابعة نحو قضايا التعليم في مصر.
2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المعارف التي استقاها المبحوثون نحو القضايا التعليمية من البرامج الحوارية وطبيعة مشاعرهم نحو هذه القضايا.
3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المعارف التي استقاها المبحوثون نحو القضايا التعليمية من البرامج الحوارية وطبيعة سلوكياتهم نحو الإشكاليات التي حملتها هذه القضايا.
4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة مشاعر المبحوثين نحو الإشكاليات التي حملتها هذه القضايا التعليمية وطبيعة سلوكياتهم نحو تلك الإشكاليات.

نوع الدراسة ومنهجها:

أ- نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف طبيعة ومدى المساهمة في حل مشكلات التعليم التي تعرضها الدراسة، والتوصل لنتائج ومقترحات وتوصيات، من خلال اعتماد أولياء الامور على البرامج الحوارية ومدى متابعتهم لقضايا التعليم، وتشكيل اتجاهاتهم نحو هذه القضايا، و وصف واقع البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية، ووسائل التواصل الاجتماعى (الفيس بوك، تويتر، يوتيوب).

ب- منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج مسح جمهور وسائل الاعلام، الذى يستهدف التعرف على الآراء والأفكار، والاتجاهات، والمفاهيم، والقيم، والدوافع، والمعتقدات، والانطباعات، والتأثيرات المختلفة لدى قُراء الصحف، ومستمعي الإذاعة، ومشاهدي التليفزيون، ومستخدمي المواقع الإعلامية على الأنترنت، ووسائل الإعلام الجديدNew media(سعد سلمان، 2017، ص 163)، وتتضمن الدراسات المسحية جمع البيانات لعدد كبير من الحالات، بقصد تشخيص أوضاعها، أو جوانب معينة من تلك الأوضاع، دون الاقتصار على حالة واحدة، وتفيدنا

نتائج هذه الدراسات عادة في حل الكثير من المشكلات، بما تقدمه من معلومات تشخيصية، عن الموضوعات المتصلة بتلك المشكلة(رحيم يونس، 2007، ص99)، كما ساعد في التعرف على اتجاهات الجمهور (المبحوثين) وآرائهم والموضوعات والقضايا التي تهم الجمهور.

أدوات الدراسة:

تم استخدام الاستبانة كأداة للبحث تُغطى أهداف البحث، وتساعد في الإجابة على أسئلة البحث؛ للحصول على معلومات دقيقة وصحيحة، من أفراد العينة؛ للتعرف على دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهاته الجمهور نحو قضايا التعليم في مصر.

وتهدف الاستبانة إلى وضع مجموعة من الاسئلة المعرفية التي تقيس مستوى معرفة أولياء الأمور بقضايا التعليم وأهم المعارف التي اكتسبوها من البرامج الحوارية، ومستوى التأثير الوجدانى لأهم المشاعر التي تشكلت لدى أولياء الأمور من خلال المعارف التي أكتسبوها، وأبرز السلوكيات التي تشكلت لدى أولياء الأمور من خلال تعرضهم للبرامج الحوارية، ومدى تأثير العوامل الديموغرافية ومدى قدرة أولياء الأمور في تكوين اتجاهاتهم نحو إحدى قضايا التعليم التي تناولتها البرامج الحوارية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

أ- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في أولياء أمور الطلاب؛ لأنهم الأكثر حرصا على متابعة كل ما يخص قضايا التعليم في وسائل الإعلام المختلفة، وأكثر تأثراً بها، وتم اختيار مجتمع الدراسة من أولياء أمور طلاب محافظة سوهاج فقط؛ وذلك لعدم تفاوت درجة تعرض الجمهور(أولياء الأمور في جميع محافظات مصر) للفضائيات، تبعاً للموقع الجغرافي لهذه المحافظات لوصول الفضائيات لكل مكان دون استثناء، لذا اقتصر مجتمع الدراسة على محافظة سوهاج، لسهولة وصول الباحثة إليهم.

ب- عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على العينة المتاحة كإحدى أنواع العينات غير الاحتمالية، مما يشاهدون البرامج الحوارية لمعرفة أسباب المتابعة، وممن لا يتابعون البرامج الحوارية التي تتناول قضايا التعليم ومعرفة أسباب عدم المتابعة، وقد بلغ حجم العينة(450) مفرده؛ وتم توزيع الاستبانة على عينة الدراسة، وتم استرجاع (425) وتم استبعاد(25)، استبانة لعدم اكتمال بياناتها، وكان إجمالي الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي(400) استبانة.

وفيما يلى جدول يبين السمات الديموغرافية لعينة الدارسة:

جدول رقم(1) السمات الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغيرات الديموغرافية		ك	%
النوع	أنثى	195	48.8
	ذكر	205	51.3
السن	أقل من 30 سنة	33	8.3
	من 30 أقل من 40 سنة	77	19.3
	من 40 أقل من 50 سنة	185	46.3
	أكثر من 50	105	26.3

محل الإقامة	قرية	118	29.5
	مدينة	282	70.5
المؤهل العلمى	مؤهل متوسط	46	11.5
	مؤهل فوق متوسط	47	11.8
	مؤهل عالي	258	64.5
	ماجستير	17	4.3
	دكتوراه	32	8
المراحل التعليمة للأبناء	الابتدائية	105	26.3
	الإعدادية	56	14
	الإعدادية، الثانوية	130	32.5
	الابتدائية	16	4
	الابتدائية، الإعدادية	8	2
	الابتدائية،الإعدادية، الثانوية	16	4
	الابتدائية، الثانوية	36	9
	الثانوية	33	8.3
المجموع		**400**	**100**

صدق الاستبانة وثباتها:

أ- الصدق: يشير مصطلح الصدق إلى التأكد من أن أداة القياس صالحة في دقة بيان ما يفترض قياسه، تم قياس الصدق الظاهرى على أداة الاستبانة من خلال عرض الاستبانة على الأساتذة المتخصصين من أساتذة الإعلام والتربية(الاساتذةالمحكمين)، والتأكد من قدرتها على الوصول إلى إجابات دقيقة وواضحة على تساؤلات البحث الرئيسة، وفقا لمقترحات الأساتذة المحكمون، تم على أساساها تعديل الاستبانة.

ب- الثبات: تم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال اختبار معامل ألفا كرو نباخ Reliability Analysis Cronbach's Alpha

مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

الدور: هو مجموعة الأنشطة والصلاحيات التي يتم منحها لشخص أو مجموعة أشخاص، ويكون لهما عدة أدوار(مجمع اللغة العربية، 2004، ص333)، وهو نمط وشكل لأهداف، واتجاهات، وقيم، ومعتقدات، يتوقعها أعضاء جماعة فيمن يشغل وضع اجتماعي، أو وظيفة معينة، والدور يصف سلوك متوقع في موقف معين(على خميس، 2012،ص 22)، وهو ما تقوم به الوسائل الإعلامية من وظيفة بالنسبة للجمهور ضمن مجال معين(عماد الدين عبد العزيز،2005، ص4).

ويمكن تعريفه إجرائياً: بأنه المهام التي تؤديها البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التعليم في مصر.

البرامج الحوارية:

لغة: برامج جمع برنامج، تقدم الإذاعة والتليفزيون برامج ثقافية وغنائية: الخطة المرسومة في كل يوم لعملها (معجم المعانى).

اصطلاحاً: هي البرامج الإذاعية بالراديو والتليفزيون التي يُستضاف فيها شخص متخصص ليتحدث إلى الناس مباشرة في موضوع معين، ومن تلك الأحاديث السياسية أو الاجتماعية وغيرها، ويتوقف نجاح البرنامج على شخصية المتحدث كما يتوقف على حُسن عرض الموضوع وطريقة التحدث إلى المستمعين والمشاهدين(راضى رشيد، 2012،ص 511).

البرامج الحوارية: هي البرامج التي يستضاف فيها شخص متخصص أو مجموعة أشخاص للتحدث إلى المشاهدين مباشرة في موضوع معين سواء أكان سياسيًا أم اجتماعيًا أم اقتصاديًا،... ويتوقف نجاح البرنامج الحواري على المُقدم، وحسن العرض للمشاهدين، ونوعية اللغة (راضي رشيد حسن، عثمان محمد ، 2011، 405).

ويمكن تعريفها إجرائياً: البرامج الحوارية: هى تلك البرامج التي تتعرض لقضايا تهم المجتمع في قالب متنوع وجذاب يجذب اهتمام الجمهور وانتباهه من خلال الموضوعات، والمذيعين المؤهلين علمياً، وعملياً لمناقشة قضايا التعليم، وغيرها من القضايا، التي تهم المجتمع وتؤثر فيه، وعرضها بطريقة سهله، تصل للجميع بكافة مستوياتهم، وأن يكون المذيع لديه القبول والمصداقية والموضوعية، والإعداد يكون قويًا، والإخراج متميز لنجاح البرنامج الحوارى، وأداة ذات فاعلية قوية لتشكيل الآراء، ومرآة تعكس من خلالها قضايا المجتمع، وقوة مؤثرة، في تشكيل الاتجاهات، والقيم، والأفكار.

الاتجاه: عبارة عن حالة التهيؤ، والتأهب العقلي العصبي، التي تنظمها الخبرة، ويمارس تأثيراً توجيهيًا وديناميكيًا، لاستجابة الفرد، إزاء الموضوعات، والمواقف المرتبطة، بهذه الاستجابة (Allport. G.W.) -، البورت،1935، ص6: 8).

ويمكن تعريفه إجرائياً: التصورات التي يحملها المبحوثون نحو قضايا التعليم في مصر بسبب تعرضهم للبرامج الحوارية.

قضايا التعليم: عبارة عن صعوبات وحواجز تقف أمام التعليم يصعب احتواءها، تعوقه دون الوصول إلى الهدف، أو الغاية المبتغاة، وتتعدد حوله بالقبول والرفض، كقضية الدروس الخصوصية، والتسرب من التعليم، والغش في الامتحانات، والعنف المدرسي، وغيرها من القضايا التي تسترعى النظر لحلها ومواجهتها (شيماء محمد، 2016، ص16).

