



تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديها

إعداد

أ.م.د/ أحمد أحمد أحمد عثمان
أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم
الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

سوزان سليمان صالح بكى بابا
باحثة بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة
المنصورة

DOI:

<https://doi.org/10.21608/ijmcr.2025.423646>

المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات

دورية علمية محكمة فصلية

المجلد (٥)، العدد (١٦)، مارس ٢٠٢٥ □

P-ISSN: 2812-4812

E-ISSN: 2812-4820

<https://ijmcr.journals.ekb.eg/>

الناشر

جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون

المشهرة برقم ٢٧١١ لسنة ٢٠٢٠، بجمهورية مصر العربية

<https://srtaeg.org/>

تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديها

إعداد

أ.م.د/ أحمد أحمد أحمد عثمان
أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم
الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

سوزان سليمان صالح بكى بابا
باحثة بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة
المنصورة

هدفت الدراسة إلى التعرف على تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديها، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مبحوثة من محافظات (أربيل، ودهوك، والسليمانية) بإقليم كردستان العراق، باستخدام أداة الاستبانة.

الملخص

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن مشاهدة المبحوثات للبرامج الحوارية بالتلفزيون الكردي جاءت "دائمًا" في الترتيب الأول، أما عن ترتيب القضايا التي تهتم بها المبحوثات بالبرامج الحوارية بالتلفزيون الكردي، فقد جاءت "القضايا الصحية" في الترتيب الأول، ثم جاءت "القضايا الاجتماعية" في الترتيب الثاني، تلتها "القضايا الثقافية" في الترتيب الثالث، ثم جاءت "القضايا الاقتصادية" في الترتيب الرابع، في حين جاءت "القضايا الدينية" في الترتيب الخامس، واحتلت "القضايا السياسية" الترتيب السادس، ثم جاءت "القضايا الفنية" في الترتيب السابع، في حين جاءت "القضايا البيئية" في الترتيب الثامن، وأخيراً جاءت "القضايا الرياضية" في الترتيب التاسع، وأثبتت الدراسة صحة الفرض الأول جزئياً وتعديل صيغته كالآتي: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وبين ترتيب أولويات بعض القضايا لديها "الصحية، والدينية، والسياسية"، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وبين ترتيب أولويات باقي القضايا لديها.

الكلمات الرئيسية: المرأة الكردية، البرامج الحوارية، التلفزيون.

Abstract:

The study aimed to identify the exposure of Kurdish women to television talk shows and their relationship with the prioritization of issues among them. This study is a descriptive study that applied a field media survey methodology on a purposive sample of 400 respondents from the provinces of Erbil, Duhok, and Sulaymaniyah in the Kurdistan region of Iraq, using a questionnaire as the research tool.

The results of the study found that the respondents' viewership of talk shows on Kurdish television ranked "always" first. As for the ranking of issues that interest respondents in talk shows on Kurdish television, "health issues" ranked first, followed by "social issues" in second place, "cultural issues" in third place, "economic issues" in fourth place, while "religious issues" ranked fifth, "political issues" ranked sixth, "artistic issues" ranked seventh, "environmental issues" ranked eighth, and finally, "sports issues" ranked ninth. The study partially confirmed the first hypothesis and revised it as follows: "There is a statistically significant correlational relationship between the frequency of exposure of Kurdish women to talk shows on television and their prioritization of certain issues (health, religious, and political), while there is no statistically significant correlational relationship between the frequency of exposure of Kurdish women to talk shows on television and their prioritization of other issues.

Keywords: Exposure - Kurdish woman - Talk shows - Prioritization.

مقدمة

تقوم وسائل الإعلام بدور حيوي وفعال في ربط الأفراد بقضايا المجتمع، وتشارك بجدية في إحداث التغيرات الاجتماعية الدائرة في المجتمع، وفي بناء الفرد والاهتمام به منذ الطفولة إلى الشباب حيث إنها تقدم قدراً كبيراً من المعلومات عن كل ما يدور حولنا وتقدم لجميع فئات المجتمع المواد الإعلامية والثقافية والترفيهية، ولهذا تصبح هذه الوسائل مناسبة أكثر للتأثير لأنها تضيف شيئاً لتصورنا للواقع.

وتأتى البرامج الحوارية في ظل هذا الكم من البرامج لأن يكون لها دور في رصد ومتابعة ما يحدث على الساحة أولاً بأول كوسيلة لجذب المشاهد لمتابعة البرنامج، مع إحاطته علماً وتعريفه بما يحدث من حوله في نواحي الحياة المختلفة دون الاختصار على ناحية واحدة دون غيرها، فهي جزء أساسي في تقديم المعلومات للجمهور وإحاطته بكل ما هو جديد وبناء حالة من الوعي والنقاش العام حول تطورات الأحداث والقضايا الشائكة، فهي تتيح للجمهور فرصة متابعة الحدث، وسماع، ومشاهدة ردود فعل الجهات المسئول، وكذلك ذوى الاختصاص، سواء بتصريح، أو مناظرة، أو اعترافات، أو التحدث والمناقشة مع الأطراف المعنية عبر الحوار، فهي لاتقف فقط عند عرض الأحداث والأخبار في شتى المجالات، بل متابعة ومواكبة تبعيات الحدث.^(١)

وكأي مجتمع يحتاج أن يتابع الأحداث ويستهلك المعلومات فلا يتوافر أمامه سبيل سوى البرامج الحوارية التي تصبح في ذلك الوقت مصدر المعلومات لقطاع عريض من المجتمع الكردي، ومنه المرأة الكردية بإقليم كردستان، ومن خلال تعرض المرأة لكردية للبرامج الحوارية فإن هناك اهتماماً بقضايا كثيرة تتعلق بالمرأة وتفرد لها القنوات الفضائية مساحة واسعة، تتيح من خلالها للنساء أن يدلين بأرائهن فيما يجري حولهن وأن يناقشن قضايا مجتمعية ويدلن بأرائهن حول الموضوعات المختلفة.

ومن هنا فإن الباحثة ستقوم بدراسة العلاقة بين تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون وترتيب أولويات القضايا لديها.

مشكلة الدراسة:

من خلال ملاحظة الباحثة للعديد من البرامج الحوارية الكردية بالقنوات التلفزيونية الكردية والتي تكون موضع اهتمام من الجمهور لتحقيق إشباعاته المختلفة في استقاء

المعلومات من خلال التعرض لهذه البرامج والتي تنطرق في فقراتها إلى الموضوعات المختلفة الاجتماعية، والصحية، والتعليمية والسياسية والاقتصادية والدينية ومن هذا الجمهور المرأة الكردية التي لها دوافع للمشاهدة والمتابعة لمثل هذه البرامج.

