

قضايا ذوي الهمم كما تعكسها الفضائيات المصرية والعربية "دراسة تحليلية مقارنة"

إعداد

د/نورهان محمد أحمد (*)

أ/مرؤة مدحت حنفي (*)

مقدمة:

مما لا شك فيه أن النظرة المجتمعية الحضارية لذوي الهمم تُمثل إدراكًا عميقًا في المجتمع لأن المجتمع عندما يهمل تلك الفئة لن يجني في النهاية سوى خسارة جزء لا يُستهان به من ثروته البشرية التي يتعين عليه استثمارها في خطته التنموية تماشيًا مع مبادئ العدالة الاجتماعية وتكافؤ الفرص والمساواة بين أفراد المجتمع⁽¹⁾.

حيث يُعد الأفراد ذوي الهمم شريحة مهمة من شرائح المجتمع والتي هي بحاجة ماسة للاستفادة من الإعلام كحق طبيعي لها مثلها مثل باقي شرائح المجتمع⁽²⁾.

وتعتبر مصر من أولى الدول التي وقعت على اتفاقية تنص على رعاية ذوي الهمم وحمايتهم في نفس العام التي اقرتها فيها الأمم المتحدة (1989) في نص المادتين (75،86) إلى جانب العديد من القوانين التي شرعها مجلس الشعب في مصر لرعاية وتأهيل ذوي الهمم وحمايتهم⁽³⁾.

وهنا يلزم على الإعلام المصري أن تكون لديه القدرة على التعبير عن فئة ذوي الهمم، وتوفير

(* مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بمعهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال.

(* معيدة بقسم الإذاعة والتلفزيون بمعهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال.

(1) معالي سعد أحمد سعد وآخرون، اتجاهات القائم بالاتصال في الصحافة المصرية نحو قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة، مجلة بحوث التربية النوعية، مج9، ع33، 2014، ص ص 325

(2) مسعود فلوس، نصيرة بويعلي، دور الإعلام الجديد في عملية التوعية لذوي الاحتياجات الخاصة، المجلة العلمية للتربية الخاصة، مج3، ع2، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، يونيو 2021، ص ص132.

(3) إبراهيم محمد أبو المجد، معالجة الصحف المصرية لموضوعات الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2006، ص40.

المناخ المناسب لدمجهم في المجتمع بالشكل الذي يسهم في إحداث عملية التنمية الشاملة باستخدام كافة الفئات الممثلة للمجتمع المصري.

ومن هنا يأتي التساؤل عن مستوى أداء الإعلام في مصر ودوره في التعبير عن القضايا الخاصة بذوي الهمم ودمجهم في المجتمع، وتأتي معه مشكلة الدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة:

على الرغم من كبر حجم فئة ذوي الهمم إلا أنها تُعاني من العديد من المشكلات منها صعوبة التعلم وقلة سبل الحياة الكريمة لها وعدم القدرة على مواصلة التعليم الجامعي، وقلة فرص العمل ، قلة الأجهزة المعنية، قلة الخدمات في المؤسسات، التكاليف الباهظة للعلاج وغيرها من المشكلات التي تُسبب صعوبة تعايشهم مع ما يعانیه من ظروف الحياة في المجتمع⁽¹⁾.

فالتعرف على احتياجات ذوي الهمم تُعد ضرورة ملحة لوسائل الإعلام من جهة ورعايتهم من جهة أخرى، إذا أنهم يمثلون شريحة مهمة من الجماهير خصائصها وسماتها المستقلة تؤثر في طبيعة احتياجاتهم الإعلامية وطرق تعرضهم واستخدامهم للوسائل الإعلامية الجماهيرية⁽²⁾.

ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على كيفية تناول الفضائيات المصرية والعربية لقضايا ذوي الهمم باعتبارهم فئة مهمة في المجتمع ونظرًا لاحتياجاتهم المختلفة إعلاميًا والواجب تحقيقها من قبل الإعلام، والوقوف على الجوانب الإيجابية والسلبية في الأداء الإعلامي لهذه القنوات، ومدى التزامها بمبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية والضوابط المهنية والأخلاقية.

وسائل الإعلام وذوي الهمم:

(1) معالي سعد أحمد سعد وآخرون، مرجع سابق، ص ص 327 .

(2) هالة عطية شاهين، ميرال يحي شبيلي، اتجاهات ذوي الاحتياجات الخاصة لمتابعة وسائل الإعلام وإشباع احتياجاتهم: دراسة ميدانية على عينة من المكفوفين والصم في منطقة جازان، المجلة العربية لعلوم الإعاقة والموهبة، ع8، يوليو 2019، ص ص 150، 151.

علاقة وسائل الإعلام بذوي الهمم: (1)

على الإعلام اليوم القيام بدوره في تنمية الاتجاه الإيجابي العام لإعداد وتأهيل ذوي الفئات الخاصة، فوفقاً للتقرير الدولي الوحيد الذي أصدرته منظمة الصحة العالمية بالتعاون مع البنك الدولي عام 2011، يقدر عدد ذوي الهمم في مصر إلى أكثر من 10 ملايين شخص.

ولوسائل الإعلام قدرة في إحداث تغييرات جذرية في حياة ذوي الهمم بحيث حررتهم من العديد من العراقيل وسمحت لهم باندماج أفضل. من هنا برزت الحاجة لتوطين مفهوم جديد للإعلام المتخصص عرف "بالإعلام الاجتماعي" الذي يعني أساساً بدور و قدرة وسائل الإعلام على تشكيل رؤية الفرد تجاه المجتمع وقضاياها، وذلك نظراً لما تشكله وسائل الإعلام من مصدر رئيسي يستقي منه أفراد المجتمع معلوماتهم عن مختلف القضايا، وكونها تشارك الأسرة والمؤسسات التعليمية التربوية، ومؤسسات المجتمع المدني عملية التنشئة والتفاعل الاجتماعي وفي تشكيل الرأي العام.

للإعلام دور كبير في التوعية المجتمعية بقضايا وشئون ذوي الهمم يُمكن تلخيصها في الآتي: (2)

- العمل على تغيير رؤية المجتمع نحو الأفراد ذوي الهمم، والابتعاد عن كل ما يقلل من شأنهم في وسائل الإعلام المختلفة.
- إلزام وسائل الإعلام ببث البرامج التثقيفية والمعلومات الصحيحة عن الأفراد ذوي الهمم من الجنسين وفي شتى المجالات.
- تكليف التغطية الإعلامية لأنشطة وبرامج الأشخاص ذوي الهمم والمؤسسات الحكومية وجمعيات الرعاية والتأهيل وجمعيات الأفراد ذوي الهمم وأسرهم وأصدقائهم والتوسع في مساحة هذه التغطية.
- التأكد على أن يكون الإعلام عن الأفراد ذوي الهمم جزءاً من سياسة الإعلام العام، وتشجيع إصدار المجالات المتخصصة عن هذه الفئة والاستفادة في القدرات البارزة منهم.
- وضع برامج الاحتفال بالمناسبات الخاصة بالأفراد ذوي الهمم وتغطيتها بوسائل الاعلام المختلفة.

(1) أريج إبراهيم عبدالحميد، ماجدة حمد اسويب، وسائل الإعلام وطرق تناولها لقضايا دمج وتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة "تصور مقترح للإعلام المتخصص "الاجتماعي"، سلسلة أوراق بحثية، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، فلسطين رام الله، 2020، ص ص 15-17.

(2) مسعودة فلوس، نصيرة بوعيلي، مرجع سابق، ص 142.

- تخصيص وسائل الإعلام كمساحة زمانية ومكانية بشكل دوري ومستمر لقضايا ذوي الهمم، لأن هذه المساحة ستؤدي حتمًا إلى اهتمام الجماهير بهم ومساعدتهم وتحفيزهم
- التأهيل الإعلامي لهذه الفئة المهتمين بمجال الإعلام ومشاركتهم في صياغة الرسائل الإعلامية التي يبثها الإعلام حيث يتغير دور الأفراد ذوي الهمم من دور المستقبل إلى دور المرسل الإعلامي حيث أنهم الأكفأ أهم حالاتهم ومعاناتهم.

أهمية الدراسة:

- 1- أهمية التلفزيون كوسيلة إعلامية لها تأثير كبير على المشاهدين وكمصدر للمعلومات؛ نتيجة لاستخدام الصور المتحركة وأساليب الجذب في شكل ومضمون ما يُقدم عبر هذه القنوات سواء كانت عامة أم متخصصة، مفتوحة أم مشفرة⁽¹⁾.
- 2- تتواكب الدراسة مع زيادة اهتمام الدولة بفئة ذوي الهمم في الفترة الحالية.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى ما يلي:

- 1- رصد الموضوعات والقضايا التي تخص ذوي الهمم والتي تُركز عليها القنوات الفضائية المصرية والعربية.
- 2- التعرف على أساليب واتجاهات التداول الإعلامي لقضايا ذوي الهمم في القنوات الفضائية المصرية والعربية.
- 3- رصد الملامح العامة لأسس ومعايير المسؤولية الاجتماعية التي تحكم التداول الإعلامي للموضوعات الخاصة بذوي الهمم في القنوات الفضائية المصرية والعربية.
- 4- اختبار مدى وجود علاقة بين ملكية القناة (مصرية/ عربية)، ومستوى الالتزام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية في المحتوى الخاص بذوي الهمم.
- 5- التعرف على مدى الاختلاف والاتفاق في التداول الإعلامي للموضوعات الخاصة بذوي الهمم في القنوات الفضائية المصرية والعربية من حيث (الشكل البرمجي - حجم واتجاه المعالجة).

(1) سلوى إمام، أنماط مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية، المؤتمر العلمي السنوي السابع: الإعلام وحقوق الإنسان، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو 2001، ص477.

الدراسات السابقة:

تتخصر الدراسات السابقة في هذه الدراسة في محور واحد يستعرض الدراسات التي تناولت تناول الإعلام لقضايا ذوي الهمم، ويُمكن عرضها على النحو التالي:

1. دراسة مسعودة فلوس، نصيرة بوعلي (2021) بعنوان "دور الاعلام الجديد في توعية ذوي الاحتياجات الخاصة"⁽¹⁾

هدفت الدراسة الى التعرف على اتجاهات الاعلاميين نحو الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها: أن المتوسط العام يشير إلى اتجاهات إيجابية للإعلاميين نحو المعاقين، وأوضحت وجود فروق بين أفراد العينة، مثل: متغير ملكية المؤسسات، حيثُ إتضح أن منسوبي المؤسسات الحكومية هم أكثر إيجابية في اتجاهات منسوبي القطاعات الإعلامية الخاصة، من ناحية أخرى أظهرت أن منسوبي الإعلام المطبوع هم أكثر إيجابية من نظراتهم في الإعلام المسموع والمرئي، أما باقي المتغيرات مثل: الجنس والجنسية وسنوات الخبرة والمستوى التعليمي والحالة الإجتماعية فعلى الرغم من وجود فروقات بين قيم كل متغير الا أن هذه الفروقات لم تجد الدلالات الإحصائية التي تدعمها.

2. دراسة عبد القادر صالح (2020) بعنوان "استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الاعلام والاشباعات المتحققة من دراسة مسحية على عينة من (الصم والبكم) في مدينة بغداد إنموذجا"⁽²⁾

تحدد الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة للتطبيقات الالكترونية الاشباعات المتحققة لهم، جاءت أهم النتائج كالتالي: أن لوسائل الإعلام دور كبير لدى هذه الشريحة من ذوي الاحتياجات من حيث الفائدة المتحققة لهم من خلال وسائل الإعلام سواء في إقامة العلاقات تبين ان المبحوثين لديهم متابعات مستمرة لوسائل الإعلام بمختلف اتجاهاتها، لكن من الواضح

(1) مسعودة فلوس، نصيرة بوعلي، مرجع سابق.

(2) عبد القادر صالح، استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الاعلام والاشباعات المتحققة من "دراسة مسحية على عينة من (الصم والبكم) في مدينة بغداد إنموذجا"، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية، جامعة العراق، ع4، ديسمبر 2020.

أن هناك اهمال كبير في وسائل الاعلام العراقية لهذه الشريحة من ذوي الاحتياجات الخاصة وخاصة (الصم والبكم) حيث لم نجد الا نادراً ترجمة للبرامج بالإشارة أو برامج متخصصة تعالج قضاياهم واهتماماتهم اليومية، من ناحية أخرى يبقى التلفاز من ضمن الوسائل الإعلامية الأكثر تفضيلاً للمبحوثين من الصم والبكم من بين وسائل الإعلام الأخرى نظراً لسهولة استخدامه وتعدد القنوات الفضائية المتاحة فيه.

3. دراسة هالة عطية، ميرال يحيى (2019) بعنوان اتجاهات ذوي الاحتياجات الخاصة لمتابعة وسائل

الإعلام وإشباع احتياجاتهم" دراسة ميدانية على عينة من المكفوفين والصم في منطقة جازان⁽¹⁾

هدفت الدراسة إلى قياس اتجاهات المعاقين نحو متابعة وسائل الاعلام وإشباع احتياجاتهم منها، وتم تطبيقها على عينة قوامها (١٠) مفردة ذكور وإناث في منطقة جازان، وأظهرت النتائج أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام تتركز في البحث عن المعرفة والترفيه وجمع المعلومات، وكذلك بينت النتائج: أن المعاقين يفضلون التلفزيون عن بقية وسائل الإعلام الأخرى، أما شبكة الإنترنت فقد أظهرت النتائج أنها تأتي في المرتبة الأخيرة نظراً لعدم توفر البرامج الضرورية التي تمكن شريحة كبيرة من المكفوفين والصم من التعامل معها.