ويمكن تعريفها إجرائياً: القضايا التي تشغل أولياء الأمور، وتهتم البرامج الحوارية بتناولها مثل الغش في الامتحانات، ومشكلات الثانوية العامة، والمناهج التعليمية، والكتاب الخارجي، وعجز المعلمين وغيرها الكثير من مشكلات التعليم.

الإطار النظري للدراسة

البرامج الحوارية وتشكيل الاتجاهات:

"أهتمت القنوات التليفزيونية الفضائية العربية عامةً، والمصرية خاصةً، بالبرامج الحوارية الجماهيرية؛ لدورها المهم في تشكيل الآراء، والاتجاهات، ومعرفة الجمهور، حول ما يحيط به من قضايا داخلياً، وخارجياً، الأمر الذى أسهم في تعدد البرامج الجماهيرية في القنوات التليفزيونية، ما بين صباحية، ومسائية، نظراً لأهمية هذه البرامج في مساعدة الرأي العام في الحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية، على كافة الأصعدة، وطرح وجهات نظر متعددة بخصوصها، مما يتسبب في تأثير مباشر على تشكيل آراء الجمهور حول القضايا محل النقاش، الأمر الذى يمكن أن يكون إيجابياً أو سلبياً "(ياسمين عبد المنعم، 2015،ص27).

وتُعد البرامج الحوارية مصدرًا مهمًا من مصادر التوجيه والتثقيف، ولها تأثير قوى على الجمهور باختلاف اهتماماته، وتوجهاته، ومستوياته الفكرية، مما يكسب البرامج الحوارية أهمية في عملية بناء المجتمع، إحداث التغيير داخل المجتمع، كونها إحدى الأدوات الرئيسة في مخاطبة الجمهور، كما تستطيع توجيه الرأي العام، والتأثر فيه؛ للتعامل مع بعض المواقف، والأحداث التي تخص قضايا التعليم.

البرامج الحوارية وقضايا التعليم:

تعتبر البرامج الحوارية من أهم القوالب التليفزيونية التي تربط الجمهور بمجتمعهم، وتناقش كل ما يدور فيه من مشكلات في مختلف القضايا، ومنها قضايا التعليم، كما تؤدى دوراً أساسياً في تشكيل اتجاهاته، من خلال عرض المعلومات، والمعارف، حول قضايا التعليم، واستضافة المتخصصين، ومسئولي التعليم، لمناقشة، وعرض مشاكل التعليم، وتسليط الضوء عليها، حتى يستطيع المشاهد استيعابها، وتكوين وجهة نظر حولها.

وتكمن وظيفة البرامج الحوارية في كشف الحقائق، وتقديم المعلومات حول القضية التي تهم الجمهور، وقضايا التعليم من أهم القضايا التي يهتم بها القطاع الأكبر من الجمهور، حيث تسهم في تعريف الجمهور بالقضية، وأبعادها، وطرحها لوجهات نظر متعددة، وأهم المقترحات لعلاج المشكلة، مما يؤدى إلى التأثير في رأيه، واتجاهاته.

النظريات المستخدمة في الدراسة:

تعتمد الدراسة في بنائها النظري، وفروضها، على نظرية الاستخدامات والتأثيرات، في ظل الدور الذى تقوم به في تقديم معلومات للجمهور، ومعارف عن قضايا التعليم، في البرامج الحوارية وتشكيل اتجاهاتهم، ومعارفهم، والتأثير في سلوكهم، وتقرير مدى مشاركتهم في معالجة قضايا التعليم من عدمه، متضمنة الدوافع، والمتابعة، والتأثير، فالاستخدام يعنى معدل المتابعة.

وتعتبر نظرية الاستخدامات والتأثيرات، والاعتماد على وسائل الإعلام، من نظريات التأثير غير المباشر، التي تركز على استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، ومدى اعتماد الفرد على وسائل الإعلام، وتركز كذلك على العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والمجتمع (مصطفى يوسف، 2015، ص 213).

وسيتم تناول النظريتين بشيء من التلخيص؛ نظرًا لأنه تم تناولهما وتفسيرهما وشرحهما باستفاضة في معظم الكتب والأبحاث العلمية، والإعلامية.

أولاً: نظرية الاستخدامات والتأثيرات

بداية يسعى مدخل الاستخدامات والتأثيرات إلى الإجابة عن تساؤل مهم يتعلق بأسباب اختيار الجمهور لمتابعة وسيلة اتصال معينة.

وقد ظهر مجالا البحث في الاستخدامات والتأثيرات متقاربين، وأصبحا متكاملين بطريقة متبادلة ومتفاعلة، حيث كانت الصعوبة الرئيسة التي تواجه مدخل الاستخدامات والإشباعات، بالإضافة للتركيز على السؤال الرئيس(ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاتصال؟)، مع الوضع في الاعتبار تأثير هذه الوسائل عليهم، وبالتالي فإن الاتجاه الحديث في البحوث هو المزج بين الاستخدامات والتأثيرات، بافتراض أن الجمهور يبحث عن وسائل الاتصال، للحصول على المعلومة التي يريدها، وبحصوله عليها يبدأ بالتصرف بطريقة معينة، ثم يرجع للوسيلة للحصول على المزيد منها، وهكذا تستمر عملية الاستخدام والتأثير من الوسيلة، وأصبح الباحثون يتحدثون عن وجود متغيرات وسيطة تحدد التأثيرات الاتصالية على الأفراد، فالدراسات الحديثة تتحدث عن وجود علاقة بين

مجموعة المنافع التي يحصل عليها الجمهور من استخدامه للوسيلة من جهة، والتأثيرات على سد الفجوة بين منهج التأثيرات التقليدية، ومنهج الاستخدامات والاشباعات(محمد محمد، 2022، ص 633).

ويستمد مدخل الاستخدامات والتأثيرات أصوله الفكرية من نموذج كيم وروبين الذى ظهر عام 1997م، حيث يهتم بقياس تأثير الاختلاف في أنماط نشاط الجمهور، باعتبارهم ليسوا متلقين سلبيين، ويهدف هذا النموذج إلى رصد الأبعاد المختلفة لنشاط الجمهور، ومدى تأثيراتها في الاتصال، وتتحدد هذه الأبعاد في الأنشطة المدعمة لعملية الاتصال مثل "الانتقائية، الانتباه، الاستغراق" وكذلك الأنشطة المعوقة لعملية الاتصال مثل "التجنب، والتحويل الانتباه، والشك(كاميليا عبد السلام، 2020، ص 510).

كما تستمد نظرية الاستخدامات والتأثيرات فرضيتها الرئيسة من الأصول الفكرية والنظرية لمدخل الاستخدامات والإشباعات، والتى تقوم على أن الجمهور نشط وإيجابى، يستخدم وسائل اتصال معينة لإشباع حاجات معينة لديه، ويمكن أن يؤدى استخدام هذه الوسائل إلى إشباعات مختلفة، وفى هذا الإطار تهتم نظرية الاستخدامات والتأثيرات، بالنتائج المترتبة على استخدام وسائل الاتصال، وتطلق عليها مسمى التأثيرات(اسلام احمد، 2016، ص 305)، فهى تربط بين معدل هذا الاستخدام، وتلك التأثيرات الناتجة عنه؛ ومن ثم تتجاوز حدود الاشباع الذى يتحقق من استخدام تلك الوسائل، لتتطرق إلى ما هو أكثر عمقًا، إذ تشير النظرية إلى تكرار حدوث الاشباع، الذى يؤدى إلى ظهور التأثير(.Plmgreen, P.L، بلمجرين، 1985، ص305).

وتفيد نظرية الاستخدمات التأثيرات في معرفة أهم أسباب متابعة أولياء الأمور لقضايا التعليم في البرامج الحوارية التي يفضلونها في القنوات الفضائية وأهم الدوافع التي جعلتهم يتعرضوا لمشاهدتها وتأثيراتها عليهم.

ويرتبط نشاط الجمهور كما تفترض نظرية الاستخدامات والتأثيرات، بطبيعة، وعادات، وتفضيلات استخدامه للوسيلة الاتصالية، وفى هذا الإطار تمثل انتقائية استخدام الوسيلة أحد أهم العوامل الداعمة لتأثيراتها الاتصالية، كما تمثل خصائص الجمهور المستخدم لهذه الوسيلة متغيرات سابقة للاستخدام ذاته تحدد كثافته وطبيعته، ويمثل أيضاً إدراك هذا الجمهور لاحتياجاته أحد أهم عوامل تشكيل دوافعه لاستخدام تلك الوسيلة، وهذه الدوافع تسهم بدورها في تشكيل تلك التأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام.(اسلام احمد،2016 ص305)

كما يركز منظور الاستخدامات والتأثيرات على تحليل استخدام الفرد لوسائل الإعلام، أيًا كانت طبيعتها، وأثر رسائلها عليه، واعتبار المتلقي فعالاً، وإيجابياً، ونشيطًا في سلوكه الاتصالى، مع الوسائل الإعلامية، فهو يختار المحتوى الإعلامي، الذى يتعرض له في التوقيت، والمكان المناسب، فالجمهور وفقاً لهذا المدخل هو أساس عملية الاتصال، إذ يقوم المتلقي باستمرار بالانتقاء للرسائل الإعلامية، التي تتناسب مع توقعاته، واحتياجاته، من بين الكم الكبير للرسائل الإعلامية، التي يتعرض لها كل ثانية من مختلف الوسائل التقليدية، أو الرقمية، وفى ظل التقدم السريع في تكنولوجيا الاتصال، أصبح الجمهور صانع المحتوى الإعلامي في بعض الأحيان، وبالتالي يتم الوضع في الاعتبار عند بناء الرسائل الإعلامية، احتياجات الجمهور المتنوعة، والتي بناءً عليها يقوم الجمهور بترجمتها وتفسيرها، وفقاً لدوافع التعرض لها لتحقيق التأثيرات المطلوبة (عصام زعل،2014، ص 316: 317).