وقد توصلت العديد من الدراسات السابقة أن البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية تولى اهتمام المشاهدين وتعمل على رفع الوعي لدى المرأة كما في دراسة شدن عادل مجيد (٢٠٢٢) (٢)، كما توصلت دراسة ابراهيم فؤاد Ibrahim Fuad (٢٠٢٣) (٣) أن البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني في خلق الرأي العام، وهو أيضا ما توصلت إليه دراسة روضة إبراهيم (٢٠١٩) (٤) كما توصلت دراسة طارق عبدالباسط اليماني (٢٠٢١) (٥) أن البرامج الحوارية لها دور في ترتيب أولويات القضايا العربية لدى الجمهور، وهو أيضا ما توصلت إليه دراسة محمد هزاع المريخي (٢٠٢٠) (٦).

ومما سبق يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما علاقة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون بترتيب أولويات القضايا لديها؟

أهمية الدراسة:

أولاً- الأهمية العلمية للدراسة:

١- أهمية دراسة علاقة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية التلفزيونية، ودوافع مشاهدتها، والتأثيرات المختلفة للمشاهدة، ومن ثم تشكيل اتجاهاتها نحو القضايا المختلفة، ومن ثم ترتيب اهتماماتها وأولوياتها نحو القضايا المختلفة.

٢- تعد الدراسة إضافة في مجال دراسات ترتيب الأولويات، وربط هذه الأولويات بمعدل استخدام ومشاهدة المرأة الكردية للبرامج الحوارية.

ثانياً- الأهمية تطبيقية للدراسة:

١- تبحث هذه الدراسة مجال بناء الأجندة عند المرأة الكردية، وبالتالي ترجع أهمية الدراسة إلى أهمية هذه الفئة من المجتمع الكردي، والتي تشكل قطاع كبير مثقف وفاعل في المجتمع، ولها دور مهم في التحولات التي تحدث للمجتمع الكردي.

٢- إفادة القائمين بالاتصال بالبرامج الحوارية بقضايا مهمة عند المرأة الكردية عند وضعهم لأجندتهم الخاصة في هذه البرامج مما يعود بالنفع على تثقيف وتنوير المرأة الكردية لإشباع احتياجاتها من المشاهدة.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على ما يلي:

- ١- كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون.
- ٢- دوافع مشاهدة المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون.
- ٣- مدى ثقة المرأة الكردية بالمعلومات المقدمة بالبرامج الحوارية بالتلفزيون
- ٤- التعرف على ترتيب القضايا المختلفة لدى المرأة الكردية من خلال تعرضهن للبرامج الحوارية بالتلفزيون.

الإطار النظري للدراسة

تستمد هذه الدراسة أطارها النظري من (نظرية ترتيب الأولويات) تقوم وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الجديدة بدور حيوي وفعال في ربط الأفراد بقضايا المجتمع، وتشارك بجدية في إحداث التغيرات الاجتماعية الدائرة في المجتمع، وفي بناء الفرد والاهتمام به منذ الطفولة إلى الشباب حيث إنها تقدم قدراً كبيراً من المعلومات عن كل ما يدور حولنا وتقدم لجميع فئات المجتمع المواد الإعلامية والثقافية والترفيهية، ولهذا تصبح هذه الوسائل مناسبة أكثر للتأثير لأنها تضيف شيئاً لتصورنا للواقع.

وتقوم نظرية ترتيب الأولويات في الأساس على فرضية مؤداها أن الوظيفة الأساسية لوسائل الاتصال لاسيما التلفزيون وبرامجه المختلفة لا تكمن في القول للجماهير "كيف يجب أن يفكر" لعدم فاعلية ذلك دائماً، بل فيما يجب أن يفكر وما الذي ينبغي أن يعرفه وأن يشعر به " فارضة اختيارات معينة محدودة من القضايا والموضوعات يتم التركيز عليها بشدة، على اعتبار أن كثرة الأحداث والقضايا في عالم اليوم تقتضي إبراز موضوعات أو قضايا دون أخرى تماشياً مع التوجهات الإعلامية للوسائل المختلفة^(٧).

أوجه استفادة الباحثة من نظرية الأجندة في دراستنا الحالية:

- ١- مثلت هذه النظرية إطاراً نظرياً اعتمدت عليه الباحثة كمدخل لإجراء هذه الدراسة، حيث اعتمدت الباحثة على فروض هذه النظرية كمحاولة لتطبيقها من خلال التعرف على مدى التشابه والاختلاف بين أجندة وترتيب القضايا في البرامج الحوارية التلفزيونية، وأجندة وترتيب المرأة الكردية "عينة الدراسة الميدانية" لهذه القضايا، ومعرفة العلاقة بين الأجندتين،

والعوامل الوسيطة التي يمكن أن تؤثر على شدة أو قوة هذه العلاقة، مما يختبر مدى الدور الذي يمكن أن تقوم البرامج الحوارية في تعريف المرأة الكردية بالقضايا المختلفة التي يعايشها المجتمع الكردي خلال فترة زمنية محددة.

٢- استفادت الباحثة من الفكرة الأساسية في النظرية حيث هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها (البرامج الحوارية التلفزيونية) الموضوعات والقضايا، وبين ترتيبها من حيث الأهمية لدى المرأة الكردية، ومن ثم فهذه (البرامج) تعطي أهمية خاصة لهذه الموضوعات والقضايا مما يجعلها تصبح من الأولويات المهمة لدى المرأة.

٣- تم اختبار الفرض الرئيسي للنظرية، من خلال التعرف على القضايا والموضوعات التي تقدمها البرامج الحوارية التلفزيونية حول القضايا المختلفة، ومن ثم التعرف على أهم القضايا والموضوعات التي تأتي في أولويات اهتمام المرأة الكردية، حيث سيتم اختبار مجموعة من العوامل الديموغرافية، وبالتالي إخبارنا عن القضايا المهمة، حيث تأثير ترتيب الأولويات بالبرامج الحوارية يحدث بانتقائية وتركيز على موضوعات وقضايا بعينها، مما يترتب عليه إدراك المرأة الكردية لهذه القضايا بوصفها قضايا مهمة، ولا يعنى مفهوم ترتيب الأولويات مجرد تحديد أولويات القضايا فقط، إنما يركز أيضا على ترتيب القضايا حسب أهميتها.