4. دراسة أبو شنب وماجد سالم (2018) بعنوان "استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل

الإعلام والاتصال في فلسطين و الاشباعات المحققة لها"⁽²⁾

هدفت الدراسة إلى معرفة كيفية استخدام ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الإعلام والاتصال مع تحديد أنواع وأولويات ذلك الاستخدام والوقوف على الدور الذي تمارسه الأسرة أو المشرفون على ذوي الاحتياجات الخاصة في اختيار المضمون الذي يتعرضون له، وتم تطبيقها على عينة مكونة من (150) مبحوث من ذوي الاحتياجات الخاصة الموجودين في قطاع غزة، بأسلوب العينة المتاحة مع مراعاة التنوع في الإعاقة كانت نسبة الإعاقة الحركية أعلى نسبة حيث بلغت (60%)، وقد رصدت

1) هالة عطية، ميرال يحيى، اتجاهات ذوي الاحتياجات الخاصة لمتابعة وسائل الإعلام وإشباع احتياجاتهم "دراسة ميدانية على عينة من المكفوفين والصم في منطقة جازان"، المجلة العربية لعلوم الإعاقة والموهبة، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية، جامعة جازان، ع8، يوليو 2019.

2) أبو شنب حسين عريان ، ماجد سالم، "استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة في فلسطين لوسائل الإعلام والاتصال والاشباعات المحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام والصحافة جامعة الاقصى، 2018.

الدراسة عدد من النتائج أهمها: إن الانترنت كان من أفضل وسائل الاتصال والإعلام من حيث الحصول على المعلومات وتحقيق الأشباعات يليها التلفزيون - المحلي والعربي - مع ملاحظة تراجع في الاهتمام لمتابعة الصحف والمجلات ويأتي الراديو في الترتيب الأخير في رغبة المبحوثين في متابعة الإخبار والتزود بالمعلومات ومعالجة القضايا المتعلقة بهم.

5. دراسة أميمة عمران (2018) بعنوان " دور العالم في دمج المعاقين ذهنيا في المجتمع" (1)

أشارت إلى أهمية دور العالم في دمج المعاقين في المجتمع خاصة المعاقين عقلياً حيث أكدت أن الرسالة الإعلامية للمعاقين عقلياً أن تركز على دمج المعاقين في المجتمع وتحقيق التوافق الاجتماعي لهم وكذلك الإعلام دور في توعية أسر المعاقين وتوجيههم ومساعدتهم في مواجهة مشكلات أولادهم ورعايتهم أطفالهم المعاقين وكذلك ذكرت الدراسة أهمية الرسالة الإعلامية الموجهة للمجتمع بغرض نقل صورة واضحة تصحح المفاهيم الخاطئة حول المعاقين في المجتمع وكذلك توضح حقوقهم وتطرح قضاياهم أمام المختصين والمسؤولين.

6. دراسة عاطف العسولي (2016) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تجاه ذوي الإعاقة

من وجهة نظر العاملين في مجال الإعلام بمدينة غزة" (2)

هدفت إلى التعرف على المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تجاه ذوي الإعاقة من وجهة نظر العاملين في مجال الإعلام، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (100) مفردة من العاملين في مجال الإعلام بقطاع غزة، وبينت النتائج: عدم وجود برنامج متخصص لذوي الإعاقة وأن أهم الأسباب التي تحول دون تحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه ذوي الإعاقة هو الطابع السياسي والإخباري لوسائل الإعلام.

7. دراسة وزيان عبد الغني (2016) "استخدام ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الإعلام

والاشباعات" (1)

(1) أميمة محمد عمران، دور العالم في دمج المعاقين ذهنيا في المجتمع، المجلة الدولية لعلوم وتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة أسيوط، ع42، 2019.

(2) عاطف حسنى العسولي، المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تجاه ذوي الإعاقة من وجهة نظر العاملين في مجال الإعلام بمدينة غزة، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، كلية الدراسات العليا، جامعة فلسطين، مج6، ع2، 2016.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف الى طبيعة استخدام ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الإعلام والاشباعات المتحققة منها كما تسعى الى التعرف على وسائل الإعلام التي تتعرض لها تلك الفئة ورصد دوافعهم وحاجاتهم، وقد أجريت الدراسة على عينة عشوائية طبقية قسمت فيه عينة الدراسة الى طبقات وفق نوع الاعاقة، فيما خلصت الدراسة بأن التلفزيون حصل على المرتبة الاولى من تعرض أفراد العينة وجاءت دوافع التعرض لغرض التسلية والترفيه بشكل أساسي.

8. دراسة علي القرني، (2017) بعنوان: اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة (دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودية)⁽²⁾

هدفت الدراسة إلى تقصي اتجاهات منسوبي وسائل الإعلام في المملكة العربية السعودية نحو الأشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة، للتعرف على علاقة هذه الاتجاهات بالصورة التي ترسمها وسائل الإعلام عن هذه الفئة، وتم تطبيقها على عينة من (141) إعلاميًا في المملكة، وأشارت النتائج إلى: أن الإعلاميين يرون أن اهتمام وسائل الإعلام بذوي الاحتياجات الخاصة محدود، ويأتي التلفزيون في مقدمة الوسائل التي تعطي اهتماما بهذه الفئات، تليها الصحافة، ثم الانترنت، كما تقدمت موضوعات الوقاية من الإعاقة على باقي الموضوعات الأخرى في اهتمامات وسائل الإعلام السعودية، وبينت الدراسة أن الصورة الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة تتسم بالاجابية، وأن متوسط اتجاهات الإعلاميين يشير إلى توجهات ايجابية نحو ذوي الإحتياجات الخاصة.

9. دراسة سحر فاروق (2014) "رؤية أصحاب الإحتياجات الخاصة لدور الصحافة وتأثيراتها عليهم في ظل نظرية المسؤولية الإجتماعية"⁽³⁾

1) وزيان عبد الغني، استخدام ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الإعلام والاشباعات، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم البحوث الاجتماعية، كلية علوم الاتصال والإعلام، جامعة العربي التبسي، ع 11، 2016.

2) علي بن شويل القرني، اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة، مجلة جامعة الملك سعود، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، مج20، ع2، يوليو 2017.

3) سحر فاروق الخالق، رؤية أصحاب الإحتياجات الخاصة لدور الصحافة وتأثيراتها عليهم في نقل نظرية المسؤولية الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام كلية الآداب، جامعة حلوان، 2008.

هدف البحث للوقوف على رؤية أصحاب الإحتياجات الخاصة نحوهم وتأثيراته عليهم وخاصة فيما يتعلق بتشكيل ملامح الصورة الصحفية التي تقدمهم من خلالها إلى أفراد المجتمع كما يهتم البحث برصد الإحتياجات الحقيقية التي ينشدها أصحاب هذه الفئة من وراء علاقتهم بالصحف والتعرف على طبيعة هذه العلاقة وكذلك إتجاهاتهم نحو أداء الصحافة لوظائفها داخل المجتمع، وتوصل إلى عدة نتائج أهمها: أن النسبة الأكبر من المبحوثين ترى أن الصحافة تقدم صورة حقيقية عن ذوي الإحتياجات الخاصة، كما أظهرت الدراسة أن هنالك علاقة دالة بين معدلات اقبال المبحوثين على قراءة الصحف ومتغير المحافظة التي ينتمي إليها كل منهم، كما أثبتت الدراسة أن هناك علاقة طردية بين معدلات إقبال أصحاب الإحتياجات الخاصة على قراءة الصحف المختلفة، ومعدلات تلبية الصحافة لإحتياجاتهم المعرفية.

10- دراسة Harpe Wendy and Carol Malcolm، (2011)، بعنوان "Not Seen,"

(1) **Not Heard: Learning Disabled Audiences and the Media**

أشارت الدراسة إلى أن جمهور الإحتياجات الخاصة يرى أن صورة المعاقين في وسائل الإعلام تتركز بشكل أكبر في البرامج الدرامية والمسلسلات اليومية، كما أن أكثر الشخصيات تذكرًا لدى هذه الفئات من المشاهدين هي الشخصيات التي مثلت أدوار معاقين لمتلازمة داون، وذلك بالتطبيق على عينة طبقية عشوائية قوامها (70) مفردة من المعاقين حركيًا من مختلف مناطق قطاع غزة، وأوضحت هذه الدراسة أن عينة المعاقين كانت ترى أهمية حضور شخصيات المعاقين على شاشات التلفزيون من أجل تغيير الصور النمطية عن المعاقين لدى الناس، ولأن من حقهم الطبيعي أن يظهروا على شاشات التلفزيون.

11- دراسة طلعت عبد الحميد (2009) بعنوان " اتجاهات المعاقين الفلسطينيين نحو وسائل الإعلام

في التعبير عن حقوقهم وقضاياهم" (2)

1) Harpe Wendy and Carol Malcolm, Not Seen, Not Heard: Learning Disabled Audiences and the Media, **Journal of Community Psychology**, Vol. 6, Issue.3, 2011.

(2) طلعت عبد الحميد، اتجاهات المعاقين الفلسطينيين نحو وسائل الإعلام في التعبير عن حقوقهم وقضاياهم" مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستويات استخدام المعاقين حركيًا في فلسطين لوسائل الإعلام، ومعرفة مدى رضاهم عن الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في التعبير عن همومهم ومشاكلهم وحقوقهم وقضاياهم، وذلك بالتطبيق على (7 مليون) من ذوي الاحتياجات الخاصة في مصر يمثلون (10%) من تعداد السكان، وجاءت أهم نتائج الدراسة كالتالي: أن أكثر من نصف المبحوثين يتابعون وسائل الإعلام بدرجة متوسطة، وجاء بعدها المتابعة بدرجة ضعيفة بنسبة (25,7%)، وأخيرًا بدرجة مرتفعة، كذلك يهتم المبحوثين بمتابعة قضايا المعاقين وهمومهم بدرجة مرتفعة وصلت إلى أكثر من النصف، فيما كانت نسبة من يتابعون هذه القضايا بدرجة متوسطة (31,4%)، وكان المتوسط الحسابي للمتابعة عاليًا، كما يرى أكثر من نصف المبحوثين أن التغطية التي تخصصها وسائل الإعلام لقضايا المعاقين غير كافية وذلك بنسبة (54,3%)، ويرى (14,3%) منهم فقط أنها كافية، وجاءت كانت أهم القضايا التي يهتم المبحوثون بمتابعتها في وسائل الإعلام هي مشاكل وهموم المعاقين، ثم تقديم نماذج مشرفة للمعاقين وإنجازاتهم، تلاها الحديث عن حقوق المعاقين، ثم اندماج المعاقين في المجتمع، ثم الوقاية من الإعاقة.

12- دراسة حمود الخميس وعبد الحافظ صلوي (2007) بعنوان "احتياجات المعاقين الإعلامية ومدى إشباع وسائل الإعلام"⁽¹⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على الاحتياجات الإعلامية للمعاقين في المملكة العربية السعودية ومعرفة طبيعة استخداماتهم لوسائل الإعلام الجماهيرية، وتحديد مدى إشباع وسائل الإعلام لتلك الاحتياجات، وتم التطبيق على عينة بلغت (81) معاق من الطلبة والمدرسين، وكشفت الدراسة: محدودية قيام وسائل الإعلام المرئية باستخدام لغة الإشارة عند مخاطبة فئة الصم البكم، وأن المبحوثين يتعرضون للتلفزيون أكثر من بقية وسائل الإعلام الأخرى وأن المعاقين يتعرضون للقنوات التلفزيونية الفضائية العربية أكثر من القنوات المحلية أو المتخصصة.

التعليق على الدراسات السابقة:

أولاً: مجالات اهتمام الدراسات السابقة:

(1) لاحظت الباحثتان اهتمام الدراسات العربية معرفة دور الإعلام نحو ذوي الهمم، حيث تنوعت

(1) حمود الخميس وعبد الحافظ صلوي، احتياجات المعاقين الإعلامية ومدى إشباع وسائل الإعلام لها، الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة عن الإعلام والإعاقة، المنامة، 6-8 مارس 2007م.

- الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، بالإضافة إلى تنوع الجمهور الذي تم التطبيق عليه (أكاديميين، إعلاميين، العاملين في مجال الصحافة، ذوي الهمم)، إلا أنه من خلال المتابعة نجد أن معظم الدراسات ركزت على معرفة دور الإعلام في دمج ذوي الهمم في المجتمع.
- (2) اهتمت معظم الدراسات العربية بمعرفة الاحتياجات الإعلامية لذوي الهمم، واتجاهاتهم نحو المضمون المقدم في الإعلام.
- (3) اهتمت بعض الدراسات العربية بدراسة استخدامات ذوي الهمم لوسائل الإعلام التقليدي والجديد.
- (4) اهتمت بعض الدراسات بمعرفة المسؤولية الاجتماعية للعاملين في مجال الإعلام نحو ذوي الهمم.