ويمكن القول بأن مدخل الاستخدامات والتأثيرات، يضع المتلقى في موضع المسئولية، تجاه المضامين الإعلامية التي يختارها، كما يتميز المدخل بإدراك كل من الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي، وتنوع حاجات الأفراد، وتأثير ذلك على إدراك السلوك المرتبط في التعامل مع وسائل الإعلام(سعد حامد،2021، ص 1130).

فقرار استخدام وسائل الإعلام يأتي نتيجة للمراحل التالية التي تتمثل في الآتى:

أولاً: تفاعل الخصائص الذاتية والخارجية بما فيها الاهتمامات والحاجات التي تؤدى إلى

ثانيا: رسم التوقعات وإدراك محتوى الإعلام، والقائم بالاتصال ثم

ثالثاً: قرار الاستخدام بعد المفاضلة بين قرار استخدام وسائل الإعلام يشمل كمية المحتوى/ نوع المحتوى/ العلاقات مع المحتوى/ ثم طرق الاستخدام وأساليبه (محمد عبد الحميد،2004، ص 293).

وتهدف نظرية الاستخدامات والتأثيرات إلى دراسة الدوافع والحاجات الفردية التي تستثيرها الوسيلة الإعلامية ذاتها وتنظيمها، ومخرجاتها، بجانب فئات الدوافع التي ترتبط بالأدوار الوظيفية لوسائل الإعلام ومحتواها، وفئات الدوافع التي تستثيرها الحاجات، والدوافع الفردية النفسية، ومن الدوافع التي تستثيرها الوسيلة الإعلامية وتنظيمها ما يلى(محمد عبد الحميد، ص 297):

- دعم إحساس الفرد بأنه يستخدم وسيلة إعلامية متميزة في كل ما يتعلق بتوظيف الكفاءات والمهارات لإنتاج محتوى متميز بالصدق والموضوعية.
- دعم إحساس الفرد بالاتساق مع اتجاهات الوسيلة واهتماماتها.
- دعم العامل الاقتصادي لدى الفرد المؤثر في نفقات الحصول على الخدمة مقارنة بغيرها.
- دعم إحساس الفرد بأنها تقدم خدمات إضافية، لاكتساب تأييد الفرد لها.
- دعم إحساس الفرد بأنها تعمق العلاقة بين الوسيلة، والمجتمع.

ومثل هذه الفئات التي تجعل الفرد يقبل أو يتجنب استخدام الوسيلة بصفة مبدئية، تؤثر في الاستخدام الأمثل للمحتوى، وتعتبر سبباً مضافاً لإحداث التأثيرات، والتأثيرات المتتابعة.

فمدخل الاستخدامات والتأثيرات لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل، والتأثيرات الاتصالية، ولكنه يفترض بدلاً من ذلك، أن أفراد الجمهور يضعون الرسائل الاتصالية موضع الاستخدام، وأن مثل هذه الاستخدامات تعمل كمتغيرات وسيطة في عملية التأثير، حيث توجد قائمة من العوامل الاجتماعية، والنفسية التي تتوسط تأثيرات السلوك الاتصالى لأفراد الجمهور، فعندما يُشاهد شخص ما مضموناً اتصالياً معيناً، فإن ردود فعله، أو استجاباته لهذا المضمون، تعتمد على شخصية الفرد، وظروفه الاجتماعية، والمواقف النفسية السابقة التي مر بها، كما أن المشاهد يجب أن يولى انتباهاً للرسائل الاتصالية حتى يتأثر بها، أو تؤثر هي عليه، وتُعد الخيارات الشخصية، والاختلافات الفردية مؤثرات قوية، تتوسط كل من أنماط، ونتائج، أو تأثيرات استخدام وسائل الاتصال، وينتج عن افتقاد المبادرة الفردية الكافية من قبل أفراد الجمهور في تعاملهم مع وسائل الاتصال؛ تأثيرات قوية للرسائل الاتصالية عليهم، وبالتالى حاول الباحثون تحليل كيف أن الخلفيات، والدوافع، ومستويات التعرض المختلفة لأفراد الجمهور، تؤثر على النتائج، أو التأثيرات المختلفة للتعرض(عبد الله بن على، 2023، ص 295: 296).

وبالتالي فإن مدخل الاستخدامات والتأثيرات غير الطُرق التقليدية للتفكير في التأثيرات الاتصالية، فيبحث في كيف يستقبل أفراد الجمهور الرسائل الاتصالية، بطرق نشطه طبقاً لاحتياجاتهم الخاصة، ويؤكد على أن الأفراد يقومون باختيارات واعية، من بين العناصر المختلفة لمضمون الاتصال، ويختارون ما يشاهدونه، وبالتالي فإن درجة وتنوع التأثيرات الاتصالية، سوف تعتمد على حاجة أفراد الجمهور(محمد محمد ، 2022، ص 633).

وتم استخدام مدخل الاستخدامات والتأثيرات، لرصد معدلات استخدام أولياء الأمور للبرامج الحوارية ودوافع هذا الاستخدام، وكيفية استخدامهم لوسائل الإعلام، المتمثلة في البرامج الحوارية، وأهم البرامج الحوارية التي يتابعونها، وتأثير ذلك الاستخدام، ومعرفة تقييمهم للبرامج الحوارية، سواء (الايجابية- السلبية).

نتائج الدراسة

أولاً: نتائج إجابات تساؤلات الدراسة

هدفت الدراسة الوصول إلى الاجابة على تساؤل رئيس هو ما دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور حول قضايا التعليم في مصر، وللإجابة على السؤال الرئيس فقد تم تقسيمه إلى المحاور التالية:

1- مدى متابعة الجمهور لما تقدمه البرامج الحوارية حول قضايا التعليم

جدول رقم (2) متابعة ما تطرحه البرامج الحوارية من قضايا التعليم (ن=400)

مدى متابعة ما تطرحه البرامج الحوارية في الفضائيات حول قضايا التعليم في مصر	ك	%
أتابع إلى حد كبير	63	%15.8
أتابع إلى حد ما	191	%47.8
لا أتابع مطلقاً	146	%36.5
المجموع	400	100

توضح بيانات الجدول رقم(2) مدى متابعة ما تطرحه البرامج الحوارية في الفضائية حول قضايا التعليم في مصر، ارتفاع نسبة متابعة الجمهور لما تطرحه حول القضايا التعليمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة من يتابع (إلى حد ما) 47.8%، ونسبة 15.8% من أفراد العينة (أتابع إلى حد كبير)، مما يعنى ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يشاهدون البرامج الحوارية، مما يدلل على أهمية قضايا التعليم في البرامج الحوارية، واهتمام الجمهور بها، وهى نتيجة كبيرة لأنها تتعلق بقضية واحدة؛ وهى نسبة مرتفعة بشكل واضح لأنها لا تتعلق بالبرامج الحوارية عامة، ولكنها بنوع واحد.

كما أوضحت النتائج أن نسبة 36.5 % من أفراد العينة لا تتابع البرامج الحوارية (لا أتابع مطلقاً)، فيما يلى الأسباب التي طرحها المبحوثون لعدم متابعتهم، وبناءً عليه تم استبعاد الاستمارات بعد هذا السؤال، وعليه لم تجب باقى العينة عن باقى أسئلة الاستبانة، وتم عمل مقياس على باقى العينة التي استكملت الإجابة على كل أسئلة الاستبانة وبلغ عددهم (254) من جمهور العينة من (400) إجمالي الإجابات، و(146) توقفوا عن الإجابة بعد السؤال الثالث.

ثالثاً: لمن اجاب بــ (لا اتابع مطلقا)

جدول رقم (3) اسباب عدم متابعة ما تطرحه البرامج الحوارية في الفضائيات حول قضايا التعليم في مصر مرتبة تنازلياً (ن=146)

م	العبارات		نعم	لا
1	تناولها غير الجاد لقضايا التعليم.	ك	120	26
		%	82.2	17.8
2	مقدمو البرامج غير مؤهلين علميًّا ومهنيًّا لعرض قضايا التعليم عموما.	ك	117	29
		%	80.1	19.9
3	سعيها لتجميل واقع التعليم بشكل غير حقيقي.	ك	117	29
		%	80.1	19.9
4	افتقادها الموضوعية في تناول القضايا والاحداث	ك	116	30
		%	79.5	20.5

5	قلة الفرص المتاحة لكافة الآراء للتعبير عن نفسها.	ك	115	31
		%	78.8	21.2
6	مواعيد البرامج لا تناسبني.	ك	114	32
		%	78.1	21.9
7	اقتصار الاهتمام بالثانوية العامة وقت الاختبارات فقط.	ك	113	33
		%	77.4	22.6
8	الافتقار إلى الاستعانة بمتخصصين في معالجة هذه القضايا.	ك	112	34
		%	76.7	23.3
9	تعمل على تزييف الحقائق الخاصة بقضايا التعليم.	ك	111	35
		%	76	24
10	القصور في معالجة الأبعاد الحقيقية لقضايا التعليم.	ك	109	37
		%	74.7	25.3
11	قلة المعلومات المقدمة لوسائل الإعلام من جانب قيادات التعليم وصناع القرار.	ك	104	42
		%	71.2	28.8
12	المبالغة في عرض قضايا التعليم.	ك	87	59
		%	59.6	40.4
13	اهتمامي قليل بقضايا التعليم	ك	83	63
		%	56.8	43.2

توضح بيانات الجدول رقم(3) أهم أسباب عدم متابعة البرامج الحوارية والبالغ عددهم (146) مبحوث من الذين لا يشاهدون مطلقًا بنسبة (36.5%)، حيث جاءت الإجابات الأعلى (تناولها غير الجاد لقضايا التعليم) بنسبة82.2%، و(مقدمو البرامج غير مؤهلين علميًّا ومهنيًّا لعرض قضايا التعليم عموما) 80.1% ، وأقلها استجابة (اهتمامي قليل بقضايا التعليم) بنسبة 56.8%.

اختلفت النتيجة مع دراسة (دحام على حسين2015) حيث جاء في المرتبة الثانية (عدم تقديم هذه البرامج نقداً موضوعياً أو حلولاً للقضايا محل النقاش)، وجاء في المرتبة الثالثة (مواعيد هذه البرامج لا تناسبني)، بينما جاء (ضعف مستوى مقدمي البرامج) في المرتبة الأخيرة، من بين أسباب عدم مشاهدة.