الدراسات السابقة:

بعد اطلاع الباحثة على التراث العلمي لم تجد الباحثة " طبقاً لحدود علمها " دراسات تناولت هذا الموضوع وبناء على ذلك، تم الاسترشاد بأهم الدراسات العربية والأجنبية التي تم الاطلاع عليها حيث تم تقسيم هذه الدراسات والبحوث وفقاً لمحورين رئيسيين من الأحدث للأقدم وهما: -

- المحور الأول: الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية وتأثيراتها على الجمهور.
- المحور الثاني: الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية وترتيب الأولويات.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية وتأثيراتها على الجمهور:

استهدفت دراسة ابراهيم فؤاد Ibrahim Fuad (٢٠٢٣) ^(٨) التعرف على دور البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني في خلق الرأي العام: من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي التحليلي والميداني،

بال تطبيق على عينة عشوائية متاحة قوامها ١٠٠ صحفي عن طريق أداة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن البرامج الحوارية التي يقدمها التلفزيون الأردني تقدم رؤية متوازنة لأسباب خلق الرأي العام حسب السن والعمر، وتقديم البرامج الحوارية التي تهدف إلى تحقيق التوازن في العرض وخلق بيئة مفتوحة للتفاعل، كما أن مخاطبة الجمهور عبر وسائل الإعلام، وخاصة التلفزيون تسهم في تكوين الرأي العام، وذلك لقدرتها على التأثير وتشكيل الرأي العام.

وهدفت دراسة شدن عادل مجيد (٢٠٢٢) ^(٩) إلى التعرف على الدور الذي تقوم به البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية في زيادة الوعي المعرفي للمرأة العراقية، عن طريق دراسة مسحية للإناث فقط في مدينة بغداد (الكرخ، الرصافة، مدينة الصدر الأولى و الثانية) والتعرف على دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تقديم المعلومات وتنمية الوعي المعرفي، والتعرف على درجة اعتماد المرأة على البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية في استقاء المعلومات والمعارف، على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة في سن الثامنة عشر فيما فوقها باستخدام أداة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة المرأة العراقية للبرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية وزيادة الوعي المعرفي بالقضايا التي تهم المرأة، وتعتمد المرأة بدرجة كبيرة على البرامج الحوارية الصباحية كمصدر موثوق للمعلومات.

وهدفت دراسة بيتر جولينكو Petr Gulenko (٢٠٢٢) ^(١٠) إلى استكشاف الآليات التي يستخدمها القوائم بالاتصال في البرامج الحوارية السياسية الروسية لتحويل النقاش العام إلى عرض دعائي، تم إجراء تحليلًا متعمقًا لثلاثة إصدارات من ثلاثة برامج حوارية سياسية روسية شهيرة وهي: Time Will Tel علي القناة الروسية الأولى، و برنامج 60 Minutes علي قناة Russia وبرنامج Mesto Vstrechi علي قناة NTV حيث يتم بث هذه البرامج على القنوات التلفزيونية الروسية الثلاث الأكثر شهرة وتحظى بتقييمات عالية، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: توافق الخطاب السياسي في البرامج الحوارية مع إرشادات الدعاية الحكومية، وأنه أثناء كتابة السيناريو، يتم استخدام نهج انتقائي لاختيار المعلومات، وتقديم الحقائق والآراء التي تفيد رجال الدعاية وتتوافق مع الأيديولوجيات المروجة.

واستهدفت دراسة محمد فؤاد شيخ ابراهيم (٢٠٢١)^(١١) التعرف على مدى مصداقية البرامج الحوارية في الفضائيات الفلسطينية الحكومية والخاصة لدى الجمهور، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح من خلال مسح عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مبحوث في المرحلة العمرية سن (١٨ إلى أقل من ٦٠) عاماً بدولة فلسطين، مناصفة بين الذكور والإناث، والتباين في العمر والمستوى التعليمي في الفترة الزمنية من (١ / ٥ / ٢٠٢١) إلى (٣١ / ٥ / ٢٠٢١)، واعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان في جمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: اعتماد المبحوثين على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الفلسطينية في الحصول على المعلومات "دائماً" في الترتيب الأول بنسبة ٦٧,٥٠٪، يليها "أحياناً" بالترتيب الثاني بنسبة ٣١,٢٥٪، وأخيراً "نادراً" في الترتيب الثالث بنسبة ١,٢٥٪، وجاءت أهم البرامج الحوارية التي يشاهدها المبحوثين بالقنوات الفضائية الفلسطينية في الترتيب الأول "برنامج معا ٢٤" وجاء في الترتيب الثاني "برنامج استوديو السابعة" وجاء في الترتيب الثالث "برنامج ملف اليوم".

وهدف دراسة نرمين سعيد حامد (٢٠٢١)^(١٢) إلى الكشف عن أهم التجاوزات المهنية لمقدمي البرامج الحوارية والكشف عن أبعاد المسؤولية الاجتماعية (المعايير المهنية- القيم المهنية- الوظائف والأدوار الإعلامية) في معالجات البرامج الحوارية لقضايا المجتمع، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت علي منهج المسح الإعلامي، واعتمدت الدراسة علي عينة عمدية من ثلاث برامج حوارية (الحكاية، التاسعة مساء، يحدث في مصر) لدورة تلفزيونية مدتها ثلاث شهور، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: التزام البرامج الحوارية بضوابط العمل الإعلامي بدرجة مرتفعة عند معالجة القضايا الصحية، يليها السياسية، ثم القضايا الاجتماعية، وأن السمة الغالبة لمقدمي البرامج الحوارية في فقرات معالجة القضايا هي الهدوء، في مقابل الانفعال، كذلك فإن مقدمي البرامج الحوارية يتدخلون في النقاش بنسبة ٥ ٪، أما عن نوع التدخل، فقد تبين أن التدخل الإيجابي لمقدمي البرامج الحوارية في النقاش كان في مقدمة أنواع التدخل ، ثم التدخل السلبي، يليه إدارة النقاش فقط.

واستهدفت دراسة دانس ليشتنستين وآخرون Dennis Lichtenstein et al (٢٠٢٠)^(١٣) التعرف على تناول الإعلامي للأزمة الأوكرانية: مقارنة بين حوارات البرامج الحوارية في

التلفزيون الروسي والألماني، واستخدم الباحثون منهج المسح، المنهج المقارن، وقد طبقت الدراسة علي عينة عمدية قوامها (٢٠) برنامج من البرامج الحوارية الأكثر شهرة في كلا من روسيا وألمانيا، وتم استخدام استمارة تحليل المضمون لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المعالجة الإعلامية للأزمة الأوكرانية في البرامج الحوارية في التلفزيون الروسي والألماني، وقد جاءت المعالجة الإعلامية متحيزة في عرض قضايا الأزمة الأوكرانية بكلا البرنامجين.