ثانياً: الإطار النظري للدراسات السابقة:

يمكن حصر النظريات التي انطلقت منها الدراسات السابقة في:

- اعتمدت الدراسات التي تناولت قضايا ذوي الهمم في الإعلام على العديد من المداخل النظرية تضمنت (الاستخدامات والإشباع، الأطر الإعلامية، الغرس الثقافي، المدخل الاجتماعي، التفاعل الاجتماعي، المدخل الوظيفي، المسؤولية الاجتماعية).

ثالثاً: المناهج التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة:

- اعتمدت أغلب الدراسات التي تناولت تناول الإعلام لذوي الهمم وعلاقتهم بوسائل الإعلام على منهج المسح، واعتمد بعضها على آليات تحليل الخطاب، كما اعتمد بعضها على تحليل المضمون.

رابعاً: أدوات جمع البيانات:

- معظم الدراسات السابقة استخدمت أكثر من أداة، وكان من أهم الأدوات التي استخدمت: أداة تحليل المضمون، والمقابلات المتعمقة، واستمارة الاستبيان بالمقابلة الشخصية، والمجموعات المركزة، واستمارة استبيان إلكترونية، وأداة الملاحظة العلمية في جمع بيانات الدراسة.

خامساً: أوجه التلاقي:

- (1) اتفقت معظم الدراسات العربية أن التليفزيون يأتي في المرتبة الأولى لذوي الهمم من حيث أكثر الوسائل الإعلامية تفضيلاً.
- (2) اتفقت معظم الدراسات العربية أن الصورة الإعلامية لذوي الهمم تتسم بالإيجابية.
- (3) أكدت معظم الدراسات العربية أن هناك إهمال كبير في وسائل الإعلام في طرح قضايا ذوي الهمم، مثل تخصيص برامج بالإشارة، أو برامج متخصصة تعالج قضاياهم.

- 4) أجمعت معظم الدراسات العربية على وجود مسئولية اجتماعية للعاملين في مجال الإعلام تجاه ذوي الإحتياجات الخاصة في دمجمهم اجتماعياً.
- 5) توصلت معظم الدراسات أن دوافع تعرض ذوي الهمم لوسائل الإعلام تتركز في البحث عن المعرفة، الترفية، وجمع المعلومات.

سادساً: أوجه الاختلاف:

- 1) بعض الدراسات أظهرت ميل ذوي الهمم للاستخدام الإنترنت أكثر من باقي الوسائل الإعلامية من حيث الحصول على المعلومات وتحقيق الإشباع.
- 2) اختلفت بعض الدراسات حول إيجابية التناول الإعلامي لذوي الهمم، لأنها تقتصر على المسلسلات التلفزيونية والبرامج الدرامية، وأكثرها من ذوي الهمم متلازمة داون.

سابعاً: مجالات استفادة الباحثة من الدراسات السابقة:

- اختيار الإطار النظري الملائم للدراسة (المسئولية الاجتماعية) وكيفية تطبيقه على موضوع الدراسة.
- البناء المنهجي للبحث سواء في صياغة المشكلة البحثية أو تحديد أهم تساؤلات وفروض الدراسة ومتغيراتها واختبار العلاقات ومقارنة نتائج الدراسة بنتائج الدراسات السابقة ذات الصلة.
- اختيار الوسيلة التي تُطبق عليها الدراسة.
- التعرف على بعض ملامح المحتوى الخاص بذوي الهمم في وسائل الإعلام المختلفة.
- تحديد المفاهيم العامة للدراسة.
- تحديد المعاملات والمعالجات الإحصائية المناسبة لتحليل البيانات والحصول على النتائج العامة للدراسة واختبار الفروض.
- التعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين الباحثين طبقاً للدول التي أُجريت دراساتهم عليها ونوع الوسيلة التي طُبقت عليه الدراسة.
- دعمت نتائج الدراسات السابقة أهمية موضوع هذه الدراسة، حيث أصبحت وسائل الإعلام تُشكل مصدرًا حقيقيًا للمعلومات الخاصة بالفئات المختلفة وعلى وجه التحديد ذوي الهمم.

الإطار النظري للدراسة (نظرية المسؤولية الاجتماعية)

(Social Responsibility theory)

الأساس العلمي للنظرية:

تقوم نظرية المسؤولية الاجتماعية على أساس الربط بين حرية وسائل الإعلام ومسئوليتها نحو المجتمع الذي تتحرك فيه، وضرورة الالتزام بمجموعة من المعايير المهنية التي تؤدي وظائفها بطريقة إيجابية ومسئولة اتجاه المجتمع⁽¹⁾.

ويشير الفرض الرئيسي لنظرية المسؤولية الاجتماعية إلى أن الحرية تحمل في معناها التزامات تقترن بها، وأنه ينبغي لإدراك المسؤولية الاجتماعية ثلاثة عناصر هي: الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام، المعايير الأخلاقية، وأنواع السلوك التي يجب أن يلتزم بها الإعلاميون في إطار الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية⁽²⁾.

مبادئ وأسس النظرية⁽³⁾:

يُشير مكويلز McQuails إلى مجموعة من المبادئ والأسس التي تركز عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية منها ما يلي:

- ضرورة قيام وسائل الإعلام بالتزاماتها تجاه المجتمع وأفراده، وإتاحة الفرصة للتعددية في الآراء، وتعكس تنوع المجتمع مما يُتيح الوصول إلى كافة وجهات النظر وحق الرد.
- ضرورة التزام وسائل الإعلام بتقديم صورة ممثلة للمجتمع وفئاته، وضرورة تجنب الصور النمطية خاصة السلبية منها اتجاه فئات المجتمع.

1) حسين دبي الزويني، المراسل التلفزيوني .. بين الخصائص المهنية وفوبيا الآخر، (القاهرة: الدار الثقافية للنشر، 2011)، ص33.

2) أحمد محمد عثمان، حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي، المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسؤولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1-3 يوليو 2008، ص661،662.

3) B.K, Ravi, Media and social responsibility: A Critical perspective with special reference to television, **Academic Research International**, Vol.2, 1 January 2012, pP 306-325, Available at:

<http://www.journals.savap.org.pk>. Accessed on: 30/5/2016.

- ضرورة التزام وسائل الإعلام بتجنب المحتوى الذي يؤدي إلى الجريمة، وإثارة الفوضى، وإهانة الأقليات.

- يجب على وسائل الإعلام أن تُساعد في عرض وتوضيح أهداف وقيم المجتمع⁽¹⁾.

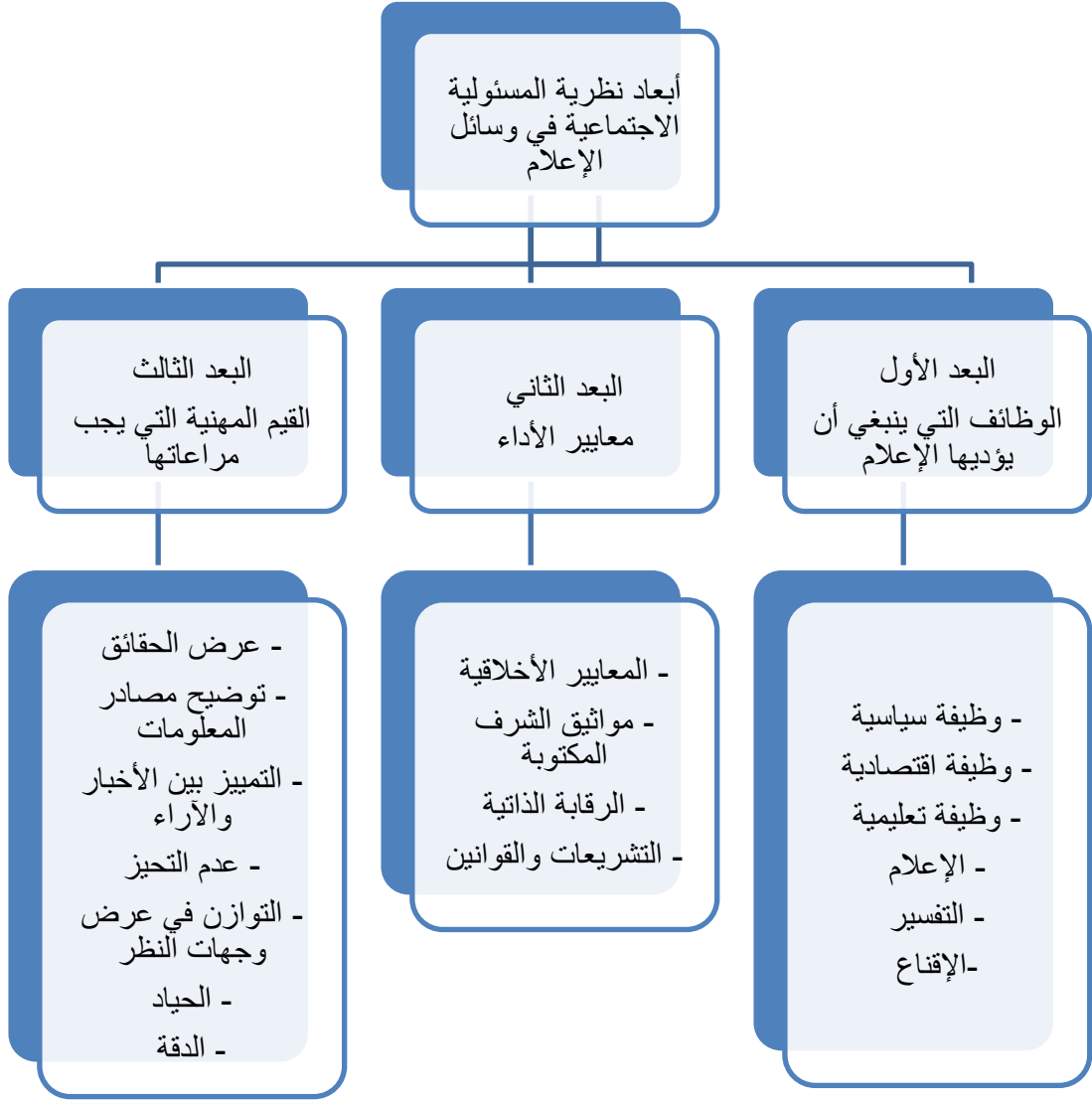
- يجب أن يكون الإعلاميون مسئولين أمام المجتمع، بالإضافة إلى مسئوليتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية، وعليهم الالتزام بمعايير ومواثيق العمل الإعلامي⁽²⁾.

أبعاد نظرية المسئولية الاجتماعية⁽³⁾:

1) Tsukamoto, Seijiro, Social responsibility theory and the study of journalism ethics in Japan, **Journal Of Mass Media Ethics**, Vol.21, No.1, 2010, pP56.

2) مها عبد المجيد صلاح، المدونات المصرية بين الحرية والمسئولية: دراسة تحليلية، المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1-3 يوليو 2008، ص961،962.

3) إنجي عباس أبو العز، معالجة القضايا الداخلية في الإذاعات المصرية الخاصة عبر الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2011، ص19.



يُشير الشكل رقم (1) إلى أبعاد نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام

أهمية النظرية في الوقت الراهن:

تكتسب النظرية أهميتها في الوقت الراهن لأسباب متعددة أبرزها⁽¹⁾:

1- أنها تعتنى بالسياق أو بالبيئة الاجتماعية المحيطة وتأخذها بعين الاعتبار أثناء ممارسة العمل الإعلامي.

2- أنها تتادي بالألا يقتصر عمل الإعلام على هدف تحقيق الربح للمالكين والمساهمين بل تشدد على

(1) طاهر محسن الغالبي، صالح مهدي والعامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، (عمان: دار وائل للنشر والطباعة، 2010)، ط2، ص97.

الجوانب الأخلاقية في ممارسة العمل. حيث أوضحت مجموعة من الدراسات العربية ضعف التزام وسائل الإعلام وخاصة الفضائيات بأسس نظرية المسؤولية الاجتماعية ومبادئها فالحرية التي تتسم بها وسائل الإعلام الخاصة قد لا يقابلها مراعاة لمسئوليتها الاجتماعية، وهو ما قد يجعلها تستغل هذه الحرية بشكل سيئ من أجل تحقيق قاعدة جماهيرية⁽¹⁾ لتحقيق الربح.

3- أنها تعتني بعملية تنمية المجتمع عمومًا من خلال الإقرار بأن استمرار عمل المؤسسة بغض النظر عن تخصصها يشترط فيه الاهتمام بتنمية المجتمعات المحيطة.

4- أنها تشدد على التزام العاملين في مجال الإعلامي بقيم عديدة أهمها: الدقة، الموضوعية، العدل، والحفاظ على ثقافة المجتمع.

تطبيق النظرية على مجال الإعلام الدراسة:

يُعد الإعلام عنصرًا مهمًا في حياتنا المعاصرة، إذ لا يستغنى عنه أي فرد في المجتمع فمنه نستقي الأخبار التي تُساعدنا على السيطرة على البيئة المحيطة بنا، ويمثل ذوي الهمم أحد الشرائح المهمة في مجتمعاتنا التي هي بحاجة للإعلام، ولكن من الملاحظ أنه غالبًا يتم تجاهلهم في كثير من البلدان النامية عند وضع الخطط وتقديم الخدمات، وخاصة الخطط والخدمات الإعلامية².