حيث إن العينة المسحية كانت من طلبة الجامعة، وتمثل دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهاته نحو القضايا السياسية.

وتفسر النتائج قناعة ضعيفة بمتابعة أولياء الأمور لقضايا التعليم في البرامج الحوارية، حيث لم يتابعها بشكل كبير إلا 15.8% من عينة البحث، وفسر 84% من أولياء الأمور الذين لم يقتنعوا بالبرامج الحوارية كمصدر لعرض قضايا التعليم، أسباب ذلك لعدم جديتها في تناولها لقضايا التعليم، وقصورها في الإلمام بأبعاد مشكلات وتحديات التعليم، وافتقاد مقدمي هذه البرامج إلى التأهيل العلمي والمهني لعرض قضايا التعليم عامة، وسعيها أحيانا إلى تجميل واقع محبط، وافتقادها فرص التعبير عن كافة الآراء.

ترتيب القنوات والبرامج التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات الخاصة بقضايا التعليم.

السؤال الرابع: لمن أجاب (أتابع إلى حد كبير) (إلى حد ما): أهم البرامج الحوارية التي تتابعها ؟

جدول رقم (4) أهم البرامج التي يتابعها الجمهور (ن= 254)

م	العبارات		غالبا	أحياناً	نادراً	لا اتابع	المتوسط
1	معكم منى الشاذلى قناة CBC	ك	89	111	24	30	3.019
		%	35	43.7	9.4	11.8	
2	مباشر من مصر الفضائية المصرية	ك	58	131	131	41	2.811
		%	22.8	51.6	9.4	16.1	
3	صاحبة السعادة قناة DMC	ك	67	114	30	43	2.807
		%	26.4	44.9	11.8	16.9	
4	يحدث في مصر MBC مصر	ك	53	138	19	44	2.787
		%	20.9	54.3	7.5	17.3	
5	الحكاية قناة MBC	ك	50	107	32	65	2.559
		%	9.7	42.1	12.6	25.6	
6	كلمة أخيرة قناة ON TV	ك	46	102	41	65	2.508
		%	8.1	40.2	16.1	25.6	
7	90 دقيقة قناة المحور	ك	46	96	45	67	2.477
		%	18.1	37.8	17.7	26.4	
8	على مسئوليتي قناة صدى البلد	ك	51	88	45	70	2.472
		%	20.1	34.6	17.7	27.6	
9	اخر النهار قناة النهار	ك	42	93	43	76	2.398
		%	16.5	36.6	16.9	29.9	
10	الحياة اليوم قناة الحياة اليوم	ك	37	90	48	79	2.335
		%	14.6	35.4	18.9	31.1	
11	مساء DMC قناةDMC	ك	34	93	48	79	2.323
		%	13.4	36.6	18.9	31.1	
12	حديث القاهر قناة القاهرة والناس	ك	32	95	43	84	2.295
		%	12.6	37.4	16.9	33.1	
13	نقطة حوار قناة BBC	ك	41	72	44	97	2.224
		%	16.1	28.3	17.3	38.2	
14	رأى عام قناةTen TV	ك	33	76	52	93	2.193
		%	13.0	29.9	20.5	36.6	
المستوى الكلى للبعد							2.494

يوضح الجدول رقم (4) استجابات أفراد العينة حول أهم البرامج الحوارية التي يتابعها الجمهور، كانت البرامج الأعلى استجابة برنامج معكم منى الشاذلى على قناة CBC الفضائية، بمتوسط حسابي (3.019)، تلاه برنامج مباشر من مصر على الفضائية المصرية، الذى تقدمه إيمان العقاد و ومريم بدر، ومحمد عبد المنعم، وشريف عبد الوهاب بمتوسط حسابي (2.811)، تلاه بفارق بسيط برنامج صاحبة السعادة على قناة DMC الفضائية، بمتوسط حسابي (2.807)، تلاه برنامج يحدث في مصر على قناة MBC مصر، الذى يقدمه شريف عامر، بمتوسط حسابي (2.787)، والبرنامج الاقل استجابة برنامج رأى عام على قناة Ten TV ، بمتوسط حسابي (2.193)، وقد يرجع تصدر برنامج معكم منى الشاذلى إلى شهرة المذيعة، وتمتعها بالحضور، والقبول لدى

الجمهور، وإلى ما حققه البرنامج من نجاحًا كبيرًا، ومشاهدات عالية، والشهرة الواسعة التي حققها خلال سنوات، ولصيغته الناجحة التي تحظى بجماهيرية كبيرة في مصر والوطن العربي، كونه برنامج حوارى اجتماعي، يتميز بتنوع فقراته بين الإنسانية، والثقافية، والاجتماعية، والفنية، وتقديمه مواضيع مختلفة تلبى اهتمامات الجمهور، واستضافتها للمشاهير والمتميزين في شتى المجالات المختلفة، وأما برنامج مباشر من مصر، فيهتم بمناقشة العديد من القضايا اليومية، والأخبار، والموضوعات المنتشرة، سواء في الشارع، أو على وسائل التواصل الاجتماعي المتنوعة، وكذلك تمتع مقدمى البرنامج بالحضور، وثقافتهم، وقدرتهم على الحوار، والتغطية الشاملة للأخبار، كما يحظى برنامج صاحبة السعادة بشهر عالية، ونسب مشاهدة عالية، بسبب التنوع في فقرات البرنامج واستخدامه أساليب جذب عديدة بالإضافة إلى التجدد في الأفكار، كونه من البرامج المميزة التي تبحث عن الهوية المصرية من خلال الواقع، والعودة إلى ما كان يحدث في الماضى، بشكل يجمع بين الجدية، وخفة الظل، وهو برنامج ساخر يعتمد على نقد السلوكيات المجتمعية، يستضيف البرنامج نوعية مختلفة من النجوم وصناع القرار، ونجوم الفن، والرياضة، والإعلام، كما أن مقدمة البرنامج مثقفة، تحظى بقبول وحضور لدى الجمهور، و لها جماهرية عالية، كونها نجمة سينمائية.

كما أن برنامج معكم منى الشاذلي، ومباشر من مصر، وصاحبة السعادة، من برامج التوك شو الاجتماعي الترفيهي المتنوع، الذى يتناول الموضوعات بطريقة سلسة، محببة للجمهور، دون الدخول في صراعات، أو خلافات، واستضافتهم لشخصيات مختلفة من حيث طبيعة العمل، يكن له مردود إيجابي، يتسبب في جذب الجمهور، أضف إلى ذلك جماهيرية مقدمي البرامج الحوارية، وما يتمتعوا به من حضور وقبول لدى الجمهور بالإضافة إلى الثقافة، والخبرة الإعلامية، والتنوع في فقرات البرنامج، والتجدد في الأفكار.

أهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات الخاصة بقضايا التعليم:

خامسا: أين تتابع ما ذكرت من البرامج الحوارية السابقة أو بعضها؟

جدول رقم (5) أهم مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الجمهور (ن= 254)

م	العبارات		غالباً	أحياناً	نادراً	لا أتابع	المتوسط الحسابي
1	الفضائيات عموما	ك	133	87	13	21	3.307
		%	52.4	34.3	5.1	8.3	
2	الفيس بوك Face book	ك	81	120	19	34	2.976
		%	31.9	47.2	7.5	13.4	
3	يوتيوب you tub	ك	49	86	41	78	2.417
		%	19.3	33.9	16.1	30.7	
4	تويتر twitter	ك	21	42	60	131	1.815
		%	8.3	16.5	23.6	51.6	
المستوى الكلى للبعد							2.629

يبين الجدول رقم (5) استجابات افراد العينة حول أهم الوسائل التي يتابع من خلالها البرامج الحوارية التي تتناول قضايا التعليم، حيث كانت (الفضائيات عموما) الأعلى استجابة، بمتوسط حسابي 3.307، أي إنها مصدر أساسي لحصول على المعلومات لدى المبحوثين، تلاها (الفيس بوك Face book) بمتوسط حسابي 2.976، تلاها (اليوتيوب you tub) بمتوسط حسابى 2.417، ثم (تويتر twitter) بمتوسط حسابي 1.815، مما يوضح اهتمام عينة الدراسة بمتابعة قضايا التعليم من خلال البرامج الحوارية على الفضائيات، كونها المصدر الرئيس في الحصول على المعلومات والتعرف على المستجدات والأخبار الخاصة بقضايا التعليم.

وهو ما تؤكده النتائج من اعتماد الجمهور على الفضائيات، للتعرف على مزيد من المعلومات حول قضايا التعليم.