واستهدفت دراسة كارولين مجدي الياس caroline magdi elias (٢٠٢٠) ^(١٤) التعرف على خطاب الكراهية في البرامج الحوارية المصرية، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني من خلال إجراء مقابلات نوعية معمقة مع إعلاميين وخبراء إعلاميين وصناع سياسات وقرارات إعلامية مصرية، وتتمثل فرضية الدراسة في أن انتشار خطاب الكراهية في البرامج الحوارية المصرية يهدف في الغالب إلى خدمة أجندات سياسية ومؤسسية. ولذلك يبحث تحليل البيانات في كيفية فهم خطاب الكراهية في مصر، وأسباب هذه الظاهرة، وتأثيراتها على المجتمع المصري، بالإضافة إلى الحلول المقترحة لمكافحتها K وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن الأسباب الرئيسية لخطاب الكراهية في البرامج الحوارية المصرية هي الأمية الاجتماعية، فضلا عن الخلط بين الحق في حرية التعبير وممارسة الكراهية، كما أن مظاهر الكراهية في البرامج الحوارية المصرية تحدث في الغالب لأسباب سياسية أو الفساد المؤسسي أو الأجندات الشخصية، إضافة إلى أن النساء واللاجئين والمعارضين والأقليات الدينية هم الأكثر عرضة لخطاب الكراهية في مصر.

واستهدفت دراسة هبة قرني محمد محمود (٢٠٢٠) ^(١٥) التعرف على تعرض المراهقين لبعض برامج المناقشات بالفضائيات المصرية وعلاقته بإكسابهم ثقافة الحوار، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسة الوصفية، التي استخدمت منهج المسح الإعلامي عن طريق مسح لعينه عشوائية من المراهقين قوامها ٤٠٠ مفردة سن ١٨ عاما، تحديد بأداة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن عينة الدراسة تشاهد (الترتيب الأول برنامج ٩٠ دقيقة - الترتيب الثاني برنامج الحياة اليوم - الترتيب الثالث برنامج هنا العاصمة - الترتيب الرابع بوضوح)، وأن تأثير الشفافية والمصداقية في قبول المبحوثين لثقافة الحوار المقدمة ببرامج

المناقشات بالفضائيات المصرية وفقاً للنوع، (تؤثر بدرجة متوسطة) في الترتيب الأول وفي الترتيب الثاني جاءت الإجابة بـ (تؤثر بدرجة ضعيفة).

واستهدفت دراسة توحيد محمد فخر الدين (٢٠٢٠)^(١٦) التعرف على تعرض المراهقين لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية وعلاقته باتجاهاتهم نحو بعض قضايا التنمية، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مبحوث، من جامعتي عين شمس، وجامعة ٦ أكتوبر، باستخدام أداة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: إن هناك نسب مشاهد عالية للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية، على الرغم من ظهور العديد من القنوات التي تتنافس في جذب فئة الشباب، كما أظهرت النتائج أن الإناث أكثر مشاهدين من الذكور كما أن قضايا التنمية الاقتصادية هي الأكثر لفتاً لانتباه المتابعين بنسبة ٢٨,٥ %، يليها قضايا التنمية الاجتماعية بنسبة ٢٣,٩٨ % ثم القضايا السياسية بنسبة ١٧,٢٩ %، كما أظهرت النتائج وجود علاقة بين متابعة القنوات الفضائية المصرية ومشاهدة برامج التوك شو.

واستهدفت دراسة محمد نمر قنيطرة (٢٠٢٠)^(١٧) التعرف على التغطية الإخبارية للقضايا الداخلية في القنوات الفضائية الفلسطينية وعلاقتها باتجاهات الرأي العام نحو السلطة، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي التحليلي والميداني، من خلال تحليل مضمون بعض القنوات الفلسطينية وبرامجها الحوارية ومنها برنامج معا ٢٤ بقناة معا الفلسطينية بأداة استمارة تحليل المضمون والاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها (٤٠٠) مبحوث، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن الحيادية غلبت على برنامج معا ٢٤ لفضائية معا مع بعض الاتجاهات السلبية نحو حماس، كما أن هناك المبحوثين اتجاهات سلبية وإيجابية تجاه الرئيس الفلسطيني، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين التعرض للتغطية الإخبارية والاتجاهات التي يكونها الرأي العام نحو كافة أطراف السلطة.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية وترتيب الأولويات:

استهدفت دراسة أسماء غريب أبو العنين (٢٠٢٣)^(١٨) التعرف على علاقة أجندة الإعلام الجديد والتقليدي بترتيب أولويات المراهقين نحو القضايا، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني وذلك من

خلال مسح عينة من البرامج التلفزيونية من برامج التوك شو المسائي وهم (برنامج الحكاية- علي مسئوليتي - برنامج مساء DMC)، وتم تطبيق الدراسة الميدانية للقوائم بالاتصال على عينة عمدية قوامها (١٠٠) مبحوث من القائمين بالاتصال بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة الكترونياً، كما تم تطبيق على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مبحوث من الطلبة الجامعيين من خلال أداتي صحيفة تحليل المضمون والاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: جاءت أهم القضايا التي تهتم بها الوسائل الإعلامية التقليدية من خلال البرامج الحوارية من خلال رأى المبحوثين من المراهقين وب(درجة كبيرة) ""أهم إنجازات الدولة" ثم جاءت قضية "كرونا" يلها قضية " الحرب الروسية الأوكرانية"، كما يرتبط ترتيب أجندة القضايا لدى المراهقين عينة الدراسة ارتباطاً إيجابياً ذا دلالة إحصائية بكل من (أجندة القضايا بالوسيلة، تقييم المبحوثين للمعالجة، مستوى الثقة بالوسيلة) في الإعلام التقليدي.

وهدف دراسة أمجد بدر منصور (٢٠٢٢)^(١٩) إلى التعرف على أولويات الجماهير الأردنية نحو القضايا السياسية في الفضائيات الأردنية بناءً على مخرجات اللجنة الملكية لتحديث السياسي، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتم الحصول على البيانات باستخدام استبيان وزع على (٦٠٤) فرداً من الجماهير الأردنية ذكوراً، وإناثاً، واستخدمت الدراسة العينة المتاحة، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن غالبية أفراد العينة يتابعون القضايا السياسية في الفضائيات الأردنية "أحياناً بنسبة ٤٥,١٪، كما أن درجة تأثير الفضائيات الأردنية في ترتيب أولويات الجماهير الأردنية نحو القضايا السياسية الخاصة بمخرجات اللجنة الملكية لتحديث السياسي فيها، جاءت متوسطة بنسبة ٥٠,٥٪.