وبالتالي تُعتبر نظرية المسؤولية الاجتماعية من أنسب النظريات لدراسة الإعلام الخاص بالأقليات، فمع تزايد اهتمام الدولة بذوى الهمم وحاولتها لدمجهم في المجتمع وتوفير سبل حياة كريمة لهم تليق بهم كأفراد من المجتمع المصري؛ أصبح من الضروري إجراء دراسات إعلامية ترصد مدى التزام الإعلام بالمسؤولية الاجتماعية في تناولهم لقضايا ذوي الهمم، وذلك لأن النظرية تهتم برصد قدر الحرية التي تحظى به الوسيلة الإعلامية من جانب والتزامها بواجبها الاجتماعي في التثقيف والمساعدة في حل مشكلات المجتمع من جانب آخر.

أسباب اختيار الباحثة لنظرية المسؤولية الاجتماعية:

(1) أميرة سمير، التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسؤولية، الجزء الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008، ص134، 135.

(2) هالة عطية شاهين، ميرال يحي شبيلي، مرجع سابق، ص 150 .

تُعد نظرية المسؤولية الاجتماعية مدخلاً نظرياً ملائماً لهذه الدراسة لأنها تُساعد في التعرف على مبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية في المحتوى الإعلامي (عينة الدراسة) الذي يتناول قضايا ذوي الهمم بهدف التركيز على جوانب ومسئوليات أخلاقية ومهنية معينة دون أخرى، إضافة إلى التحقق من درجة الالتزام الأخلاقي والمهني في إعداد وتقديم هذا المحتوى مع الأخذ في الاعتبار ملكية القناة (مصرية أم عربية).

أوجه استفادة الباحثة من الإطار النظري في دراستها الحالية:

تتمثل هذه الاستفادة في عدة أمور، منها:

- صياغة فروض الدراسة.
- تحديد متغيرات الدراسة مثل: مبادئ المسؤولية الاجتماعية، وأبعاد المسؤولية الاجتماعية.
- إدخال متغيرات جديدة وفقاً لنوع الوسيلة مثل: تأثير ملكية القناة، وتكنولوجيا الاتصال الحديثة على أداء الوسيلة.
- التعرف على أوجه المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية التي يجب أن تلتزم بها وسائل الإعلام خاصة القنوات الفضائية المصرية، من أجل حماية الجمهور من المعلومات الخاطئة والتأثيرات السلبية للمضامين التليفزيونية من جانب، ومن جانب آخر المساهمة في تحقيق أهداف الدولة المصرية.
- كما استفادت هذه الدراسة من معطيات النظرية الخاصة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في البرامج عينة الدراسة بهدف التعرف على التركيز على جوانب ومسئوليات أخلاقية واجتماعية دون أخرى.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما طبيعة المحتوى الخاص بذوي الهمم المقدم في القنوات الفضائية المصرية والعربية من حيث (ال قالب الفني - اللغة المستخدمة (فصحى بسيطة - عامية - مختلطة)؟
- 2- ما الموضوعات والقضايا الخاصة بذوي الهمم التي تتناولها في القنوات الفضائية المصرية والعربية؟ واتجاهات المعالجة نحوها؟

3- ما أساليب وأبعاد معالجة الموضوعات الخاصة بذوي الهمم المقدمة في القنوات في القنوات الفضائية المصرية والعربية؟

4- ما الاستمالات الإقناعية المستخدمة في المحتوى الإعلامي للمضمون الخاص بذوي الهمم المقدم في القنوات في القنوات الفضائية المصرية والعربية؟

5- ما مدى التزام القائم بالاتصال في المحتوى الخاص بذوي الهمم المقدم بالقنوات في القنوات الفضائية المصرية والعربية بمبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية؟

فروض الدراسة:

بناءً على الإطار النظري المتمثل في نظرية المسؤولية الاجتماعية وبناءً على مراجعة التراث العلمي في هذا المجال يمكن صياغة الفرض التي تسعى الدراسة لاختباره:

1) توجد اختلافات دالة إحصائيًا بين القنوات الفضائية المصرية والعربية في كل من:

- الموضوعات والقضايا التي يتم التركيز عليها.
- اتجاه المعالجة نحو الموضوعات والقضايا المطروحة.
- المهارات المهنية لدى مقدم البرنامج.

متغيرات الدراسة:

جدول (1)

متغيرات الدراسة

المتغيرات التابعة	المتغيرات المستقلة	الفروض
<ul style="list-style-type: none">الموضوعات والقضايا التي يتم التركيز عليهااتجاه المعالجة نحو الموضوعات والقضايا المطروحةالمهارات المهنية لدى مقدم البرنامج.	ملكية الوسيلة (مصرية - عربية)	الفرض الأول

الإجراءات المنهجية للدراسة:

(أ) نوع الدراسة:

تتدرج هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية **Descriptive**، التي تستهدف خصائص الظواهر أو المجموعات محل الدراسة، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة بهدف الحصول على معلومات دقيقة وكافية عنها⁽¹⁾.

(ب) منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي **Survey** باعتباره جهدًا علميًا منظمًا للحصول على بيانات، ومعلومات، وأوصاف الظاهرة محل الدراسة، ومعرفة كافة جوانبها المختلفة⁽²⁾، ويُعد هذا المنهج أكثر المناهج ملاءمة للبحوث الإعلامية⁽³⁾.

وسيتم استخدام منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي وفي إطار ذلك يتم:

- 1- مسح مضمون عينة من البرامج التي تناولت قضايا ذوي الهمم، لمعرفة أهم القضايا المعروضة الخاصة بهم، وطرق تقديمها ومعالجتها، ومدى التزامها بمبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية.
- 2- تعتمد هذه الدراسة على أسلوب التحليل المقارن الذي يعتمد إلى عقد مقارنات لجوانب الاتفاق والاختلاف بين عدد من الظواهر، ويتم توظيف هذا الأسلوب كأسلوب منهجي مناسب للمقارنة بين القنوات الفضائية المصرية والعربية في تناول القضايا الخاصة بذوي الهمم، ومدى الالتزام بمبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية.

(ج) مجتمع الدراسة:

1) شيماء ذو الفقار زغيب، **مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية**، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2010)، ص90.

2) عمرو محمد محمود عبد الحميد، **حقوق الطفل كما تعكسها برامج الأطفال في إذاعة وتلفزيون مصر: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة**، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012، ص36.

3) محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، (القاهرة: عالم الكتب، 2000)، ص158.

يُعد مجتمع هذه الدراسة هو المحتوى الإعلامي الخاص بذوي الهمم والمقدم بالقنوات الفضائية المصرية والعربية.

(د) عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في برنامج "السفيرة عزيزة" بقناة Dmc، وبرنامج "لكل العرب" بقناة الحوار، لمدة سنة بأسلوب الحصر الشامل.

توصيف عينة الدراسة:

جدول (2)

توصيف عينة الدراسة

أوجه التوصيف	برنامج السفيرة عزيزة	برنامج لكل العرب
دورية البث	6 أيام بالأسبوع	5 أيام بالأسبوع
أيام البث	من السبت إلى الخميس	من الأثنين إلى الجمعة
فترة البث	مساءً (الساعة 3م)	مساءً (الساعة 8م)
عدد ساعات البث	ساعة ونصف	ساعة ونصف
نوع البث	مباشر	مباشر
الملكية	مصرية	عربية
اسم مقدم البرنامج	سناء منصور - جاسمين طه نكي - شرين عفت - رضوي حسن - نهى عبدالعزيز - سالي شاهين	إسراء الشيخ - علا جغل

وقد تم اختيار هذه العينة للأسباب الآتية:

- ثراء فترة الدراسة وتنوع المحتوى الخاص بذوي الهمم التي تناولتها وسائل الإعلام المصرية والعربية، فقد تمَّ تحديد الفترة الزمنية للدراسة في الفترة من (2021/2/1) إلى (2022/1/31) لأن هذه الفترة شهدت اهتمام بالغ من قبل الدولة المصرية بقضايا ذوي الهمم مما انعكس على اهتمام وسائل الإعلام بقضايا هذه الفئة من المجتمع.

(هـ) أساليب جمع البيانات:

تمّ الاعتماد على استمارة تحليل مضمون للتناول الإعلامي للقضايا الخاصة بذوي الهمم عينة الدراسة للاستفادة من تحليل نتائجها للتعرف على مستوى التزامها بمبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية.

(ز) المعالجة الإحصائية للبيانات:

قامت الباحثتين بجمع بيانات الدراسة عن طريق تطبيق استمارة تحليل المضمون على عينة البرامج، وبعد الانتهاء من جمع البيانات، تمّ ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" المعروف باسم **Spss** اختصاراً ل: **Statistical Package For the Social Sciences**، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر، أي عند مستوى معنوية (0,05) فأقل.

وتمّ استخدام المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

أولاً: النتائج العامة للدراسة:

أ- النتائج الخاصة بفئات الشكل:

1- القوالب الفنية التي قدمت من خلال الفقرة:

جدول (3)

القالب الفني المستخدم في الفقرة

الإجمالي		لكل العرب		السفيرة عزيزة		البرامج	القوالب الفنية
%	ك	%	ك	%	ك		
37,9	117	33,9	57	42,8	60	حوار داخل الاستوديو	4
5,8	18	0	0	12,8	18	حوار خارجي	

5,5	17	0,5	1	11,4	16	حوار عبر الهاتف
1,9	6	0	0	4,2	6	حوار عبر الاقمار الصناعية
35,7	110	33,9	57	37,8	53	حديث مباشر
28,8	89	32,7	55	24,2	34	تقرير إخباري
308	168	140				إجمالي الفقرات(*)

يوضح الجدول السابق القوالب الفنية المستخدمة في عرض وتقديم الفقرات في البرامج التي اهتمت بالموضوعات الخاصة بذوي الهمم في الفضائيات المصرية والعربية عينة الدراسة فجاءت كالتالي:

جاء "حوار داخل الاستديو" كأبرز القوالب الفنية المستخدمة في برنامج "السفيرة عزيزة" بنسبة (42,8%)، يليه قالب "حديث مباشر" بنسبة (37,8%)، ثم "تقرير إخباري" بنسبة (24,2%)، وتأخر ترتيب باقي القوالب التي جاءت بنسب قليلة.

وجاء قالب "حوار داخل الاستديو"، وقالب "حديث مباشر" في المرتبة الأولى من حيث القوالب المستخدمة في برنامج "لكل العرب" بنسبة (33,9%)، يليهم "تقرير إخباري" بنسبة (32,7%)، ثم "حوار عبر الهاتف" بنسبة (0,5%).

وإجمالاً جاء "حوار داخل الاستديو" كأبرز القوالب الفنية المستخدمة في البرنامجين في المرتبة الأولى بنسبة (37,9%)، يليه في المرتبة الثانية "حديث مباشر" بنسبة (35,7%)، ثم جاء في المرتبة الثالثة "تقرير إخباري" بنسبة (28,8%)، بينما قلت نسب باقي القوالب الفنية، حيث جاء "حوار عبر الأقمار الصناعية" في المرتبة الأخيرة بنسبة (1,9%).

نستنتج مما سبق: ارتفاع نسبة اعتماد البرامج التي اهتمت بذوي الهمم في القنوات الفضائيات المصرية والعربية عينة الدراسة على "حوار في الاستديو" كأبرز القوالب الفنية المستخدمة في عرض الفقرات، ويمكن إرجاع أسباب ذلك إلى طبيعة مضمون الفقرات التي تتناول فئة مهمة ليست بقليلة في المجتمع وتستهدف دمجهم فيه. وقد لاحظت الباحثة أن الاستديوهات مجهزة بشكل جيد وصالح لاستضافة ضيوف البرامج.

(*) جاء إجمالي التكرارات أكبر من إجمالي الفقرات، حيث يمكن في الفقرة الواحدة استخدام أكثر من قالب فني، فقد جاء (إجمالي التكرارات = 357) قالب فني في البرنامجين بواقع (187) قالب فني في برنامج "السفيرة عزيزة"، (170) قالب فني في برنامج "لكل العرب".

كذلك نستنتج ضعف نسبة اعتماد البرامج عينة الدراسة على "حوار عبر الهاتف" كقالب فني مستخدم في عرض الفقرات، وتفسير ذلك في ضوء إمكانية انقطاع الاتصال الهاتفي الذي يحدث بشكل دائم بين الضيف والمذيع، كذلك من الممكن أن تقل مصداقية الضيف لدى المشاهد في الاتصالات الهاتفية.

2- اللغة المستخدمة:

جدول (4)

اللغة المستخدمة في الفقرة

الإجمالي		لكل العرب		السفيرة عزيزة		البرامج اللغة المستخدمة
%	ك	%	ك	%	ك	
54,5	168	64,9	109	42,1	59	الفصحى البسيطة
44,8	138	35,1	59	56,4	79	المختلطة
0,7	2	0	0	1,5	2	العامية
100	308	100	168	100	140	إجمالي الفقرات

يوضح الجدول السابق اللغة المستخدمة في عرض وتقديم الفقرات في البرامج التي اهتمت بالموضوعات الخاصة بذوي الهمم في الفضائيات المصرية والعربية عينة الدراسة فجاءت كالتالي:

غلبة استخدام اللغة "المختلطة" في برنامج "السفيرة عزيزة" لأكثر من نصف فقرات العينة بنسبة (56,4%)، يليها "العربية الفصحى" بنسبة (42,1%)، وفي المرتبة الأخيرة "العامية" بنسبة (1,5%).