السؤال السادس: ما أسباب متابعتك لقضايا التعليم على ما اخترت من البرامج الحوارية السابقة؟

جدول رقم (6) أسباب المتابعة (ن = 254)

م	العبارة		إلى حد كبير	إلى حد ما	لا أتابع	المتوسط الحسابي
1	تزودني بكل ما هو جديد حول قضايا التعليم.	ك	80	143	31	2.19
		%	31.5	56.3	12.2	
2	تساعدني في تكوين وجهة نظر متكاملة حول قضايا التعليم.	ك	83	128	43	2.15
		%	32.7	50.4	16.9	
3	يناسب وقت عرضها وقت فراغي.	ك	60	160	34	2.10
		%	32.6	63.0	13.4	
4	تقدم تغطيات شاملة للموضوعات والقضايا التعليمية.	ك	68	142	44	2.09
		%	26.8	55.9	17.3	
5	تعالج قضايا التعليم بشكل مبسط.	ك	57	155	42	2.05
		%	22.4	61.0	16.5	
6	تستعين بخبراء محترفين في قضايا التعليم.	ك	59	139	56	2.01
		%	23.2	54.7	22.0	
7	تناقش القضايا التعليمية بقدر عالٍ من الموضوعية.	ك	54	138	62	1.97
		%	21.3	54.3	24.4	
8	تغطي كافة جوانب القضية التعليمية محل المعالجة.	ك	47	140	67	1.92
		%	18.5	55.1	26.4	
9	المهنية العالية لمقدمي برامجها.	ك	50	135	69	1.92
10	تقدم تحليلات عميقة حول قضايا التعليم.	ك	49	130	75	1.89
		%	19.3	51.2	29.5	
11	تعالج قضايا التعليم أولاً بأول.	ك	50	122	82	1.87
		%	19.7	48.0	32.3	
12	تقدم حلولاً جادة للقضايا التعليمية.	ك	40	132	82	1.83
		%	15.7	52.0	32.3	
المستوى الكلى للبعد						2.005

يتضح من الجدول رقم (6) المتوسطات لاستجابات جمهور العينة حول أسباب متابعة قضايا التعليم على ما تم اختياره من البرامج الحوارية السابقة، كانت الإجابات الأعلى استجابة(تزودني بكل ما هو جديد حول قضايا التعليم)، بمتوسط حسابي (2.19)؛ تشير النتيجة أو السبب إلى انفراد البرنامج والقناه ببعض الحقائق والمعلومات التي لا تقدم في القنوات الاخرى؛ مما يجعل البرامج الحوارية والقنوات الفضائية تجتهد في الحصول على السبق الإعلامي حفاظاً على متابعة الجمهور للبرنامج وجاء في تلاه العبارة رقم(5) تساعدني في تكوين وجهة نظر متكاملة حول قضايا التعليم، بمتوسط حسابي (2.15)؛ وهو ما قد يشير إلى إهتمام الجمهور بقضايا التعليم، وما يرتبط بها من أمور تؤثر على المجتمع، كما أنها تشبع رغبة حب الاستطلاع لدى الجمهور، تلاه يناسب وقت عرضها وقت فراغي بمتوسط حسابي (2.10)، تبعه تقدم تغطيات شاملة للموضوعات والقضايا التعليمية

بمتوسط حسابي(2.09)، وجاء في المرتبة الأخيرة ممن أجابوا بأسباب المتابعة، تعالج قضايا التعليم أولاً بأول بمتوسط حسابي (1.87)؛ تشير النتيجة إلى الاهتمام بقضايا التعليم، واهتمام القناه بتلك القضايا، وحرصها على تقديم المعلومات تجعل الجمهور يقف على أخر ما توصل إليه المسؤولين في حل القضايا، والحفاظ على الثقة بينها وبين الجمهور للاعتماد عليها كمصدر للمعلومات، تبعه قدم حلولاً جادة للقضايا التعليمية، بمتوسط حسابي (1.83)؛ وهذه النتيجة تشير إلى رغبة الجمهور في سماع ما يتم مناقشته من موضوعات وأهم مقترحات الخبراء والمسئولين حول قضايا التعليم وايضا تدل على أن البرامج يتصف بالموضوعية والصدق تجعله يعتمد عليها في الحصول على المعلومات.

توضح النتائج أن غالبية المبحوثين أسباب متابعتهم لقضايا التعليم في البرامج الحوارية (متوسطة)، حيث إن الدراسة الميدانية تم تطبيقها على عينة عمدية من أولياء الأمور المختلفين في المتغيرات الديموغرافية؛ مما يجعل أسباب مشاهدتهم للبرامج الحوارية مختلفة.

السؤال السادس: ما أسباب متابعتك لقضايا التعليم على ما اخترت من البرامج الحوارية السابقة؟

جدول رقم (6) أسباب المتابعة (ن = 254)

م	العبارة		إلى حد كبير	إلى حد ما	لا أتابع	المتوسط الحسابي
1	تزودني بكل ما هو جديد حول قضايا التعليم.	ك	80	143	31	2.19
		%	31.5	56.3	12.2	
2	تساعدني في تكوين وجهة نظر متكاملة حول قضايا التعليم.	ك	83	128	43	2.15
		%	32.7	50.4	16.9	
3	يناسب وقت عرضها وقت فراغي.	ك	60	160	34	2.10
		%	32.6	63.0	13.4	
4	تقدم تغطيات شاملة للموضوعات والقضايا التعليمية.	ك	68	142	44	2.09
		%	26.8	55.9	17.3	
5	تعالج قضايا التعليم بشكل مبسط.	ك	57	155	42	2.05
		%	22.4	61.0	16.5	
6	تستعين بخبراء محترفين في قضايا التعليم.	ك	59	139	56	2.01
		%	23.2	54.7	22.0	
7	تناقش القضايا التعليمية بقدر عالٍ من الموضوعية.	ك	54	138	62	1.97
		%	21.3	54.3	24.4	
8	تغطي كافة جوانب القضية التعليمية محل المعالجة.	ك	47	140	67	1.92
		%	18.5	55.1	26.4	
9	المهنية العالية لمقدمي برامجها.	ك	50	135	69	1.92
10	تقدم تحليلات عميقة حول قضايا التعليم.	ك	49	130	75	1.89
		%	19.3	51.2	29.5	
11	تعالج قضايا التعليم أولاً بأول.	ك	50	122	82	1.87
		%	19.7	48.0	32.3	
12	تقدم حلولاً جادة للقضايا التعليمية.	ك	40	132	82	1.83
		%	15.7	52.0	32.3	
	المستوى الكلى للبعد					2.005

يتضح من الجدول رقم (6) المتوسطات لاستجابات جمهور العينة حول أسباب متابعة قضايا التعليم على ما تم اختياره من البرامج الحوارية السابقة، كانت الإجابات الأعلى استجابة(تزودني بكل ما هو جديد حول قضايا التعليم)، بمتوسط حسابي (2.19)؛ تشير النتيجة أو السبب إلى انفراد البرنامج والقناه ببعض الحقائق والمعلومات التي لا تقدم في القنوات الاخرى؛ مما يجعل البرامج الحوارية والقنوات الفضائية تجتهد في الحصول على السبق الإعلامي حفاظاً على متابعة الجمهور للبرنامج وجاء في تلاه العبارة رقم(5) تساعدني في تكوين وجهة نظر متكاملة حول قضايا التعليم، بمتوسط حسابي (2.15)؛ وهو ما قد يشير إلى اهتمام الجمهور بقضايا التعليم، وما يرتبط بها من أمور تؤثر على المجتمع، كما أنها تشبع رغبة حب الاستطلاع لدى الجمهور، تلاه يناسب وقت عرضها وقت فراغي بمتوسط حسابي (2.10)، تبعه تقدم تغطيات شاملة للموضوعات والقضايا التعليمية بمتوسط حسابي(2.09)، وجاء في المرتبة الأخيرة ممن أجابوا بأسباب المتابعة، تعالج قضايا التعليم أولاً بأول بمتوسط حسابي (1.87)؛ تشير النتيجة إلى الاهتمام بقضايا التعليم، واهتمام القناه بتلك القضايا، وحرصها على تقديم المعلومات تجعل الجمهور يقف على أخر ما توصل إليه المسؤولين في حل القضايا، والحفاظ على الثقة بينها وبين الجمهور للاعتماد عليها كمصدر للمعلومات، تبعه قدم حلولاً جادة للقضايا التعليمية، بمتوسط حسابي (1.83)؛ وهذه النتيجة تشير إلى رغبة الجمهور في سماع ما يتم مناقشته من موضوعات وأهم مقترحات الخبراء والمسئولين حول قضايا التعليم وايضا تدل على أن البرامج يتصف بالموضوعية والصدق تجعله يعتمد عليها في الحصول على المعلومات.

توضح النتائج أن غالبية المبحوثين أسباب متابعتهم لقضايا التعليم في البرامج الحوارية (متوسطة)، حيث إن الدراسة الميدانية تم تطبيقها على عينة عمدية من أولياء الأمور المختلفين في المتغيرات الديموغرافية؛ مما يجعل أسباب مشاهدتهم للبرامج الحوارية مختلفة.

السؤال السابع: فيما يلى بيان بأبرز القضايا التعليمية التي تناولتها البرامج الحوارية.. حدد درجة متابعتك لها؟

جدول رقم (7) درجة متابعة أهم القضايا (ن= 254)

م	العبارات		غالباً	أحياناً	نادراً	لا أتابع	المتوسط
1	مشكلات الثانوية العامة	ك	136	72	34	12	3.307
		%	53.3	28.3	13.4	4.7	
2	الدروس الخصوصية	ك	100	110	36	8	3.189
		%	39.4	43.3	14.2	3.1	
3	الغش في الامتحانات	ك	117	75	44	18	3.145
		%	46.1	29.5	17.3	7.1	
4	قلة عدد المعلمين	ك	109	79	50	15	3.106
		%	42.9	31.1	19.7	6.3	
5	الكثافة الطلابية	ك	88	111	40	15	3.071
		%	34.6	43.7	15.7	5.9	
6	ضعف المناهج التعليمية	ك	73	111	53	17	2.944
		%	28.7	43.7	20.9	6.7	
7	التخبط في السياسات التعليمية	ك	80	97	52	25	2.913
		%	31.5	38.2	20.5	9.8	
8	تهالك الابنية التعليمية	ك	70	105	57	22	2.878
		%	27.6	41.3	22.4	8.7	
9	ظاهرة الكتب الخارجية	ك	63	108	68	15	2.862
		%	24.8	42.5	26.8	5.9	
	المستوى الكلى للبعد						3.046

يتضح من الجدول رقم (7) درجة متابعة أفراد العينة لأبرز القضايا التعليمية التي تناولتها البرامج الحوارية، وجاء في المرتبة الأولى قضية(مشكلات الثانوية العامة) بمتوسط حسابي (3.307) ونعزو هذه النتيجة إلى أهمية الثانوية العامة لأولياء الأمور التي يعتبرها تحديد مصير بالنسبة للأبناء، وجاء في المرتبة الثانية قضية(الدروس الخصوصية) بمتوسط حسابي (3.18)، وفى المرتبة الثالثة(الغش في الامتحانات)، بمتوسط حسابي (3.145)، وهذه القضية أصبحت مقترنة بامتحانات الثانوية العامة وما يحدث فيها من محاولات عديدة من الغش من الطلبة وأولياء الأمور أنفسهم، أو بمساعدة المراقبين بالامتحانات، وجاء في المرتبة الرابعة قضية (قلة عدد المعلمين)، بمتوسط حسابي (3.106)، ونعزو هذه النتيجة إلى عدم تعيين معلمين جدد لسد العجز وعدم قدرة الوزارة على تحمل أعباء مالية في حال تعيين معلمين، كما جاء في المرتبة الاخيرة في درجة المتابعة قضية (تهالك الأبنية التعليمية)، بمتوسط حسابي (2.878)، ونعزو هذه النتيجة ايضا إلى قلة ميزانية الدولة في القدرة على صيانة المدارس والابنية التعليمية، ثم تبعها قضية (ظاهرة الكتب الخارجية)، بمتوسط حسابي (2.86)، ونعزو هذه النتيجة إلى ضعف الكتاب المدرسى الذى تصدره الوزارة، وسيطرة الكتاب الخارجي، مما ساهم في انتشار الدروس الخصوصية، وزيادة العبء المادى على كاهل الأسرة والدولة.