واستهدفت دراسة علياء هيجان (٢٠٢٢)^(٢٠) التعرف على دور البرامج الإخبارية التلفزيونية في ترتيب أولويات الجمهور إزاء القضايا الأمنية في العراق حيث تؤدي وسائل الاعلام دوراً مهماً في حياة المجتمعات ولاسيما التلفزيون إذ يعد من الوسائل ذات التأثير المباشر في إيصال الرسائل الإعلامية وصنائه توجهات الجمهور وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة قوامها ٢٢٣ مبحوثاً من جمهور بغداد، بأداة الاستبيان، كما وظفت الباحثة نظرية ترتيب الأجندة في أداة البحث لتحقيق أهدافه، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أسهمت طبيعة ونوع القضية الأمنية في ترتيب أولويات أفراد العينة إزائها وبمستوى

متوسط، وعدم وجود فروق إحصائية بين نوع وعمر ومهنة المبحوثين وإسهام طبيعة القضايا الأمنية في ترتيب أولوياتهم. واستهدفت دراسة مجذوب بخيت محمد (٢٠٢٢) ^(٢١) التعرف على دور نظرية ترتيب الأجندة وتأثيرها على الجمهور: دراسة مقارنة بين موقعي الجزيرة CNN الأمريكية، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي بالتطبيق على عينة ميدانية من ولاية نهر النيل محلية عطبرة قوامها ١٥٠ مبحوث باستخدام أداة الاستبيان. واستخدام نظرية ترتيب الأولويات، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن الإعلام الإلكتروني تمكن من ترتيب أولويات الجمهور نحو المادة الإخبارية السياسية المعروضة، وأنه من خلال دراسة الجمهور يتم معرفة الطريقة الأفضل لتوجيه المادة الإعلامية للجمهور وبالتالي التأثير في ترتيب أولوياتهم، كما أكدت الدراسة مدى أهمية دراسة الجمهور وذلك حتى تتمكن الجهات المرسله من معرفة الأسلوب الأفضل لعرض المادة الإعلامية، حيث إن أسلوب العرض له القدرة على ترتيب أولويات الجمهور.

واستهدفت دراسة دهياب وآخرون Dheyab. et. A (٢٠٢١) ^(٢٢) التعرف على الأحداث والقضايا العربية كما تنعكس في البرامج الإخبارية على القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات النخب الأكاديمية العراقية وليبيا ولبنان كنموذج فالقنوات الاخبارية تهتم القنوات الإخبارية العربية بتقديم رسائل إعلامية مختلفة بناءً على آراء ووجهات نظر مختلفة من خلال تقديم برامج إخبارية تشغل مساحة زمنية ضمن الخريطة البرمجية لها، من أجل إطلاع الجمهور على ما يحدث محليا وإقليميا ودولياً، وهذه القنوات موجهة في المقام الأول إلى النخبة الأكاديمية، بسبب تأثيرها على محتوى هذه البرامج وبسبب دورها المحوري في توجيه الرأي العام، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: تأكيد الأهمية النسبية للموضوع المطروح من حيث التركيز عليه وتكراره بشكل مكثف من أهم المتغيرات في وضع جدول أعمال البرنامج، وتأتي معرفة الجمهور بقضايا معينة من حيث تبني البرنامج الإخباري، وتأكيد على حيادية المحاور (مقدم البرنامج) في تعامله مع القضية المطروحة مع أطراف الحوار دون المساس بأحد أهم المقترحات التي يجب أن تكون متاحة لهذا النوع من البرامج.

واستهدفت دراسة طارق عبدالباسط اليماني (٢٠٢١) (٢٣) التعرف على دور البرامج الحوارية في القنوات الإخبارية الفضائية الموجهة في ترتيب أولويات القضايا العربية لدى الجمهور، واعتمدت الدراسة على مدخلي ترتيب الأولويات الإعلامية والأطر الخيرية، وتم تحليل ثلاث برامج على الثلاث قنوات الأكثر متابعة من الجمهور وهي (قناة الحرة الأمريكية، قناة دوتشيه فيله DW-T.V الألمانية، قناة روسيا اليوم)، وتم سحب عينة من هذا المجتمع بلغ حجمها ٤٠٠ مفردة، وهي عينة عمدية من الجمهور المصري العام ممن يتعرضون القنوات الفضائية الأجنبية الإخبارية الموجهة باللغة العربية، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: جاءت المواقع الإلكترونية على رأس قائمة المصادر التي اعتمدت عليها القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية كأكثر المصادر استخداماً بنسبة ٦١٪ من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثاني الخبراء والمتخصصين بنسبة ٥٩,٥٪ من عينة الدراسة وهي فئة الخبراء، كذلك يتابع نسبة ٥٩٪ بشكل دائم القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية، تلاه نسبة ٢٣٪ من العينة تتابع بشكل غير منتظم أي أحياناً القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية.

وهدف دراسة عبدالله بن عبدالمحسن العساف (٢٠٢١) (٢٤) إلى التعرف على دور التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الشباب السعودي في ضوء ما تقترحه نظرية تحديد الأولويات وأثر المتغيرات في وضع الأجندات السياسية الجمهور السعودي خاصة الخصائص المتغيرات (الجنس - العمر - المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي - الاقتصادي) وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة متاحة قوامها (٤٠٠) مبحوث من خلال أداة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي للشؤون السياسية العربية

- كلما زاد اعتماد الجمهور السعودي من عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات المتعلقة بالشؤون السياسية العربية والأجنبية، يتزايد التطابق بين الأولويات السياسية متغير الجنس يؤثر على قوة الارتباط بين أولويات الشؤون السياسية العربية والأجنبية في مواقع التواصل الاجتماعي وهذه الأولويات بالنسبة لذلك الجمهور.

واستهدفت دراسة عدي عبد العالي كاظم (٢٠٢١) ^(٢٥) التعرف على تعرض الجمهور لوسائل الإعلام الجديد وتأثيره على متابعة الفضائيات دراسة مقارنة على عينة من الشباب العراقي والمصري، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة عشوائية من الشباب المصري العراقي باستخدام أداة الاستبيان في الفترة الزمنية من (٢٠٢٠/١١/١) إلى (٢٠٢١/١/٣١)، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: جاء استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الجديد في الترتيب الأول "دائماً" بنسبة ٨٥٪ وفي الترتيب الثاني "أحياناً" بنسبة ١٥٪، بينما جاء استخدام المبحوثين للفضائيات في الترتيب الأول "دائماً" ٣٩,٥ ٪، وجاءت "أحياناً" في الترتيب الثاني بنسبة ٣٧,٣ ٪، بينما بلغت نسبة "لا" ٢٣,٣ ٪، كما جاءت إيجابيات الفضائيات من وجهة نظر المبحوثين (التسلية والمتعة- نشر الابداع الفني من خلال المسلسلات والأفلام والمسرحيات- الجلوس مع أفراد الأسرة والنقاش أثناء المشاهدة- تداول المزيد من الأخبار وتوسيع رقعة التغطية للحدث- الحصول على معلومات مفيدة ونشر الثقافة حول العالم).