وفي برنامج "لكل العرب" جاء الاستخدام الأكثر للغة "الفصحى البسيطة" بنسبة (64,9%)، وانعدمت استخدام "اللغة العامية" من البرنامج.

وإجمالاً جاءت اللغة "الفصحى البسيطة" في المرتبة الأولى في البرنامجين بنسبة (54,5%)، يليها اللغة "المختلطة" بنسبة (44,8%)، وأخيراً اللغة "العامية" بنسبة (0,7%).

نستنتج مما سبق: اعتماد البرامج عينة الدراسة على اللغة الفصحى البسيطة وهذه نتيجة منطقية لطبيعة ونوع القضايا والموضوعات التي تتناولها هذه البرامج والتي تتطلب لغة بعيدة تماماً عن وبعيدة عن الركافة، لذلك تُقدم بلغة فصحى بسيطة غير معقدة.

3- أساليب عرض وتقديم الموضوع أو القضية الخاصة بذوي الهمم:

جدول (5)

أساليب عرض وتقديم المحتوى الخاص بذوي الهمم

الإجمالي		لكل العرب		السفيرة عزيزة		البرامج	أساليب العرض
%	ك	%	ك	%	ك		
98,3	303	98,8	166	2,1	3	حية	فيديوهات
48	148	30,3	51	69,2	97	مسجلة	
17,5	54	21,4	36	12,8	18	ارشيفية	
39,6	122	33,9	57	46,4	65	صورحية	صور ثابتة
26,2	81	32,1	54	19,2	27	رسم بياني	
2,2	7	1,7	3	2,8	4	جرافيك	
1,2	4	0	0	2,8	4	صور من موقع إلكتروني	أخرى
0,6	2	0	0	1,4	2	صور من مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الموبايل	
0,3	1	0	0	0,71	1	صور شخصية	
308		168		140		إجمالي الفقرات(*)	

يوضح الجدول السابق أساليب عرض وتقديم الفقرات في البرامج التي اهتمت بالموضوعات الخاصة بذوي الهمم في الفضائيات المصرية والعربية عينة الدراسة فجاءت كالتالي:

الفيديوهات المسجلة جاءت في مقدمة أساليب عرض وتقديم الموضوعات والقضايا الخاصة بذوي الهمم في برنامج "السفيرة عزيزة" بنسبة (69,2%) وذلك لإضفاء الواقعية والمصداقية أكثر وربط المشاهد بالحدث أو الخبر المنقول، تليها "الفيديوهات الأرشيفية" بنسبة (12,8%)، ثم "الحية" بنسبة (2,1%).

(*) جاء إجمالي التكرارات أكبر من إجمالي الفقرات، حيث أن الفقرة الواحدة قد تحتوى على أكثر من أسلوب للعرض، فقد جاء (إجمالي التكرارات = 588) بواقع (221) تكرار لبرنامج "مال وأعمال" و(367) تكرار لبرنامج "مؤشر النيل".

بينما جاءت "الفيديوهات الحية" في مقدمة أساليب عرض وتقديم الموضوعات والقضايا الاقتصادية في برنامج "لكل العرب" بنسبة (98,8%)، يليها الفيديوهات "المسجلة" بنسبة (30,3%)، ثم "الأرشيفية" بنسبة (21,4%).

وإجمالاً جاءت "الفيديوهات الحية" في المرتبة الأولى بنسبة (98,3%) في البرنامجين وقد أوضحت دراسة (عربي محمد المصري)⁽¹⁾ أن استخدام المادة الفيلمية والاهتمام بالصور الحية يُعد أهم ما يلفت نظر المبحوثين في البرامج وهي ضمن أهم الأسباب التي تجعل المبحوثين يفضلون وسيلة إعلامية عن غيرها من الوسائل الأخرى، حيثُ إنها تُحرك اهتمام المشاهد، وحب الاستطلاع لديه.

كذلك جاء "الصور الحية" في مقدمة "الصور الثابتة" في برنامج "السفيرة عزيزة" بنسبة (46,4%)، يليه "الرسم البياني" بنسبة (19,2%)، ثم "الجرافيك" و"صور من موقع إلكتروني" بالتساوي بنسبة (2,8%)، ثم "صور من مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الموبايل" بنسبة (1,4%)، ثم "صور شخصية" بنسبة (0,71%).

وفي برنامج "لكل العرب" جاء "الصور الحية" في مقدمة الصور الثابتة بنسبة (33,9%)، يليه "الرسم البياني" بنسبة (32,1%)، ثم "الجرافيك" بنسبة (1,7%)، ولم يتم الاستعانة بالأشكال الأخرى مطلقاً.

وإجمالاً جاءت "الصور الحية" في مقدمة "الصور الثابتة" في البرنامجين بنسبة (39,6%)، يليه "الرسم البياني" بنسبة (26,2%) وذلك يتناسب مع طبيعة الموضوعات المطروحة التي يتطلب عرضها التركيز على لقطات حية لذوي الهمم، ثم "الجرافيك" بنسبة (2,2%)، ثم "صور من موقع إلكتروني" بنسبة (1,2%)، ثم "صور من مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الموبايل" بنسبة (0,6%)، وجاءت في المرتبة الأخيرة "الصور الشخصية" بنسبة (0,3%) والاستخدام الوافر للصور الموضحة للمضمون سواء المتحركة أو الثابتة يُعد نقطة.

نستنتج مما سبق: اهتمام البرامج عينة الدراسة باستخدام عوامل إبراز وإيضاح للمحتوى الخاص بذوي الهمم، وتُلاحظ غلبة استخدام الفيديوهات أكثر من الصور الثابتة، وذلك كما أوضحنا سابقاً، وذلك لإضفاء الواقعية على الحدث المقدم وربط المشاهد به.

(1) عربي محمد المصري، الأخبار السلبية في التلفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبناني، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2000.

ب- النتائج الخاصة بفئات المضمون:

4- أبرز الموضوعات الخاصة بذوي الهمم التي تتضمنها الفقرة:

جدول (6)

أبرز الموضوعات الخاصة بذوي الهمم في الفقرة

الإجمالي		لكل العرب		السفيرة عزيزة		البرامج أبرز الموضوعات
%	ك	%	ك	%	ك	
72,4	223	97,6	164	42	59	مفهوم ذوي الهمم وأوضاعهم
38,9	120	46,4	78	30	42	مبادئ حماية ذوي الهمم
27,9	86	17,8	30	40	56	المشكلات التي تواجه ذوي الهمم
24,6	76	21,4	36	28,5	40	أنواع وفئات ذوي الهمم
23,7	73	30,3	51	15,7	22	حقوق ذوي الهمم
16,5	51	8,9	15	25,7	36	طرق ووسائل التعامل مع ذوي الهمم
16,5	51	29	49	1,4	2	التعليم الخاص بذوي الهمم
16,2	50	22,6	38	8,5	12	التدريب والتأهيل المهني لذوي الهمم
15,2	47	16	27	14,2	20	نشر الوعي بين أفراد المجتمع لمساواة ذوي الهمم مع الأفراد العاديين
14,2	44	20,8	35	6,4	9	الأنشطة الثقافية لذوي الهمم
10	31	11,3	19	8,5	12	تأمين المرافق العامة التي تناسب أوضاع ذوي الهمم
308		168		140		إجمالي الفقرات (*)

يوضح الجدول السابق أبرز الموضوعات البرامج التي اهتمت بالموضوعات الخاصة بذوي

(*) جاء إجمالي التكرارات أكبر من إجمالي الفقرات، حيث يُمكن أن تتناول الفقرة الواحدة أكثر من موضوع خاص بذوي الهمم، فقد جاء (إجمالي التكرارات = 1035) بواقع (378) تكرار لبرنامج "السفيرة عزيزة" و(657) لبرنامج "لكل العرب".

الهمم في الفضائيات المصرية والعربية عينة الدراسة فجاءت كالتالي:

"مفهوم ذوي الهمم وأوضاعهم" جاءت على رأس الموضوعات الخاصة بذوي الهمم التي ركزت عليها فقرات برنامج "السفيرة عزيزة" بنسبة (42%)، يليها "المشكلات التي تواجه ذوي الهمم" بنسبة (40%)، ثم "مبادئ حماية ذوي الهمم" بنسبة (30%)، وجاءت "الأنشطة الثقافية لذوي الهمم" و"الأنشطة الثقافية لذوي الهمم" في المراتب الأخيرة بنسبة (8,5%) للأولى و(6,4%) للثانية برغم أهمية هذه الموضوعات.

كما جاءت البورصة أيضًا في مقدمة الموضوعات التي ركزت عليها فقرات برنامج "لكل العرب" بنسبة (97,6%)، يليها "مفهوم ذوي الهمم وأوضاعهم" بنسبة (46,4%)، ثم "مبادئ حماية ذوي الهمم" بنسبة (30,3%)، وجاء موضوع "تأمين المرافق العامة التي تتناسب أوضاع ذوي الهمم" في المرتبة الأخيرة بنسبة (11,3%) برغم أهميته البالغة لهذه الفئة.

وإجمالاً جاءت "مفهوم ذوي الهمم وأوضاعهم" في مقدمة الموضوعات التي طرحت في البرنامجين بنسبة (72,4%)، يليها "مبادئ حماية ذوي الهمم" بنسبة (38,9%)، ثم "المشكلات التي تواجه ذوي الهمم" بنسبة (27,9%)، ثم "أنواع وفئات ذوي الهمم" بنسبة (24,6%)، ثم "حقوق ذوي الهمم" بنسبة (23,7%)، "الأنشطة الثقافية لذوي الهمم" بنسبة (14,2%)، "تأمين المرافق العامة التي تتناسب أوضاع ذوي الهمم" بنسبة (10%)، ويُمكن تفسير تأخر ترتيب هذه القضايا لأنها قضايا ليست جديدة وعادة ما تُثار في وسائل الإعلام، وبالتالي فإن اهتمام وسائل الإعلام يكون أقل في مثل هذه القضايا إلا في حالة وجود أحداث جديدة خاصة بها.

5- اتجاه المعالجة نحو الموضوع المطروح في الفقرة:

جدول (7)

اتجاه المعالجة نحو الموضوعات المطروحة

الإجمالي		لكل العرب		السفيرة العزيزة		البرامج	اتجاه المعالجة
%	ك	%	ك	%	ك		
51,6	159	64,3	108	36,4	51	متوازن	
38,3	118	21,4	36	58,6	82	إيجابي	
10,1	31	14,3	24	5	7	سلبي	

100	308	100	168	100	140	إجمالي الفقرات
-----	-----	-----	-----	-----	-----	----------------

يوضح الجدول السابق اتجاه المعالجة نحو الموضوعات المطروحة في البرامج التي اهتمت بالموضوعات الخاصة بذوي الهمم في الفضائيات المصرية والعربية عينة الدراسة فجاءت كالتالي:

اتجاه المعالجة جاء في أغلبه "إيجابي" في برنامج "السفيرة عزيزة" بنسبة (58,6%)، يليه "متوازن" بنسبة (58,6%)، ثم "سلبي" بنسبة (5%)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة دراسة علي القرني (1) التي بينت أن الصورة الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة تتسم بالاجابية، وأن متوسط اتجاهات الإعلاميين يشير إلى توجهات ايجابية نحو ذوي الاحتياجات الخاصة. وفي برنامج "لكل العرب" ظهر غلبه الاتجاه "المتوازن" على المعالجة بنسبة (64,3%)، يليه الاتجاه "الإيجابي" بنسبة (21,4%)، ثم "السلبي" بنسبة (14,3%).

وإجمالاً كان الاتجاه ال "متوازن" له الغلبة في البرنامجين بنسبة (51,6%) ويمكن إرجاع ذلك لمحاولة الإعلام المصري لتقديم صورة واقعية عن الموضوعات الخاصة بذوي الهمم وفقاً للقرارات والإجراءات التي تتم على أرض الواقع، يليه "إيجابي" بنسبة (38,3%)، ثم في المرتبة الأخيرة "سلبي" بنسبة (10,1%).

نستنتج مما سبق: غلبة الاتجاه المتوازن على اتجاه معالجة البرامج عينة الدراسة للموضوعات الخاصة بذوي الهمم، وهذا يؤكد حرص هذه البرامج على توخي الدقة والحيادية في نقل المعلومات كقيمة إخبارية من وظائف الإعلام.

6- أبعاد معالجة الموضوعات والقضايا المطروحة في الفقرة:

جدول (8)

أبعاد معالجة الموضوعات المطروحة

الإجمالي		لكل العرب		السفيرة العزيزة		البرامج
%	ك	%	ك	%	ك	
97,7	301	98,8	166	96,4	135	أبعاد المعالجة
						التعريف بالموضوع

(1) علي بن شويل القرني، اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة، مجلة جامعة الملك سعود، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، مج20، ع2، يوليو 2017.