السؤال الثامن: من خلال متابعتك للبرامج الحوارية.. ما أهم المعارف التي أضافتها إليك هذه البرامج نحو قضايا التعليم التالية:

جدول رقم (8) أهم المعارف التي أضافتها البرامج الحوارية ن= (54)

م	العبـــــارات		بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة	لا	المتوسط
1	عرفت أن وسائل الإعلام أحد مصادر تصدير القلق من امتحانات الثانوية العامة.	ك	174	59	12	9	3.566
		%	68.5	23.2	4.7	3.4	
2	تعرفت إلى الأثار الخطيرة لضعف مرتبات المعلمين على العملية التعليمة.	ك	178	46	19	11	3.539
		%	70.1	18.1	7.5	4.3	
3	عرفت أن من أسباب الغش في الامتحانات شعور الطلاب أن مستقبلهم يتوقف فقط على نتيجتها.	ك	179	49	10	16	3.539
		%	70.5	19.3	3.9	6.3	
4	عرفت فشل المؤسسة التعليمية في تربية الطلاب على أن الغش جريمة.	ك	170	61	10	13	3.527
		%	66.9	24.0	3.9	5.1	
5	عرفت أن غياب الدور الفاعل للوزارة في الامتحانات سبب قوى في تهديد بعض أولياء الأمور للجان المشرفة على الامتحانات خاصة في الصعيد.	ك	163	66	15	10	**3.503**
		%	64.2	26.0	5.9	3.9	
6	عرفت أن من نتائج التخبط في السياسات التعليمية ضعف	ك	163	63	16	12	**3.484**
		%	64.2	24.8	6.3	4.7	

	ربط العملية التعليمية بسوق العمل.						
7	عرفت أن التخبط في السياسات التعليمة يؤدى إلى ضعف القدرة على اتخاذ القرار والتوصل لحلول جذرية لمشاكل التعليم.	ك	159	64	24	7	**3.476**
		%	62.6	25.2	9.4	2.8	
8	عرفت أن التخبط في السياسات التعليمية أفقد الوزارة قدرتها على أخذ موقف حازم ضد المقصرين في العملية التعليمية.	ك	153	70	21	10	**3.441**
		%	60.2	27.6	8.3	3.9	
		%	54.3	16.5	4.3	24.8	

يتضح من الجدول رقم (8) أهم المعارف التي أضافتها إليهم البرامج الحوارية نحو قضايا التعليم، جاءت الأعلى استجابات (عرفت أن وسائل الإعلام أحد مصادر تصدير القلق من امتحانات الثانوية العامة)، بمتوسط حسابي (3.566)، و(تعرفت إلى الأثار الخطيرة لضعف مرتبات المعلمين على العملية التعليمة) والأقل استجابة (تعرفت إلى جهود الوزارة في تقنين مجموعات التقوية بالمدارس وتقنين أوضاع المراكز الخصوصية)، بمتوسط حسابي (3.094).

ويتضح من الجدول أن التأثيرات المعرفية مرتفعة لدى غالبية المبحوثين نتيجة اعتمادهم على البرامج الحوارية في متابعة قضايا التعليم.

حيث إن غالبية المبحوثين كانت كثافة مشاهدتهم للبرامج الحوارية متوسطة؛ ما أدى إلى تباين معرفتهم بقضايا التعليم، ومدى اعتمادهم على متابعة البرامج الحوارية، إلا أن التأثيرات المعرفية جاءت مرتفعة، وكان الاتجاه سلبى.

ويمكن تفسير ذلك؛ أن المعرفة التي تكونت لدى المبحوثين لم تكن من خلال، متابعتهم البرامج الحوارية فقط؛ بل تكونت نتيجة السلبيات التي يلمسها أولياء الأمور نتيجة متابعتهم لأبنائهم بالمدارس والتحصيل الدراسة لديهم، والعاملين بمجال التعليم بحكم عملهم.

وتتفق النتيجة مع نظرية الاستخدامات والتأثيرات التي تؤكد أن حاجة الفرد للمعرفة، تحتاج إلى إشباع عن طريق استخدام البرامج الحوارية، المرتبطة بتكوين المعلومات، والمعرفة الناتجة من الرغبة في فهم القضية، وإشباع رغبته للفهم، والمعرفة، مما يؤكد إيجابية ونشاط الجمهور، وتفاعله مع الرسائل الإعلامية، التي بناء عليها تتكون التأثيرات المعرفية.

السؤال التاسع: من خلال المعارف التي تشكلت لديك حول القضايا سالفة الذكر.. ما أهم المشاعر التي انبنت لديك حولها؟

جدول رقم (9) التأثير الوجدان ن= (254)

م	العبارات		بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة	لا	المتوسط
1	أصبحت أشعر بالحزن لغياب الحس الديني مما يجعل الطلاب يستحلون الغش.	ك	201	38	10	5	3.712
		%	79.1	15.0	3.9	2.0	
2	أصبحت أشعر بالقلق من قصور دور المدرسة في تربية الطلاب على أن الغش جريمة.	ك	188	50	11	5	3.657
		%	74.0	19.7	4.3	2.0	
3	أصبحت أشعر بالحزن لعدم تفعيل قوانين عقوبات الغش في الامتحانات والتستر على الكثير منها.	ك	185	47	15	7	3.614
		%	72.8	18.5	5.9	2.8	
4	أصبحت أشعر بالحزن بسبب خروج مصر من التصنيف العالمي في جودة التعليم.	ك	176	60	10	8	3.591
		%	69.3	23.6	3.9	3.1	
5	أصبحت أؤمن أن وسائل الإعلام مصدر رئيس من مصادر تصدير القلق من امتحانات الثانوية العامة.	ك	172	61	15	6	3.571
		%	67.7	24.0	5.9	2.4	
6	أصبحت أشعر أن اهتمام الوزارة المبالغ فيه بالثانوية العامة مقابل التعليم الفني يظلم هذا النوع المهم من التعليم.	ك	168	68	13	5	3.571
		%	66.1	26.8	5.1	2.0	
7	أصبحت قلقاً بسبب خطورة كثافة الفصول علي تسرب الأبناء من التعليم.	ك	164	68	15	7	3.563
		%	64.6	26.8	5.9	2.8	
8	أصبحت أؤمن بأن تدنى القدرة المالية للوزارة يمثل خطرا على مستقبل التعليم في مصر.	ك	166	71	11	6	3.563
		%	65.4	28.0	4.3	2.4	
9	أصبحت أشعر أن خلل توزيع المعلمين سوف يؤدى إلى اختلال العملية التعليمية برمتها.	ك	167	67	14	6	3.555
		%	65.7	26.4	5.5	2.4	

يوضح الجدول رقم (9) متوسط استجابات جمهور الدراسة حول أهم المشاعر التي تشكلت من خلال المعارف التي أضافتها البرامج الحوارية نحو قضايا التعليم، حيث جاءت أعلى الاستجابات (أصبحت أشعر بالحزن لغياب الحس الديني مما يجعل الطلاب يستحلون الغش)، بمتوسط حسابي (3.712)، تلاه (أصبحت أشعر بالقلق من قصور دور المدرسة في تربية الطلاب على أن الغش جريمة) بمتوسط حسابى (3.657) (أصبحت أشعر بالحزن لعدم تفعيل قوانين عقوبات الغش في الامتحانات والتستر على كثير منه)، بمتوسط حسابي(3.614).

ويتضح من الجدول أن معظم المبحوثين تحققت لديهم التأثيرات الوجدانية المرتفعة؛ نتيجة المعرفة التي تكونت لديهم من خلال اعتمادهم على البرامج الحوارية في متابعة قضايا التعليم، ومتابعة ابنائهم بمراحل التعليم.

ويمكن تفسير ذلك بأن الدراسة تم تطبيقها على عينة من أولياء الأمور المهتمين بقضايا التعليم، مما أدى إلى اهتمامهم بمتابعة البرامج.

ثانيا : نتائج اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة ما تطرحه البرامج الحوارية في الفضائيات والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة من المتابعة

الجدول رقم (7) درجة متابعة البرامج الحوارية والتأثيرات المتكونة تجاه قضايا التعليم

	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية Sig	الدلالة الإحصائية
العلاقة بين درجة المتابعة والاتجاهات التي تشكلت نحو قضايا التعليم والتأثيرات المعرفية.	* 0.125	0.046	دال إحصائياً
العلاقة بين درجة المتابعة والاتجاهات التي تشكلت نحو قضايا التعليم و التأثيرات الوجدانية.	** 0.251	0.000	دال إحصائياً
العلاقة بين درجة المتابعة والاتجاهات التي تشكلت نحو قضايا التعليم و التأثيرات السلوكية.	** 0.319	0.000	دال إحصائياً

يوضح الجدول رقم (7) معامل ارتباط بيرسون بين درجة متابعة البرامج الحوارية والتأثيرات المتكونة تجاه قضايا التعليم، وتشير النتائج إلى وجود علاقة دالة، وإلى أثر البرامج الحوارية؛ أى كلما زادت نسبة مشاهدة البرامج زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، مما يشير لقوة تأثير هذه البرامج.