وسعت دراسة فاطمة السالم (٢٠٢١) ^(٢٦) لقياس تحديد الأجندة الإعلامية بين مواقع الأخبار في تويتر خلال الصراعات السياسية للكشف عن مدى وجود أجندة إعلامية مشتركة بين المواقع الإخبارية، وتقوم الدراسة بالمقارنة بين الأجندات الإعلامية من خلال موقع المجلس الإخباري عبر تويتر وموقع خبر عاجل على موقع تويتر، وقد تم اعتماد منهجية تحليل المضمون لقياس وتحليل مضمون الأجندات الإعلامية. كما تم استخدام تحليل المضمون لقياس عدد التعليقات على الأخبار كمؤشر لأجندة القراء، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجدت الدراسة أن مواقع تويتر الإخبارية متطابقة من حيث الموضوعات الأساسية التي يتم تغطيتها؛ مما يشير إلى تأثير الأجندة الإعلامية على مواقع تويتر الإخبارية، كما كشفت الدراسة وجود تطابق كبير بين أجندات المواقع الإخبارية وأجندات القراء؛ مما يشير إلى أن هذه المواقع تقدم أخباراً تتناسب مع اهتمامات القراء بشكل كبير.

واستهدفت دراسة منة الله حسين مأمون حسين (٢٠٢١) ^(٢٧) التعرف على دور البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية في ترتيب أولويات الجمهور للقضايا الاقتصادية بخطة التنمية المستدامة ٢٠٣٠ وتقييم النخبة لها، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي التحليلي والميداني، بتحليل عينة من البرامج الحوارية (مصر النهاردة-

مساء دي ام سي- بتحليل ١١٦ حلقة التي تتضمن التنمية ورؤية مصر ٢٠٣٠، والتطبيق على النخبة علة عينة عمدية من الجمهور المصري قوامها (٤٠٠) مبحوث من خلال أداة الاستبيان. إلى جانب الاعتماد على دليل المقابلة لعينة من القائمين بالاتصال والنخبة تضمنت (٢٧) مقابلة، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: اهتمام البرامج الحوارية بالموضوعات المتضمنة بالبعد الاقتصادي في رؤية مصر ٢٠٣٠، وقد ظهر الاختلاف بين ترتيب أجندة الموضوعات الاقتصادية بالبرامج الحوارية وأجندة الجمهور فضلا عن ظهور بعض القصور في بالأداء الإعلامي من وجهة نظر النخبة واهتمام وسائل الإعلام بالأداء الدعائي أكثر من تبني النواحي التنموية.

وهدف دراسة محمد هزاع المريخي (٢٠٢٠)^(٢٨) إلى التعرف على تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية على ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية لدى الشباب في المجتمع السعودي، واعتمد الباحث على منهج المسح، واعتمد الباحث على أداة الاستبيان وتم التطبيق على ٤٠٠ مفردة بطريقة عمدية حيث تم التطبيق على الشباب من سن أقل من ٢٠ إلى ٢٤ سنة من مدينة حفر الباطن، وتم التطبيق خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي (١٤٣٨/ ١٤٣٩هـ)، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: تركيز العوامل التي تدفع الشباب لمتابعة البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية حول طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة في البرنامج حيث جاءت الاستجابات بالاختيار (بشكل كبير جدا) بنسبة (٩٠،٩٪)، ويلها أسلوب تقديم البرنامج الحوارية، كما تركز الاشباع للشباب بالمتابعة للبرامج الحوارية في المساعدة على معرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا الاجتماعية، حيث جاءت الاستجابات بالاختيار (موافق بشدة) فيما يخص البرامج الحوارية ساعدتني في معرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا الاجتماعية بنسبة (٩٠،١٪).

واستهدفت دراسة فابريزيو جيلاردي وآخرين (٢٠٢٠)^(٢٩) التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في وضع الأجندة السياسية في دولة سويسرا من خلال رصد وتحليل الأجندة الإعلامية التي تقدمها الصحف التقليدية، وكذلك الأجندة الإعلامية التي يقدمها السياسيون والأحزاب السياسية عبر شبكة التواصل الاجتماعي "تويتر"، ورصد الأجندة الإعلامية الأكثر تأثيرا. وتمت الدراسة بالتطبيق على المضامين التي نشرتها الصحف السويسرية (٢٠١٥، ٢٠١٦، ٢٠١٧، ٢٠١٨، ٢٠١٩، ٢٠٢٠، ٢٠٢١، ٢٠٢٢، ٢٠٢٣، ٢٠٢٤، ٢٠٢٥) تغريدة خلال الفترة من ١ يناير مادة صحفية) والمضامين المنشورة عبر شبكة تويتر (٣٧٥، ٣٣٠ تغريدة) خلال الفترة من ١ يناير

٢٠١٨ حتى ٣١ ديسمبر ٢٠١٩، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أكدت نتائج الدراسة أن العلاقة بين الأجندات السياسية والإعلامية تعد علاقة معقدة، وأن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت قناة راسخة للتواصل السياسي، يسعى السياسيون والأحزاب إلى استخدامها، وأضافت النتائج أن أجندة وسائل الإعلام التقليدية، وأجندة شبكات التواصل الخاصة بالسياسيين والأحزاب السياسية تؤثر على بعضها بعضاً، وبشكل عام.

وسعت دراسة دينا يحيى ذكي ابوزهرة (٢٠٢٠)^(٣٠) لتوفير بيانات ومعلومات عن تشكيل اهتمامات الجمهور طبقاً لأجندة القنوات الفضائية العربية ومحتواها البرامجي الذي يتأثر بطرق التمويل وأساليب الإعلان وضغوط المعلنين وملكية القناة وطبيعة التوجهات الإعلامية للقائمين بالاتصال بها، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية الى استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مبحوث بأداة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن معظم أفراد العينة يعتمدون على القنوات الفضائية العربية في الحصول على الأخبار والمعلومات الخاصة بالقضايا السياسية أحياناً، وأن غالبية أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية أحياناً كما أن معظم أفراد العينة يشاهدون برنامج سياسي واحد أسبوعياً تتمثل الأسباب التي دفعت المبحوثين لمشاهدة المحتوى البرامجي للفضائيات العربية " للمقارنة بين ما تعرضه القناة وما تعرضه القنوات الأخرى " و " الجرة في تناول القضايا السياسية " و " تناقش قضايا يسكت عنها الإعلام المحلي ".