51	157	42,3	71	61,4	86	معالجة مختلف جوانب الموضوع
17,9	55	19,6	33	15,7	22	شرح الاسباب التي ادت إلي ظهور المشكلات المتعلقة بالموضوعات والقضايا الخاصة بذوي الهمم
9,4	29	14,9	25	2,9	4	متابعة حل المشكلات التي تمّ طرحها
6,8	21	4,2	7	10	14	اقتراح حلول للمشكلات المعروضة
308		168		140		إجمالي الفقرات(*)

يوضح الجدول السابق أبعاد معالجة الموضوعات والقضايا المطروحة في البرامج البرامج التي اهتمت بالموضوعات الخاصة بذوي الهمم في الفضائيات المصرية والعربية عينة الدراسة فجاءت كالتالي:

"التعريف بالموضوع" جاء على رأس أبعاد المعالجة في برنامج "السفيرة عزيزة" بفارق عن البقية وبنسبة (96,4%)، يليه "معالجة مختلف جوانب الموضوع" بنسبة (61,4%)، ثم "شرح الاسباب التي أدت إلى ظهور المشكلات المتعلقة بالموضوعات والقضايا " بنسبة (15,7%)، ثم "اقتراح حلول للمشكلات المعروضة" بنسبة (10%)، وأخيراً "متابعة حل المشكلات التي تمّ طرحها" بنسبة (2,9%).

كذلك في برنامج "لكل العرب" جاء "التعريف بالموضوع" في مقدمة أبعاد المعالجة بنسبة (98,8%)، يليه بفارق "معالجة مختلف جوانب الموضوع" بنسبة (42,3%)، ثم "شرح الأسباب التي ادت إلي ظهور المشكلات المتعلقة بالموضوعات والقضايا الخاصة بذوي الهمم" بنسبة (19,6%)، ثم "متابعة حل المشكلات التي تمّ طرحها " بنسبة (14,9%)، ثم بفارق "اقتراح حلول للمشكلات المعروضة" بنسبة (4,2%).

وإجمالاً جاء "التعريف بالموضوع" على رأس أبعاد المعالجة في البرنامجين بنسبة (97,7%) وذلك لأن الإعلام هدفه الأساسي هو الإخبار وإعطاء المعلومة، يليه "معالجة مختلف جوانب الموضوع" بنسبة (51%) وهذا يُعد مستوى متقدم من إعطاء المعلومة، ثم "شرح الاسباب التي ادت إلي ظهور المشكلات المتعلقة بالموضوعات والقضايا الخاصة بذوي الهمم" بنسبة (17,9%)، ثم "متابعة حل

(*) جاء إجمالي التكرارات أكبر من إجمالي الفقرات حيث يُمكن أن تعتمد الفقرة الواحدة على أكثر من بُعد للمعالجة، حيث جاء (إجمالي التكرارات = 563) بواقع (261) تكرار لبرنامج "مال وأعمال"، و(302) تكرار لبرنامج "مؤشر النيل".

المشكلات التي تمّ طرحها" بنسبة (9,4%)، وأخيراً "اقتراح حلول للمشكلات المعروضة" بنسبة (6,8%) وذلك لأن كثيراً من المدارس الإعلامية ترى أن وظيفتها هو عرض الموضوع أو الأزمة من كافة جوانبها فقط وأنها ليست هي الجهة المنوطة بتقديم حلول وهذا يتنافى مع ضرورة وجود دور فعال لوسائل الإعلام خاصة مع محاولات الدولة في تعزيز قضايا التنمية.

نستنتج مما سبق: تصدر "التعريف بالموضوع" قائمة أبعاد معالجة البرامج عينة الدراسة للموضوعات الخاصة بذوي الهمم، ويُمكن ملاحظة ذلك في استهداف التعريف بالتحديات التي تواجه دمج ذوي الهمم في المجتمع وتوفير سبل حياة كريمة لهم.

7- ملاءمة تخصصات الضيوف:

جدول (9)

ملاءمة تخصصات الضيوف

الإجمالي		لكل العرب		السفيرة عزيزة		البرامج
%	ك	%	ك	%	ك	
54,2	167	42,3	71	68,6	96	ملائمة
2,6	8	0	0	5,7	8	ملائمة إلى حد ما
1,3	4	1,2	2	1,4	2	غير ملائمة
41,9	129	56,5	95	24,3	34	لا يوجد
100	308	100	168	100	140	إجمالي الفقرات

يوضح الجدول السابق ملاءمة تخصصات الضيوف في البرامج التي اهتمت بالموضوعات الخاصة بذوي الهمم في الفضائيات المصرية والعربية عينة الدراسة فجاءت كالتالي:

(68,6%) من ضيوف برنامج "السفيرة عزيزة" كانت تخصصاتهم "ملائمة" للموضوعات المطروحة بفقرات البرنامج، و(5,7%) من الضيوف كانت تخصصاتهم "ملائمة إلى حد ما"، و(1,4%) منهم فقط كانت تخصصاتهم "غير ملائمة".

بينما (24,3%) من فقرات البرنامج "لم يتواجد" فيها ضيوف، و(56,5) من فقرات برنامج "مؤشر النيل" "لم يتواجد" فيها ضيوف، في حين جاءت تخصصات ضيوف برنامج "لكل العرب"

"ملائمة" بنسبة (42,3%)، و"غير ملائمة" بنسبة (1,2%).

وإجمالاً جاءت تخصصات الضيوف في البرنامجين "ملائمة" بنسبة (54,2%)، و (2,6%) منهم "ملائمة إلى حد ما"، و(1,3%) "غير ملائمة".

ونستنتج مما سبق: عدم كفاية نسبة ملائمة الضيوف حيث إنه ومن المفترض كانت تزيد نسبة ملائمة الضيوف عن هذه النسبة حيث أن القضايا الخاصة بذوي الهمم تخص فئة لها ظروفها الخاصة كان من الأولى عرض نماذج ناجحة منهم، وعرض المشاكل والتحديات التي يواجهونها أحلامهم من خلالهم.

8- أساليب الإقناع:

أولاً: الأساليب المنطقية:

جدول (10)

الأساليب المنطقية في الإقناع

الإجمالي		لكل العرب		السفيرة عزيزة		البرامج الأساليب المنطقية
%	ك	%	ك	%	ك	
97,1	299	98,8	166	95	133	تقديم أرقام وإحصائيات
49,7	153	33,3	56	69,3	97	الاستشهاد بالأدلة
20,8	64	25,6	43	15	21	تكرار الرسالة
17,5	54	14,3	24	21,4	30	عرض خبرات مختلفة
5,5	17	7,1	12	3,6	5	عرض آراء ووجهات نظر مختلفة
308		168		140		إجمالي الفقرات (*)

يوضح الجدول السابق الأساليب المنطقية في أساليب الإقناع المستخدمة في عرض الموضوعات والقضايا في البرامج التي اهتمت بالموضوعات الخاصة بذوي الهمم في الفضائيات المصرية والعربية عينة الدراسة فجاءت كالتالي:

(*) جاء إجمالي التكرارات أكبر من إجمالي الفقرات حيث يمكن أن تحتوى الفقرة الواحدة على أكثر من أسلوب اقناع منطقي، فقد جاء (إجمالي التكرارات = 587) بواقع (286) تكرار لبرنامج "السفيرة عزيزة"، و(301) تكرار لبرنامج "لكل العرب".

"تقديم أرقام وإحصائيات" جاء في مقدمة أساليب الإقناع المنطقية في برنامج "السيرة عزيزة" بنسبة (95%)، يليها "الاستشهاد بالأدلة" بنسبة (69,3%)، ثم "عرض خبرات مختلفة" بنسبة (21,4%)، ثم "تكرار الرسالة" بنسبة (15%)، ثم "عرض آراء ووجهات نظر مختلفة" بنسبة (3,6%).

وجاء أيضًا "تقديم أرقام وإحصائيات" في مقدمة أساليب الإقناع المنطقية في برنامج "لكل العرب" بنسبة (98,8%)، يليه "الاستشهاد بالأدلة" بنسبة (33,3%)، ثم "تكرار الرسالة" بنسبة (25,6%)، ثم "عرض خبرات مختلفة" بنسبة (14,3%)، وأخيرًا "عرض آراء ووجهات نظر مختلفة" بنسبة (7,1%).

وإجمالًا جاء "تقديم أرقام وإحصائيات" في مقدمة أساليب الإقناع المنطقية في البرنامجين بنسبة (97,1%) وذلك لأن الأرقام هي المؤشر الحقيقي للإنجازات التي قامت بها الدولة للنهوض بوضع ذوي الهمم، كما اعتمد كلا البرنامجين على المقارنة بين الإحصائيات في أوقات مختلفة، يليه "الاستشهاد بالأدلة" بنسبة (49,7%) مثل: (صور مسجلة من موقع الحدث - مواد من القانون - تقارير من جهات رسمية- عرض تجارب حية) ويعد هذا الأسلوب الأقوى لإثبات صحة الرسالة والمعلومة المقدمة، ثم "تكرار الرسالة" بنسبة (20,8%)، ثم "عرض خبرات مختلفة" بنسبة (17,5%)، ثم في المرتبة الأخيرة "عرض آراء ووجهات نظر مختلفة" بنسبة (5,5%).

ثانياً : الأساليب الوجدانية :

جدول (11)

الأساليب الوجدانية في الإقناع

الإجمالي		لكل العرب		السفيرة عزيزة		البرامج الأساليب الوجدانية
%	ك	%	ك	%	ك	
71,7	221	65,4	110	79,2	111	لم تستخدم الأساليب الوجدانية
17,9	55	19	32	16,4	23	استغلال بعض النماذج في دعم وجهة النظر المطروحة
8,1	25	13,1	22	2,1	3	جوانب إنسانية
1,9	6	2,4	4	1,4	2	التحويل المتعمد والمبالغة
0,3	1	0	0	0,7	1	التحويل المتعمد
308		168		140		إجمالي الفقرات

يوضح الجدول السابق الأساليب الوجدانية في أساليب الإقناع المستخدمة في عرض الموضوعات والقضايا في البرامج البرامج التي اهتمت بالموضوعات الخاصة بذوي الهمم في الفضائيات المصرية والعربية عينة الدراسة فجاءت كالتالي:

"استغلال بعض النماذج في دعم وجهة النظر المطروحة" جاء في مقدمة أساليب الإقناع الوجدانية في برنامج "السفيرة عزيزة" بنسبة (16,4%)، يليه "جوانب إنسانية" بنسبة (2,1%)، ثم "التحويل المتعمد والمبالغة" بنسبة (1,4%)، ثم "التهوين المتعمد" بنسبة (0,7%)، في حين لم تستخدم الأساليب الوجدانية" في برنامج "السفيرة عزيزة" بنسبة (79,2%).

وجاء "استغلال بعض النماذج في دعم وجهة النظر المطروحة" في مقدمة أساليب الإقناع الوجدانية في برنامج "لكل العرب" بنسبة (19%)، يليه "جوانب إنسانية" بنسبة (13,1%)، وأخيراً "التحويل المتعمد والمبالغة" بنسبة (2,4%)، كما لم تستخدم الأساليب الوجدانية" في برنامج "لكل العرب" بنسبة (65,4%).

وإجمالاً جاء "استغلال بعض النماذج في دعم وجهة النظر المطروحة" في مقدمة أساليب الإقناع الوجدانية في البرنامجين بنسبة (19,9%) وذلك لأن الجمهور من وجهة نظر الإعلام هو دائماً الورقة الرابحة والهدف والغاية، وكلما اتخذ الإعلام صفهم كلما كسب تأييدهم وهم الدافع والمحرك الرئيسي لاستمرار وسائل إعلام وعدم استمرار أخرى، ثم "جوانب إنسانية" بنسبة (8,1%)، ثم "التحويل المتعمد والمبالغة" بنسبة (1,9%)، وأخيراً "التهوين المتعمد" بنسبة (0,3%)، في حين لم تستخدم الأساليب الوجدانية" في البرنامجين بنسبة (71,7%).

نستنتج مما سبق: ضعف الاعتماد على أساليب الإقناع الوجدانية في البرامج عينة الدراسة برغم أن الموضوعات الخاصة بذوي الهمم هي إنسانية في المقام الأول.

9- المهارات المهنية لدى مقدم البرنامج:

جدول (12)

المهارات المهنية لمقدم البرنامج

الإجمالي		لكل العرب		السفيرة عزيزة		البرامج
ك	%	ك	%	ك	%	
211	68,5	119	70,8	92	65,7	التزام مقدم البرنامج بالحياد وعدم تبني رأي واحد
199	64,6	100	59,5	99	70,7	الفصل بين الرأي والخبر

57,1	176	33,3	56	85,7	120	الإلام بجوانب الموضوع
56,2	173	58,9	99	52,9	74	التواصل مع الكاميرا
51	157	35,1	59	70	98	التزام مقدم البرنامج بآداب الحوار والقدرة على إدارته
308		168		140		إجمالي الفقرات (*)

يوضح الجدول السابق المهارات المهنية لدى مقدمي البرامج التي اهتمت بالموضوعات الخاصة بذوي الهمم في الفضائيات المصرية والعربية عينة الدراسة فجاءت كالتالي:

"الإلام بجوانب الموضوع" جاء في مقدمة المهارات المهنية لمقدمي برنامج "السفيرة عزيزة" بنسبة (85,7%) وهذا يعكس وجود إعداد قوي من قبل فريق البرنامج وحرص مقدمي البرنامج على معرفة كافة المعلومات المتعلقة بالقضايا التي سيتم عرضها خلال الحلقة كما يعكس ثقافتهم وسعة اطلاعهم، يليه "الفصل بين الرأي والخبر" بنسبة (70,7%) مما يعكس مهنية البرنامج، ثم "التزام مقدم البرنامج بآداب الحوار والقدرة على إدارته" بنسبة (70%)، ثم "التزام مقدم البرنامج بالحياد وعدم تبني رأي واحد" بنسبة (65,7%)، ثم "التواصل مع الكاميرا" بنسبة (52,9%).