والنتيجة تعكس التأثيرات الناتجة من متابعة البرامج الحوارية لقضايا التعليم، بمعنى أنه كلما زادت كثافة متابعة المبحوثين للبرامج الحوارية، تحققت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

الفرض الثانى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المعارف التي استقاها المبحوثون حول القضايا التعليمية من البرامج الحوارية وطبيعة مشاعرهم نحو هذه القضايا.

جدول (8) معاملات الارتباط بين حجم المعارف التي استقاها المبحوثون حول القضايا التعليمية من البرامج الحوارية وطبيعة مشاعرهم نحو قضايا التعليم

	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية Sig	الدلالة الإحصائية
العلاقة بين المعارف والمشاعر	**0.657**	**0.000**	**دال إحصائياً**

يوضح الجدول رقم (8) معامل ارتباط بيرسون بين حجم المعارف وطبيعة المشاعر المتكونة تجاه قضايا التعليم، وكانت قيمة معامل الارتباط(0.657**) عند مستوى دلالة (0.01) ما يعنى أنه توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين حجم المعارف وحجم المشاعر المتكونة من خلال متابعة قضايا التعليم على البرامج الحوارية أى؛ كلما زادت المعارف والاعتماد على البرامج الحوارية في الحصول على المعلومات زادت المشاعر والتأثيرات الوجدانية المتكونة تجاه هذه المعرفة نتيجة الاعتماد على متابعة البرامج الحوارية، وكلما زادت المشاعر زادت المعارف.

ويتضح أن العلاقة بين حجم المعارف وتشكيل اتجاهاتهم نحو قضايا التعليم بسبب الحصول على المعلومات والأخبار التي يحصلون عليها من خلال البرامج الحوارية، ويستطيعوا اشباع حاجاتهم الوجدانية، مما يؤكد أهمية وقوة البرامج الحوارية في إمداد الجمهور بالمعلومات حول قضايا التعليم التي تعكس التأثيرات الوجدانية الناتجة من الاعتماد على متابعة البرامج الحوارية في الحصول على المعلومات والمعارف.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المعارف التي استقاها المبحوثون حول القضايا التعليمية من البرامج الحوارية وطبيعة سلوكياتهم نحو الإشكاليات التي حملتها هذه القضايا.

جدول (9) معاملات الارتباط بين المعارف التي استقاها المبحوثون وطبيعة سلوكياتهم نحو الاشكاليات التي حملتها قضايا التعليم

	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية Sig	الدلالة الإحصائية
العلاقة بين المعارف والسلوكيات	**0.371	0.000	دال إحصائياً

يوضح الجدول رقم (9) حجم المعارف التي استقاها المبحوثون حول القضايا التعليمية من البرامج الحوارية وطبيعة سلوكياتهم نحو الإشكاليات التي حملتها هذه القضايا، وكانت قيمة معامل الارتباط (0.371**) عند مستوى دلالة (0.000) وهى أصغر من (0.01) وقد ميزت بعلامة ** للدلالة على إنها دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01؛ ما يعنى أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المعارف التي اكتسبها المحبوثون، وحجم السلوكيات المتكونة من خلال متابعة قضايا التعليم على البرامج الحوارية، أي أنه كلما زاد حجم المعارف والمعلومات المكتسبة حول قضايا التعليم أرتفع مستوى سلوك الجمهور نحو معالجة القضايا، الذى يدل على ارتفاع مستوى الوعى بأهمية قضايا التعليم الذى يؤكد أهمية دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التعليم.

وتتفق النتيجة مع نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام التي تؤكد على وجود علاقة بين الجمهور ووسائل الاعلام، بمعنى إن كانت البرامج الحوارية قادرة على توصيل المعلومات، والمعارف التي يحتاجها الجمهور، يتحقق التأثير على المعارف، والسلوك، وبشكل أخر توظيف المعلومات التي يتعرض إليها الجمهور، يستطيع من خلالها اتخاذ القرار بشأن قضايا التعليم.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دالة إحصائية بين طبيعة مشاعر المبحوثين نحو الإشكاليات التي حملتها القضايا التعليمية وطبيعة سلوكياتهم نحو تلك الإشكاليات

جدول (10) معاملات الارتباط بين طبيعة مشاعر المبحوثين نحو الإشكاليات التي حملتها القضايا التعليمية وطبيعة سلوكياتهم نحو تلك الإشكاليات

العلاقة بين المشاعر والسلوكيات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية Sig	الدلالة الإحصائية
	** 0.379	0.000	دال إحصائياً

يوضح الجدول رقم (10) حجم المعارف وطبيعة المشاعر المتكونة تجاه قضايا التعليم حيث جاءت العلاقة ارتباطية، وكانت قيمة معامل الارتباط (0.379**) عند مستوى دلالة (0.000) ما يعنى أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المشاعر والسلوكيات المتكونة من خلال متابعة قضايا التعليم على البرامج الحوارية، بمعنى؛ أنه كلما زاد التأثير الوجداني تجاه قضايا التعليم، زاد الاتجاه والسلوك المتكون تجاه هذه القضايا، مما يؤكد أهمية وسائل الإعلام وخاصةً البرامج الحوارية في تشكيل الاتجاهات وإمدادهم بالمعلومات والمعارف التي تسهم في تشكيل الوجدان، والسلوك.

وتتفق النتيجة مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تؤكد على أن ما تقدمه البرامج الحوارية من معلومات يؤثر على الجمهور واتجاهاتهم، نحو البرامج الحوارية قد تكون إيجابية أو سلبية، وتتحول هذه الاتجاهات، والتأثيرات، إلى سلوك.

خلاصة نتائج الدراسة والمقترحات:

أ: فيما يتعلق بإجابات أسئلة الدراسة:

1- ارتفاع نسب متابعة ما تطرحه البرامج الحوارية في الفضائيات حول قضايا التعليم في مصر.

2- أهم البرامج التي يتابعها الجمهور أوضحت النتائج أن الأعلى مشاهدة برنامج معكم منى الشاذلي الذى يعرض على قناة CBC الفضائية، بمتوسط حسابي (3.019)، تبعه برنامج مباشر من مصر الذى يعرض على الفضائية المصرية، بمتوسط حسابي (2.811)، تبعه برنامج صاحبة السعادة الذى يعرض على قناة DMC الفضائية، بمتوسط حسابي (2.807)، تبعه برنامج مصر اليوم الذى يعرض على قناة الحياة الفضائية، بمتوسط حسابي (2.787).

3- أهم المصادر التي يعتمد عليها جمهور المبحوثين في الحصول على معلوماتهم الخاصة بقضايا التعليم كانت الفضائيات عموما.

4- وعن أسباب متابعة الجمهور لقضايا التعليم على ما تم اختياره من البرامج الحوارية، جاء في المرتبة الأولى العبارة (تزودني بكل ما هو جديد حول قضايا التعليم)، بمتوسط حسابي (2.19) ، (تساعدني في تكوين وجهة نظر متكاملة حول قضايا التعليم)، بمتوسط حسابي (2.15)، تبعه (تعالج قضايا التعليم أولاً بأول)، بمتوسط حسابي (1.87) ، تبعه (تقدم حلولاً جادة للقضايا التعليمية)، ومتوسط حسابي (1.83).

ب: نتائج اختبار فروض الدراسة:

1- **الفرض الأول:** اثبتت النتائج وجود علاقة بين درجة متابعة المبحوثين للبرامج الحوارية والتأثيرات الناتجة من المتابعة تجاه قضايا التعليم.

2- **الفرض الثانى:** أوضحت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية، بين حجم المعارف وحجم المشاعر المتكونة، من خلال متابعة قضايا التعليم.

3- **الفرض الثالث:** أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين حجم المعارف التي اكتسبها المحبوثين، وحجم السلوكيات المتكونة من خلال متابعة قضايا التعليم على البرامج الحوارية.

4- **الفرض الرابع:** أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين حجم المشاعر والسلوكيات المتكونة من خلال متابعة قضايا التعليم على البرامج الحوارية.

مقترحات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة الميدانية سالفة الذكر، يمكن اقتراح عدداً من الأفكار العلمية التي يمكن أن تطور مجال دراسات الإعلام وعلاقتها بقضايا التعليم، ويمكن تقسيمها إلى قسمين: قسم يتعلق بأفكار بحثية، وقسم يتعلق بتطوير أداء وسائل الإعلام فيما يتعلق بقضايا التعليم.

أ- مقترحات تتعلق بأفكار بحثية:

1- دراسات تحليلية لمدى تفاعلية الجمهور مع البرامج الحوارية نحو قضايا التعليم.
2- دراسات عن طبيعة الجمهور المتعرض للبرامج الحوارية.
3- دراسات تحليلية لمحتوى قضايا التعليم في البرامج الحوارية.
4- دراسات تحليلية لمستوى أداء مقدمي البرامج الحوارية ومدى رضا الجمهور عنهم.
5- دراسات وسائل الاعلام نحو التخبط في السياسات التعليمية وضعف ربط العملية التعليمية بسوق العمل.
6- مدى رضا الجمهور عن ضيوف البرامج الحوارية من حيث الكفاءة والثقافة.