وجاء "التزام مقدم البرنامج بالحياد وعدم تبني رأي واحد" في مقدمة المهارات المهنية لمقدمي برنامج "لكل العرب" بنسبة (70,8%) وهذا مؤشر جيد يدل على تطور أداء ومهنية مقدمي القنوات العربية، يليه "الفصل بين الرأي والخبر" بنسبة (59,5%)، ثم "التواصل مع الكاميرا" بنسبة (58,9%)، ثم "التزام مقدم البرنامج بآداب الحوار والقدرة على إدارته" بنسبة (35,1%)، ثم "الإلام بجوانب الموضوع" بنسبة (33,3%) وتأخر ترتيب هذا السمة يُعاب عليهم حيثُ لابد لمقدم البرنامج أن يكون على اطلاع وافٍ على كافة التفاصيل والمعلومات الخاصة بالموضوع الذي سيطرحه على جمهوره حتى تكون لديه القدرة على توصيل رسالته بالشكل المطلوب.

وإجمالاً جاء "التزام مقدم البرنامج بالحياد وعدم تبني رأي واحد" في مقدمة المهارات المهنية لمقدمي البرنامج بنسبة (68,5%) وهو ما يُشير إلى تقدير القائمين على البرامج عينة الدراسة للفئة الموجه إليها هذه البرامج ومدى فهمهم للدور والهدف الأساسي من بث الرسائل الإعلامية، يليه "الفصل

(*) جاء إجمالي التكرارات أكبر من إجمالي الفقرات حيثُ يُمكن أن يجمع المذيع بين أكثر من مهارة مهنية في الفقرة الواحدة، فقد جاء (إجمالي التكرارات = 916) بواقع (483) تكرار لبرنامج "السفيرة عزيزة" و(433) تكرار لبرنامج "لكل العرب".

بين الرأي والخبر" بنسبة (64,6%)، ثم "الإمام بجوانب الموضوع" بنسبة (57,1%)، ثم "التواصل مع الكاميرا" بنسبة (56,2%)، ثم "التزام مقدم البرنامج بأداب الحوار والقدرة على إدارته" بنسبة (51%).

10 - المسؤولية الاجتماعية للبرنامج نحو الافراد:

جدول (13)

المسؤولية الاجتماعية نحو الأفراد

الإجمالي		لكل العرب		السفيرة عزيزة		البرامج	
%	ك	%	ك	%	ك	المسؤولية الاجتماعية نحو الافراد	
99	305	100	168	97,9	137	نعم	احترام حقوق الانسان
1	3	0	0	2,1	3	لا	
99	305	100	168	97,9	137	نعم	احترام خصوصية الأفراد
1	3	0	0	2,1	3	لا	
53,9	166	28,6	48	84,3	118	نعم	احترام حق الرد والتصحيح
46,1	142	71,4	120	15,7	22	لا	
66,6	205	40,5	68	97,9	137	نعم	الدعوة إلى احترام كرامة الإنسان
33,4	103	59,5	100	2,1	3	لا	
53,2	164	32,7	55	77,9	109	نعم	احترام الضيف المشارك واعطائه المساحة كاملة لعرض وجهة نظره
46,8	144	67,3	113	22,1	31	لا	
100	308	100	168	100	140	إجمالي الفقرات	

يوضح الجدول السابق المسؤولية الاجتماعية البرامج التي اهتمت بالموضوعات الخاصة بذوي

الاهتمام في الفضائيات المصرية والعربية عينة الدراسة نحو الافراد فجاءت كالتالي:

التزام برنامج "السفيرة عزيزة" بمسئوليته الاجتماعية نحو الأفراد بنسب كبيرة ولكنها متفاوتة من ملامح لآخر وجاءت أعلى ملامح الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية نحو الأفراد في البرنامج متمثلة في "احترام حقوق الإنسان" و"احترام خصوصية الأفراد" و"الدعوة إلى احترام كرامة الإنسان" بالتساوي بنسبة (97,9%) ولم يتحققوا بنسبة (2,1%)، يليهم "احترام حق الرد والتصحيح" الذي تحقق بنسبة (84,3%)

ولم يتحقق بنسبة (15,7%)، ثم "احترام الضيف المشارك وإعطائه المساحة الكاملة لعرض وجهة نظره" حيثُ تحقق بنسبة (77,9%) ولم يتحقق بنسبة (22,1%).

بينما جاء ملامح الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية نحو الأفراد في برنامج "لكل العرب" متحققين بنسبة (100%) وهما "احترام حقوق الإنسان" و"احترام خصوصية الأفراد"، يليهم "الدعوة إلى احترام كرامة الإنسان" حيثُ تحقق بنسبة (40,5%) ولم يتحقق بنسبة (59,5%)، ثم "احترام الضيف المشارك وإعطائه المساحة الكاملة لعرض وجهة نظره" حيثُ تحقق بنسبة (32,7%) ولم يتحقق بنسبة (67,3%)، ثم "احترام حق الرد والتصحيح" حيثُ تحقق بنسبة (28,6%) ولم يتحقق بنسبة (71,4%).

وإجمالاً تحققت أوجه الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية نحو الأفراد في البرنامجين بالنسب الآتية: جاء "احترام حقوق الإنسان" و"احترام خصوصية الأفراد" الأوجه الأعلى التزاماً بها في البرنامجين حيثُ تحققاً بنسبة وصلت (99%) ولم يتحققاً بنسبة (1%) وهذا يعكس تطور واضح في أداء البرامج عينة الدراسة بالفضائيات المصرية والعربية، يليهما "الدعوة إلى احترام كرامة الإنسان" حيثُ تحققت بنسبة (66,6%) ولم تتحقق بنسبة (33,4%)، ثم "احترام حق الرد والتصحيح" و"احترام الضيف المشارك وإعطائه المساحة الكاملة لعرض وجهة نظره" بالتساوي حيثُ تحقق بنسبة (53,2%) ولم تتحقق بنسبة (46,8%).

ونستنتج مما سبق: ضعف في اهتمام البرامج عينة الدراسة بأراء الجمهور المتلقي.

وتوصي الباحثين بإتاحة وسائل متنوعة للمشاركة الجماهيرية في البرامج المهمة بقضايا ذوي الهمم، حيثُ يؤدي مشاركة الجمهور إلى تطور أداء البرامج ويُتيح تعددية الآراء.

11- المسؤولية الاجتماعية للبرنامج نحو المجتمع:

جدول (14)

المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع

الإجمالي		لكل العرب		السفيرة عزيزة		البرامج	المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع
%	ك	%	ك	%	ك		
98,4	303	98,8	166	97,9	137	نعم	احترام حق الجمهور في المعرفة
1,6	5	1,2	2	2,1	3	لا	
88,3	272	81	136	97,1	136	نعم	الالتزام الموضوعي وعدم إثارة الرأي العام
11,7	36	19	32	2,9	4	لا	

53,9	166	30,4	51	82,1	115	نعم	الدفاع عن المصالح العامة للمجتمع
46,1	143	69,6	117	17,9	5	لا	
99	305	100	168	97,9	137	نعم	احترام القيم المجتمعية
1	3	0	0	2,1	3	لا	
98,1	302	98,8	166	97,1	136	نعم	احترام المبادئ السياسية للمجتمع
1,9	6	1,2	2	2,9	4	لا	
98,7	304	100	168	97,1	136	نعم	احترام كافة فئات المجتمع
1,3	4	0	0	2,9	4	لا	
1,6	5	0	0	3,6	5	نعم	احترام الحق في ابداء الرأي
98,4	303	100	168	96,4	135	لا	
98,1	302	99,4	167	96,4	135	نعم	احترام الحق في اتخاذ القرار
1,9	6	0,6	1	3,6	5	لا	
100	308	100	168	100	140		إجمالي الفقرات

يوضح الجدول السابق المسؤولية الاجتماعية البرامج التي اهتمت بالموضوعات الخاصة بذوي الهمم في الفضائيات المصرية والعربية عينة الدراسة نحو المجتمع فجاءت كالتالي: أن برنامج "السفيرة عزيزة" التزم بمسئوليته الاجتماعية نحو المجتمع بنسب كبيرة ولكنها متفاوتة من ملامح لآخر وجاءت أعلىها متمثلة في "احترام حق الجمهور في المعرفة" و"احترام القيم المجتمعية" حيثُ تحققوا بنسبة (97,9%) ولم يتحققوا بنسبة (2,1%)، يليهم "الالتزام الموضوعي وعدم إثارة الرأي العام" و"احترام المبادئ السياسية للمجتمع" و"احترام كافة فئات المجتمع" حيثُ تحققوا بنسبة (97,1%) ولم يتحققوا بنسبة (2,9%)، ثم "احترام الحق في اتخاذ الرأي" حيثُ تحقق بنسبة (96,4%) ولم يتحقق بنسبة (3,6%)، ثم "الدفاع عن المصالح العامة للمجتمع" حيثُ تحقق بنسبة (82,1%) ولم يتحقق بنسبة (17,9%)، وأخيراً "احترام الحق في ابداء الرأي" حيثُ تحقق بنسبة (3,6%) ولم يتحقق بنسبة (96,4%).

بينما جاء ملامح من ملامح الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع في برنامج "لكل العرب" متحققين بنسبة (100%) وهما "احترام القيم المجتمعية" و"احترام كافة فئات المجتمع"، يليهم "احترام الحق في اتخاذ القرار" حيثُ تحقق بنسبة (99,4%) ولم يتحقق بنسبة (0,6%)، ثم "احترام حق

الجمهور في المعرفة" و"احترام المبادئ السياسية للمجتمع" حيثُ تحققوا بنسبة (98,8%) ولم يتحققوا بنسبة (1,2%)، ثم "الالتزام الموضوعي وعدم إثارة الرأي العام" حيثُ تحقق بنسبة (81%) ولم يتحقق بنسبة (19%)، ثم "الدفاع عن المصالح العامة للمجتمع" حيثُ تحقق بنسبة (30,4%) ولم يتحقق بنسبة (69,6%)، وأخيراً لم يتحقق "احترام الحق في ابداء الرأي" بنسبة (100%) وهذا يؤخذ على البرنامج فبعدم إعطاء مساحة للجمهور لإبداء آرائهم في القضايا المعروضة وبث شكاوهم وما يؤرقهم يكون يعمل بمعزل عن ما يلمس احتياجاتهم الحقيقية.

وإجمالاً تحققت أوجه الالتزام بالمسئولية الاجتماعية نحو المجتمع في البرنامجين بالنسب الآتية: "احترام القيم المجتمعية" حيثُ تحققت بنسبة (99%) ولم تحقق بنسبة (1%)، يليه "احترام كافة فئات المجتمع" حيثُ تحقق بنسبة (98,7%) ولم يتحقق بنسبة (1,3%)، ثم "احترام حق الجمهور في المعرفة" حيثُ تحقق بنسبة (98,4%) ولم يتحقق بنسبة (1,6%)، ثم "احترام المبادئ السياسية للمجتمع" و"احترام الحق في اتخاذ الرأي" حيثُ تحققوا بنسبة (98,1%) ولم يتحققوا بنسبة (1,9%)، ثم "الالتزام الموضوعي وعدم إثارة الرأي العام" حيثُ تحققوا بنسبة (88,3%) ولم يتحققوا بنسبة (11,7%)، ثم "الدفاع عن المصالح العامة للمجتمع" حيثُ تحقق بنسبة (53,9%) ولم يتحقق بنسبة (46,1%)، ثم في المرتبة الأخيرة وبفارق كبير "احترام الحق في ابداء الرأي" حيثُ تحقق بنسبة (1,6%) ولم يتحقق بنسبة (98,4%).

ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة:

- توجد اختلافات دالة إحصائياً بين القنوات الفضائية المصرية والعربية في كل من:

أ- الموضوعات والقضايا التي يتم التركيز عليها.

ب - اتجاه المعالجة نحو الموضوعات والقضايا المطروحة.

ج- المهارات المهنية لدى مقدم البرنامج.

أ- الموضوعات والقضايا التي يتم التركيز عليها.

جدول (15)

دلالة الاختلافات الإحصائية في الموضوعات والقضايا الخاصة بذوي الهمم التي يتم التركيز عليها وفقاً لملكية القناة

الموضوعات	الملكية	العدد	المتوسط	الانحراف	مؤشرات إحصائية	الدلالة
-----------	---------	-------	---------	----------	----------------	---------

	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة (ت)	المعياري	الحسابي			والقضايا الخاصة بذوي الهمم
دال	,001	306	3,379	,281	,09	140	مصرية	مفهوم ذوي الهمم وأوضاعهم
				,420	,23	168	عربية	
غير دال	,666	306	,433	,351	,14	140	مصرية	مبادئ حماية ذوي الهمم
				,368	,16	168	عربية	
دال	,000 .	306	4,435	,492	,40	140	مصرية	المشكلات التي تواجه ذوي الهمم
				,384	,18	168	عربية	
غير دال	,428	306	,794	,281	,09	140	مصرية	أنواع وفئات ذوي الهمم
				,318	,11	168	عربية	
غير دال	,512	306	,657	,145	,02	140	مصرية	حقوق ذوي الهمم
				,109	,01	168	عربية	
غير دال	,362	306	,912	,219	,05	140	مصرية	طرق ووسائل التعامل مع ذوي الهمم
				,170	,03	168	عربية	
غير دال	,251	306	1,151	,085	,01	140	مصرية	التعليم الخاص بذوي الهمم
				,153	,02	168	عربية	
غير دال	,367	306	,903	,310	,11	140	مصرية	التدريب والتأهيل المهني لذوي الهمم
				,268	,08	168	عربية	
غير دال	,503	306	,671	,281	,09	140	مصرية	نشر الوعي بين أفراد المجتمع لمساواة ذوي الهمم مع الأفراد العاديين
				,248	,07	168	عربية	
غير دال	,187	306	1,324	,246	,06	140	مصرية	الأنشطة الثقافية لذوي الهمم
				,310	,11	168	عربية	
دال	,000	306	4,827	,085	,01	140	مصرية	تأمين المرافق العامة التي تناسب أوضاع ذوي الهمم
				,368	,16	168	عربية	

يُشير الجدول الذي يعرض الاختلافات الإحصائية بين القنوات التلفزيونية المصرية والعربية في الموضوعات والقضايا الخاصة بذوي الهمم التي يتم التركيز عليها - باستخدام المعامل الإحصائي - T-Test، إلى وجود اختلافات دالة إحصائية في مستوى التركيز على القضايا التالية باختلاف الملكية عند مستوى معنوية (05):

- قضية "مفهوم ذوي الهمم وأوضاعهم" حيثُ جاءت قيمة (ت=3,379) عند مستوى معنوية (001)، كما يُلاحظ من خلال المتوسطات الحسابية للملكية أن القنوات العربية تُركز أكثر على قضية "مفهوم ذوي الهمم وأوضاعهم" من القنوات المصرية، وذلك في محاولة لتحقيق رغبة القيادة السياسية في ترويج أهمية الخطوات المتخذة لدمج ذوي الهمم في المجتمع المصري وتطلعاتهم للمستقبل أكثر من أي شيء آخر.

- قضية "المشكلات التي تواجه ذوي الهمم" حيثُ جاءت قيمة (ت=4,435) عند مستوى معنوية (000)، كما يُلاحظ من خلال المتوسطات الحسابية للملكية أن القنوات المصرية ركزت أكثر على قضية "المشكلات التي تواجه ذوي الهمم" من القنوات العربية، ويُمكن إرجاع ذلك لاهتمام القنوات المصرية في فترة الدراسة بالمشكلات التي تواجه ذوي الهمم وخطة الدولة لمواجهتها وسُبل حلها.

- قضية "تأمين المرافق العامة التي تناسب أوضاع ذوي الهمم" حيثُ جاءت قيمة (ت=4,827) عند مستوى معنوية (000)، كما يُلاحظ من خلال المتوسطات الحسابية للملكية أن القنوات العربية تركز أكثر على قضية "تأمين المرافق العامة التي تناسب أوضاع ذوي الهمم" من القنوات المصرية، ويُمكن أن نرى أثر ذلك واضحًا في المرافق الموجودة بأغلب الدول العربية.

في حين يُشير الجدول إلى عدم وجود اختلافات دالة إحصائية في مستوى التركيز على القضايا التالية باختلاف نمط الملكية عند مستوى معنوية (05):

- قضية "مبادئ حماية ذوي الهمم" حيثُ جاءت قيمة (ت = 4,433) عند مستوى معنوية (666)، ويمكن إرجاع هذا لأنها قضية تهم توجه لكافة أفراد المجتمع وبالتالي لن تتدخر أي قناة جهد في عرضها ومعالجتها إعلاميًا.

- قضية "أنواع وفئات ذوي الهمم" حيثُ جاءت قيمة (ت=7,794) عند مستوى معنوية (428)، ويُمكن أن نرجع ذلك لأهمية التعريف بكل فئة من فئات ذوي الهمم حيثُ أن لكل فئة منهم تعامل خاص يختلف عن الفئة الأخرى.

- قضية "حقوق ذوي الهمم" حيثُ جاءت قيمة (ت=657)، عند مستوى معنوية (512)، وذلك لأن القنوات المصرية والعربية كلاهما يهتموا بحقوق ذوي الهمم باعتبارهم مكون رئيسي من أطراف الدولة ونسيجها.
- قضية "طرق ووسائل التعامل مع ذوي الهمم" حيثُ جاءت قيمة (ت=1,151) عند مستوى معنوية (362)، وذلك لأن هذه القضية تهم شريحة كبيرة جدًا من المجتمع المصري، حيثُ تعدت فئة ذوي الهمم في مصر المليون كما ذكرنا سابقًا في البحث.
- قضية "التعليم الخاص بذوي الهمم" حيثُ جاءت قيمة (ت=1,151) عند مستوى معنوية (251)، ويُمكن تفسير ذلك إلى وجود الحاجة إلى حملات التوعية الخاصة بأهمية تعليم هذه الفئة الكبيرة من المجتمع وتوفير أساليب تعلم تتناسب مع طبيعتهم واحتياجاتهم وقدراتهم المختلفة.
- قضية "التدريب والتأهيل المهني لذوي الهمم" حيثُ جاءت قيمة (ت=903) عند مستوى معنوية (367)، حيثُ كان توجه القنوات المصرية والعربية للاهتمام بالإنجازات التي تُحققها الدول العربية في المجال تدريب وتأهيل ذوي الهمم لسوق العمل.
- قضية "نشر الوعي بين أفراد المجتمع لمساواة ذوي الهمم مع الأفراد العاديين" حيثُ جاءت قيمة (ت=671) عند مستوى معنوية (503)، حيثُ ترتبط هذه القضية بثقافة ووعي المجتمع.
- قضية "الأنشطة الثقافية لذوي الهمم" حيثُ جاءت قيمة (ت=1,324) عند مستوى معنوية (187)، وذلك لأن أنشطتهم مرتبطة بحزمة القرارات والخطوات التي اتخذتها الدولة المصرية لدمجهم في المجتمع.

نستنتج مما سبق: عدم ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول جزئيًا على مستوى أغلب الموضوعات والقضايا الخاصة بذوي الهمم وهذا ناتج عن اهتمام كافة وسائل الإعلام بالقضايا التي تفرض نفسها على الساحة بنسب متقاربة وإن تفاوتت هذه النسب، وثبوت صحتها على مستوى قضايا (مفهوم ذوي الهمم وأوضاعهم - المشكلات التي تواجه ذوي الهمم - تأمين المرافق العامة التي تناسب أوضاع ذوي الهمم).

ب- اتجاه المعالجة نحو الموضوعات والقضايا المطروحة.

جدول (16)

دلالة الاختلافات الإحصائية في اتجاه المعالجة نحو الموضوعات والقضايا المطروحة وفقًا لملكية القناة

الاتجاه	الملكية	العدد	المتوسط	الانحراف	مؤشرات إحصائية	الدلالة
---------	---------	-------	---------	----------	----------------	---------

المعالجة			الحسابي	المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية	
ايجابي	مصرية	140	,5857	,49437	7,196	306	,000	دال
	عربية	168	,2143	,41155				
متوازن	مصرية	140	,0500	,21873	2,721	306	,007	دال
	عربية	168	,1429	,35097				
سلبي	مصرية	140	,3643	,48296	5,054	306	,000	دال
	عربية	168	,6429	,48059				

يُشير الجدول الذي يعرض الاختلافات الإحصائية بين الفضائيات المصرية والعربية في اتجاه المعالجة نحو الموضوعات والقضايا المطروحة الخاصة بذوي الهمم - باستخدام المعاملات الإحصائية T-Test - إلى وجود اختلافات دالة إحصائية في الاتجاه ال "إيجابي" نحو معالجة الموضوعات والقضايا المطروحة في الفضائيات المصرية والعربية باختلاف الملكية عند مستوى معنوية (0,05)، حيثُ يُلاحظ من خلال المتوسطات الحسابية للملكية أن القنوات المصرية كان اتجاهها نحو الموضوعات والقضايا المطروحة أكثر "إيجابية" من القنوات العربية.

كما يُشير الجدول إلى وجود اختلافات دالة إحصائية في الاتجاه ال "متوازن" نحو معالجة الموضوعات والقضايا المطروحة في القنوات الفضائيات المصرية والعربية باختلاف الملكية عند مستوى معنوية (0,05)، حيثُ يُلاحظ من خلال المتوسطات الحسابية لنمط الملكية أن القنوات العربية كان اتجاهها نحو الموضوعات والقضايا المطروحة أكثر "توازنًا" من القنوات المصرية.

ويُشير الجدول أيضًا إلى وجود اختلافات دالة إحصائية في الاتجاه ال "سلبي" نحو معالجة الموضوعات والقضايا المطروحة في الفضائيات المصرية والعربية باختلاف الملكية عند مستوى معنوية (0,05)، حيثُ يُلاحظ من خلال المتوسطات الحسابية لنمط الملكية أن القنوات العربية كان اتجاهها نحو الموضوعات والقضايا المطروحة أكثر "سلبية" من القنوات المصرية، وذلك لأن اتجاه الدولة المصرية داعم لفئة ذوي الهمم في الفترة الحالية بشكل كبير.

نخلص مما سبق إلى: ثبوت صحة الفرض الفرعي الثاني.

ج- المهارات المهنية لدى مقدم البرنامج.

جدول (17)

دلالة الاختلافات الإحصائية في المهارات المهنية لدى مقدم البرنامج وفقاً لملكية القناة

الدلالة	مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الملكية	المهارات المهنية لمقدم البرنامج
	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة (ت)					
دال	,000	306	10,849	,351	,86	140	مصرية	الإلمام بجوانب الموضوع
				,473	,33	168	عربية	
دال	,000	306	6,481	,460	,70	140	مصرية	التزام مقدم البرنامج بآداب الحوار والقدرة على إدارته
				,479	,35	168	عربية	
غير دال	,286	306	1,068	,501	,53	140	مصرية	التواصل مع الكاميرا
				,493	,59	168	عربية	
غير دال	,337	306	,961	,476	,66	140	مصرية	التزام مقدم البرنامج بالحياد وعدم تبني رأي واحد
				,456	,71	168	عربية	
دال	,041	306	2,052	,457	,71	140	مصرية	الفصل بين الرأي والخبر
				,492	,60	168	عربية	

يُشير الجدول الذي يعرض الاختلافات الإحصائية بين الفضائيات المصرية والعربية في المهارات المهنية لدى مقدم البرنامج - باستخدام المعاملات الإحصائية T-Test إلى وجود اختلافات دالة إحصائية في المهارات التالية لدى مقدمي البرامج التي تناولت الموضوعات الخاصة بذوي الهمم باختلاف الملكية عند مستوى معنوية (05):

- مهارة "الإلمام بجوانب الموضوع" حيثُ جاءت قيمة (ت=10,849) عند مستوى معنوية (000)، كما يُلاحظ من خلال المتوسطات الحسابية لنمط الملكية أن مقدمي القنوات المصرية لديهم مهارة

"الإلمام بجوانب الموضوع" أكثر من مقدمي القنوات العربية، وهذا يتسق مع النتائج العامة للدراسة
جدول (23).

- مهارة "التزام مقدم البرنامج بآداب الحوار والقدرة على إدارته" لدى مقدمي البرامج التي تناولت الموضوعات الخاصة بذوي الهمم حيثُ جاءت قيمة (ت=6,481) عند مستوى معنوية (0,000)، كما يُلاحظ من خلال المتوسطات الحسابية للملكية أن مقدمي القنوات المصرية لديهم مهارة "التزام مقدم البرنامج بآداب الحوار والقدرة على إدارته" أكثر من مقدمي القنوات العربية، ويُمكن إرجاع ذلك لطبيعة الضيوف حيثُ إن ضيوف برنامج "السفيرة عزيزة" كانوا قامات وأصحاب سلطة ونفوذ.

- مهارة "الفصل بين الرأي والخبر" حيثُ جاءت قيمة (ت=2,052) عند مستوى معنوية (0,041)، كما يُلاحظ من خلال المتوسطات الحسابية لنمط الملكية أن مقدمي القنوات العربية لديهم مهارة "الفصل بين الرأي والخبر" أكثر من مقدمي القنوات المصرية، ويُمكن تفسير ذلك في ضوء اعتماد برنامج "السفيرة عزيزة" على المعلومات أكثر من الآراء، في حين كانت مساحة الآراء في برنامج "الكل العرب" أكبر نسبياً.

في حين يُشير الجدول إلى عدم وجود اختلافات دالة إحصائية في المهارات التالية لدى مقدمي البرامج التي تناولت الموضوعات الخاصة بذوي الهمم باختلاف الملكية عند مستوى معنوية (0,05):

- مهارة "التواصل مع الكاميرا" حيثُ جاءت قيمة (ت=1,068) عند مستوى معنوية (0,286).
- مهارة "التزام مقدم البرنامج بالحياد وعدم تبني رأي واحد" حيثُ جاءت قيمة (ت=0,961) عند مستوى معنوية (0,337).

يتضح مما سبق: أن مقدمي القنوات المصرية لديهم مهارات مهنية أعلى من مقدمي القنوات العربية.

ونخلص مما سبق: إلى ثبوت صحة الفرض الفرعي الثالث جزئياً على مستوى مهارات (الإلمام بجوانب الموضوع - التزام مقدم البرنامج بآداب الحوار والقدرة على إدارته - الفصل بين الرأي والخبر)، وعدم ثبوت صحته على مستوى مهارات (التواصل مع الكاميرا - التزام مقدم البرنامج بالحياد وعدم تبني رأي واحد).