ب- مقترحات تتعلق بتطوير أداء وسائل الإعلام فيما يتعلق بقضايا التعليم:

1- رغم ارتفاع نسب المشاهدة إلا أنه يجب منح مزيد من الاهتمام من قِبل البرامج الحوارية بقضايا التعليم؛ من خلال تطوير الشكل والمضمون، وعمل مسابقات لتحفيز المشاهد على المتابعة والمشاركة.
2- لفت انتباه المسئولين بأهمية البرامج الحوارية في عرض قضايا التعليم، ويمكن تقديم برنامج على شاكلة برنامج من سيربح المليون لقدرته ونجاحة على جذب الجمهور وحرص الجمهور على مشاهدته، لاهتمام القائمين على البرنامج بالشكل والمضمون.
3- عودة برنامج أوائل الطلبة من خلال برنامج العباقرة، وتخصيص جزء من البرنامج للطلبة المتفوقين للإجابة على الاسئلة الخاصة بالدراسة، لجميع المراحل التعليمية، الابتدائية، والاعدادية، والثانوية العامة، والفنية والازهرية، وخلق روح التنافس بين الطلاب بجميع المحافظات لاشتراكهم في البرنامج.
4- دعم رجال الاعمال للبرامج التي تقدم وتعرض قضايا التعليم بمختلف ألوانها سواء الفنية أو الحوارية، أو المسابقات.
5- ضرورة منح مزيد من الاهتمام بمراحل التعليم المختلفة دون التحيز لمرحلة بعينها، كالاهتمام بنوعية التعليم الفنى، والأزهري، وتوجيه الاهتمام نحوه.
6- منح مزيد من التأهيل لمقدمي البرامج الحوارية علمياً ومهنياً لتمكينهم من عرض ومناقشة قضايا التعليم بعمق؛ من خلال عقد دبلومة مهنية بجامعة سوهاج – قسم الإعلام؛ لمقدمي البرامج الحوارية على أن تكون مدعومة من الجامعة أو أن تكون في جامعة القاهرة لتكون متاحة للجميع وسهولة الانتقال إليها.

المراجع:

احمد محمد ابراهيم الشحات. (2024). دور البرامج الحوارية التليفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري وسلوكياته نحو قضايا التعليم قبل الجامعي. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، (28).

احمد محمد ابراهيم الشحات. (2024). معالجة البرامج الحوارية التليفزيونية لقضايا التعليم قبل الجامعي. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، (29، الجزء الثاني).

امال عبد الهادى محمد محمد. (2024). معالجة الصحف المصرية لقضايا الغش في المؤسسات التعليمية: دراسة تطبيقية. المجلة العلمية المحكمة لدراسات التربية النوعية، جامعة الزقازيق، 10(2).

اسلام احمد عثمان. (2016). استخدام الشباب المصرى لتطبيقات الدردشة عبر الهاتف وعلاقته بمستوى ثقافة الحوار لديهم. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، (5)، 305.

جهاد مصطفى كرم درويش وتهانى عيد ابراهيم حشيش. (2022). معالجة مواقع الصحف الإلكترونية المصرية لقضايا التعليم قبل الجامعي (المرحلة الثانوية) في ظل جائحة كرونا (covid-19). مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، جامعة كفر الشيخ، 27(2)، 1440-1441.

راضى رشيد حسن. (2012). البرامج الحوارية ودورها في تسجيل اتجاهات الرأي العام من وجهة نظر طلبة الإعلام وبرنامج "ولك القرار" أنموذجًا. مجلة كلية التربية الأساسية، الجامعة المستنصرية، (73)، 511.

راضي رشيد حسن، وعثمان محمدذويب. (2011). اتجاهات البرامج الحواريةفي القنوات الفضائيةالعراقية. مجلة كلية التربية، جامعة واسط، (10)، 405.

رحيم يونس كرو العزاوى. (2007). مقدمة في منهج البحث العلمى. دار دجلة.

ريم نجيب زناتى. (2018). استخدام طلاب المرحلة الثانوية لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاس ذلك على إدراكهم لقضايا التعليم. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، (14)، 475-502.

سعد حامد. (2021). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات طلاب كليات الإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 77(3)، 1130.

سعد سلمان المشهدانى. (2017). مناهج البحث الإعلامى. دار الكتاب الجامعي.

شيماء محمد مراد محمد. (2016). قضايا التعليم في البرامج الحوارية بالقنوات التليفزيونية الفضائية المصرية الحكومية والخاصة: دراسة تحليلية [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة سوهاج.

عبدالله بن على آل مرعى. (2023). استخدامات الإعلام الرقمي وعلاقتها بتنمية المهارات الإعلامية لطلاب كليات الإعلام. المجلة العلمية لبحوث الاعلام، 83(1)، 295-296.

عصام زعل عبد الرحمن السلايطة. (2024). تأثيرات معالجة الفضائيات والمواقع الإلكترونية للقضايا الأمنية على الجمهور الأردني. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، (27)، 316-317.

علاء انس محمد سلطان. (2021). وسائل الإعلام وقضايا تطوير التعليم في مصر. مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، 32(124)، 3-31.

على خميس اليماحى. (2012). دور البرامج الحوارية في تليفزيون أبو ظبى بتوعية طلبة الجامعات بالقضايا السياسية الإقليمية [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة اليرموك.

عماد الدين عبد العزيز. (2005). دور مجلات الأطفال العربية في تلبية احتياجات الأطفال الموهوبين أدبياً [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة عين شمس.

كاميليا عبد السلام محمد محمود. (2020). دور شبكات التواصل في تحقيق تكيف أفراد الجمهور المصري مع الحجر الصحي خلال أزمة كوفيد 19. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، (20)، 510.

محمد رفاعى شوقى ابراهيم عمار. (2020). دور البرامج الحوارية في تشكيل إدراك الشباب لخطط التنمية القومية. مجلة البحوث الإعلامية، 54(7)، 4964.

محمد عبد الحميد. (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ط. 3). عالم الكتب.

محمد محمد عبده بكير. (2022). تقبل الجمهور لاستخدامات التطبيقات الصحية عبر تقنيات الهواتف الذكية في المملكة العربية السعودية وتأثيراتها الاتصالية عليهم. مجلة البحوث الإعلامية، 60(2)، 633.

مصطفى يوسف كافى. (2015). الرأي العام ونظريات الاتصال. دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.

مجمع اللغة العربية. (2004). المعجم الوسيط. مكتبة الشروق الدولية.

منارصبري صابر حامد. (2022). دورالبرامج الحوارية فيالفضائيات العربية فيتحقيق التنمية الاقتصاديةالمستدامة واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة تطبيقية. مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، 33(4)، 3.

ياسمين سعيد محمد عبد المنعم. (2015). استخدامات الصفوة المصرية للبرامج الحوارية التليفزيونية والتأثيرات الناجمة عن التعرض لها. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون*، (4)، 270.

Allport. G.W. (1935). Attitudes. In C. Murchison (Ed.) ,*A handbook of social psychology* (pp. 6-8). Clark University Press.

Ofentse Ernest Etlhasetse Ngake .(2022) .*The role of TV talk shows in facilitating youth engagement: A case study of Daily Thetha*] Master of Arts in Communication thesis, North-West University.[

Plmgreen, P.L., Wenner, A. and Rosengren, K. E. (1985). Uses and gratification research: The past ten years. In K. E. Rosengren, L. A. Wenner & ,P. Plmgreen (Eds.) ,*Media gratifications research: Current perspectives* (p. 14). SAGE Publications.

Rabia Naseer & ,Muhammad Asghar .(2024) .*Causes of deterioration of elementary education and potential solutions* .University of ISP, Department of Education.

أسماء الأساتذة والخبراء الذين تم عرض الاستبانة عليهم لتحكيمها:

1- ا.د. حسن على محمد، أستاذ الإعلام المتفرغ - جامعة السويس.
2- أ.د. هاله كمال نوفل، أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام- جامعة جنوب الوادى الأسبق.
3- ا. د. فاطمه الزهراء صالح احمد، أستاذ ورئيس قسم الإعلام- كلية الآداب - جامعة سوهاج.
4- ا.د. خديجة عبد العزيز على، استاذ أصول التربية والتخطيط التربوى، كلية التربية، جامعة سوهاج.
5- ا. د. عبد الباسط احمد قاسم، أستاذ الإعلام- كلية الآداب - جامعة سوهاج.
6- د. سحر محمد وهبى ،أستاذ الإعلام المساعد المتفرغ- كلية الآداب - جامعة سوهاج.
7- د. صابر حارص محمد، أستاذ الإعلام المتفرغ- قسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة سوهاج.
8- د. محمد ناجح ابو شوشه، مدرس بقسم أصول التربية- كلية التربية- جامعة سوهاج.
9- د. ايمان عبد الرحمن محمد عبد اللاه، مدرس بقسم أصول التربية، كلية التربية، جامعة سوهاج .

عن الدورية

- النشر الدوري: تصدر المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي بصفة دورية (ثلاث مرات سنوياً)، وتنشر أبحاثًا باللغتين العربية والإنجليزية، مما يضمن استمرارية النشر وتوفير أحدث الأبحاث والدراسات للقراء والباحثين من مختلف أنحاء العالم.
- تنوع المحتوى: تقبل المجلة سبع تخصصات للنشر فيها وهي:

1. الإذاعة الرقمية
2. الإعلام
3. التسويق الرقمي
4. العلاقات العامة الرقمية
5. الصحافة الرقمية
6. تلفزيون الإنترنت
7. راديو الإنترنت

- النشر الإلكتروني والمفتوح: تُتاح المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي للنشر الإلكتروني بنظام الوصول المفتوح (open access online) ، مما يضمن سهولة الوصول إليها وقراءتها وتحميلها مجانًا من قبل الباحثين والمهتمين في جميع أنحاء العالم.
- التنوع في أنواع المقالات: تنشر المجلة مجموعة متنوعة من أنواع المقالات، بما في ذلك:
- الأبحاث الأصلية (Original Articles): وهي أبحاث تقدم نتائج جديدة ومبتكرة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي.
- المقالات المرجعية (Review Articles): وهي مقالات تستعرض وتلخص وتحلل مجموعة من الأبحاث السابقة حول موضوع معين.
- تقارير الحالة (Case Studies): وهي دراسات معمقة لحالات فردية أو أحداث معينة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي.
- المقابلات مع خبراء وباحثين بارزين: في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، لتقديم رؤيتهم حول أحدث التطورات والاتجاهات في هذا المجال.
- الأعداد الخاصة: تصدر المجلة أعدادًا خاصة حول موضوعات معينة ذات أهمية خاصة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، وذلك لجذب انتباه الباحثين والمهتمين إلى هذه الموضوعات وتشجيع البحث فيها.

بيانات الاتصال:

الموقع الإلكتروني: https://ejrcds.journals.ekb.eg

البريد الإلكتروني لهيئة التحرير: fatmaelzahrasaleh@art.sohag.edu.eg

البريد الإلكتروني للقسم: media.dep@art.sohag.edu.eg

العنوان: جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، مصر.