التعليق على الدراسات السابقة:

تمثلت الإفادة من عرض الدراسات السابقة فيما يلي:

- ١ - تحديد وصياغة مشكلة وتساؤلات الدراسة الحالية، وتحديد الدقيق لأهمية الدراسة مقارنة بالدراسات العربية والأجنبية.
- ٢ - تمكنت الباحثة من تصميم استمارة الاستبيان من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة.
- ٣ - تحديد أهداف الدراسة الحالية ومصطلحاتها، وتحديد المنهج المستخدم في الدراسة وهو منهج المسح الإعلامي الذي يعد من أنسب المناهج ملائمة، ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بكل من موضوع هذه الدراسة وأهدافها.
- ٤ - وضع التعريفات الإجرائية المتعلقة بالدراسة.

- ٥- تحديد الجوانب التي أغفلتها الدراسات السابقة من أجل البحث فيها، حتى يمكن لهذه الدراسة أن تضيف شيئاً ذا قيمة في إثراء البحث العلمي.
- ٦- تحديد أسلوب عرض وصياغة المادة العلمية والاستفادة منها.
- ٧- تحديد أسلوب عرض النتائج الخاصة بالدراسة.

تساؤلات الدراسة

- ١- ما كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون؟
- ٢- ما دوافع مشاهدة المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون؟
- ٣- ما مدى ثقة المرأة الكردية بالمعلومات المقدمة بالبرامج الحوارية بالتلفزيون؟
- ٤- ما ترتيب القضايا المختلفة لدى المرأة الكردية من خلال تعرضهن للبرامج الحوارية بالتلفزيون؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وبين ترتيب أولويات القضايا لديها.

الفرض الثاني: تتأثر العلاقة بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وترتيب أولويات القضايا لديها بدوافع تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون نتيجة لاختلافهن في المتغيرات الديموغرافية (الفئة العمرية - المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي الاقتصادي - مكان الإقامة).

متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون.
- المتغير التابع: ترتيب أولويات القضايا لديها
- المتغير الوسيط: السن - المستوى التعليمي - البيئة - المستوى الاقتصادي والاجتماعي

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

- البرامج الحوارية التلفزيونية: يقصد بها البرامج التي تقدم بالفضائيات الكردية، وتقوم بعرض القضايا التي تخص الأحداث اليومية عامة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفنية والتعليمية والصحية، وهي محط اهتمام الجمهور والتي تثير الجدل، وتستضيف هذه البرامج الخبراء والمتخصصين لعرض الرؤى والتحليلات ووجهات النظر المختلفة حول تلك القضايا، والتي تسمح بمشاركة جمهور المشاهدين حتى يتمكن الجمهور من الاستفادة بما يقدمه البرنامج من قضايا تثير الرأي العام الكردي.
- ترتيب الأولويات: يقصد بها ترتيب واختيار القضايا والموضوعات من قبل القائم بالاتصال بالبرامج الحوارية الكردية والتركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، وهذه الموضوعات تثير اهتمام المرأة الكردية تدريجياً وتجعلها تدرك وتفكر فيها، وترتب الموضوعات التي قد تتفق أو تختلف مع أجندة البرامج الحوارية الكردية.
- القضايا: يقصد بها القضايا المختلفة سواء الاجتماعية، أو التعليمية، أو الاقتصادية، أو السياسية، أو الصحية التي تقدم بالبرامج الحوارية التلفزيونية الكردية.
- المرأة الكردية: يقصد بها المرأة في المرحلة العمرية من ٢٥ إلى أكثر من ٤٥ سنة بإقليم كردستان (السليمانية- دهوك- أربيل)

الإجراءات المنهجية للدراسة:

تتضمن الإجراءات المنهجية للدراسة تحديد الخطوات المنهجية التي تم اتباعها في إجراءات متضمنة: نوع الدراسة ومنهجها، وأسلوب اختيار العينة، وأسلوب جمع البيانات، والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليلها وإجراءات الصدق والثبات.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف ظاهرة معينة، وهي في هذه الدراسة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديها، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي الوصفي للإجابة على تساؤلات الدراسة والتي تصف متغيراتها، واختبار فروضها

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في مشاهدي البرامج الحوارية بالفضائيات التليفزيونية الكردية من المرأة الكردية.

عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية حصصية قوامها (٤٠٠) مفردة من مشاهدي البرامج الحوارية من المرأة الكردية في مراحل عمرية مختلفة من ٢٥ الى أكثر من ٤٥ سنة، وروعي في العينة أن تكون ممثلة لمختلف فئات المجتمع العمرية والاجتماعية والاقتصادية، وتكون ممثلة لكل محافظات اقليم كردستان (السليمانية- دهوك- أربيل) في الفترة الزمنية من (٢٠٢٤/٦/١) إلى (٢٠٢٤/٧/١)

وذلك باستخدام الصيغة الإحصائية التالية^{٣١}:

$$\pi = \left(\frac{Za \sqrt{p(1-p)}}{Cp} \right)^2$$

(Rea, M, et.al:1992:128-129)

حيث:

n = الحجم الأمثل للعينة

Za = قيمة مستوى الثقة، وهي قد يكون لها قيم مختلفة، إذ تساوي ١,٩٦ عند درجة الثقة ٩٥٪ وتساوي ٢,٥٧٥ عند درجة الثقة ٩٩٪.

Cp = قيمة حد الثقة في إطار مفاهيم النسب أو الحصص، وتتراوح بين ٣٪ و ٥٪، ولا تزيد بحال من الأحوال عن ١٠٪، وهي عادة ما ترتبط بمستوى الثقة المستخدم.

P = نسبة احتمال توافر خصائص المجتمع في العينة، وهي تساوي ٥٠٪، ٥٠، ٠.

وبتطبيق هذه الصيغة الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥٪ يُمكن تحديد الحجم الأمثل للعينة، وذلك كما يلي:

$$\pi = \left(\frac{1,96 \sqrt{(0,5)}}{0,05} \right)^2 \quad \pi = \left(\frac{0,5 \sqrt{p(1-0,5)}}{0,05} \right)^2 = 400 = 384,16$$

ومن خلال التعويض كما في الصيغة الإحصائية السابقة يتبين أن حجم العينة ٣٨٤,١٦ = ٤٠٠. مبحوثة تقريباً، وهو حجم العينة التي يُمكن أن تُمثل المرأة الكردية موضع الدراسة.

تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديها

وجاءت خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات الدراسة كما يلي:

جدول رقم (١) خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات الدراسة

الإجمالي		%	ك	المتغير الوسيط	
ك	%				
١٠٠,٠٠	٤٠٠	٤٨,٠٠	١٩٢	من ٢٥ إلى ٤٥	الفئة العمرية
		٣٠,٠٠	١٢٠	أكثر من ٤٥	
		٢٢,٠٠	٨٨	أقل من ٢٥ سنة	
١٠٠,٠٠	٤٠٠	٣٨,٢٥	١٥٣	حاصل على مؤهل جامعي	المستوى التعليمي
		٣٢,٧٥	١٣١	حاصل على مؤهل متوسط	
		٢٩,٠٠	١١٦	حاصل على مؤهل بعد الجامعي	
١٠٠,٠٠	٤٠٠	٤٢,٠٠	١٦٨	أربيل	مكان الإقامة
		٢٩,٢٥	١١٧	دهوك	
		٢٨,٧٥	١١٥	السليمانية	
١٠٠,٠٠	٤٠٠	٤٢,٢٥	١٦٩	المتوسط	المستوى الاجتماعي الاقتصادي
		٣١,٢٥	١٢٥	المرتفع	
		٢٦,٥٠	١٠٦	المنخفض	

أساليب جمع البيانات:

استمارة استبيان الرأي:

تم استخدام استمارة استبيان الرأي في جمع البيانات من مشاهدي البرامج الحوارية من المرأة الكردية وتتضمن الاستمارة عدة محاور تحتوي على عدة أسئلة ومقاييس للحصول على قياسات واضحة لمتغيرات الدراسة والتي تعبر عن تساؤلاتها.

١- إعداد الاستبيان وفق الخطوات التالية:

- أ- القراءة والاطلاع على التراث العلمي.
- ب- إعداد الاستمارة في صورتها الأولية

٢- صمم الاستبيان وفق ما سلف من ملحوظات:

- أ - تم مراجعة المادة العلمية الواردة في الأدوات، ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة، ومدى كفايتها ودقتها للإجابة على التساؤلات التي تسعى الدراسة إلى الإجابة عليها.
- ب - تم مراجعة مدى معالجة الاستمارة للجوانب المتعلقة بموضوع الدراسة.
- ج - تم مراجعة صلاحية الاستبيان منهجياً للحصول على إجابات صحيحة.
- ٣ - صياغة الاستبيان في صورته النهائية:**

- أ - سيتم عرض الاستبيان على الخبراء والمحكمين لإبداء ملحوظاتهم وتوجيهاتهم.
- ب - تنفيذ الملحوظات على الاستبيان.
- ج - صياغة الاستبيان في شكلها النهائي بناءً على ملحوظات المحكمين.

إجراءات الصدق والثبات:**أولاً- إجراءات الصدق:**

للتأكد من توافر شرط الصدق في استمارة الدراسة تم عرض استمارة الاستبيان على عدد من الأساتذة المختصين والخبراء في علوم الإعلام^(*)، ومناهج البحث، لتحكيمها، ومراجعتها منهجياً، وعلمياً، والوقوف على مدى كفاءة الأسئلة وعباراتها في تحقيق أهداف الدراسة، ثم تم إجراء التعديلات اللازمة التي رأى السادة المحكمون ضرورتها، وتحديد النسبة العامة للاتفاق بينهم، والتي بلغت (٩٠٪) مما يشير إلى توافر قدر كبير من الصدق في المقياس.

ثانياً- إجراءات الثبات:

للتأكد من توافر شرط الثبات في أداة الدراسة قامت الباحثة باستخدام اختبار (ألفا كرونباخ "Alpha"): للتحقق إحصائياً من توافر شرطي الثبات والصدق في الاستمارة والأسئلة المتضمنة بها كالآتي: -

جدول (٢) معامل (ألفا كرونباخ "Alpha") للتحقق إحصائياً من ثبات وصدق استمارة الاستبيان

معامل (ألفا كرونباخ)	
إجمالي أسئلة الاستمارة	(٩٣٢,٠**) (**)

يتضح من الجدول السابق أن قيمة اختبار (ألفا كرونباخ "Alpha") تكما بلغت (٩٣٢,٠**) في إجمالي تساؤلات الاستمارة، مما يؤكد على توافر درجة مرتفعة من الثبات والصدق في استمارة الاستبيان، كما يؤكد الثقة في صلاحية الاستمارة كأداة للدراسة.

حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** تحددت نتائج هذه الدراسة على تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديها
- **الحدود الزمنية:** تحددت نتائج هذه الدراسة في الفترة الزمنية التي طبقت فيها الدراسة الميدانية من (٢٠٢٤/٦/١) إلى (٢٠٢٤/٧/١)
- **الحدود المكانية:** تحددت نتائج هذه الدراسة على المرأة الكردية بإقليم كردستان (السليمانية- دهوك- أربيل)

الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

قامت الباحثة بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم (SPSS) اختصاراً لـ (Statistical Package for the Social Sciences) وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية ظ وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية
- ٢- المتوسط الحسابي والانحرافات المعيارية
- ٣- الوزن المئوي الذي يحسب من المعادلة: الوزن المئوي = (المتوسط الحسابي x ١٠٠) ÷ الدرجة العظمى للعلاقة.
- ٤- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٣٠، ومتوسطة ما بين ٠,٣٠-٠,٧٠، وقوية إذا زادت عن ٠,٧٠.
- ٥- معامل الانحدار الخطي المتعدد Multiple Linear Regression بطريقة Stepwise لبيان تأثير الارتباط بين عدة متغيرات مستقلة على متغير تابع واحد.

٦- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

٧- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

٨- معامل (ألفا كرونباخ "Alpha") للتحقق إحصائياً من توافر شرطي الثبات والصدق في الاستمارة أداة الدراسة.

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥٪ فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل

الإطار المعرفي للدراسة

مفهوم البرامج الحوارية:

تعتبر البرامج الحوارية من البرامج التي تحظى باهتمام الجمهور، إذ أن كل فرد يريد معرفة آراء الآخرين خاصة المتخصصين، ورأي القيادات ورأي الشارع أيضاً، حيث إنها تنشط الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية، وتشجذ الفكر، وتكشف عن الأبعاد الحقيقية للمشاكل المطروحة على الساحة، كما تساعد على تعميق مفهوم الديمقراطية، وتفتح الطريق نحو الوصول إلى الرأي الصحيح وتضع أصحاب القرار أمام مسؤولياتهم بل وتضع المواطنين أنفسهم أمام مسؤولياتهم تجاه أنفسهم وتجاه الآخرين، وهذه البرامج لها القدرة على ملامسة هموم المرأة والرجل معاً، ومعالجة ما يحيط بها، وهو ما يظهر من خلال طبيعة الأشخاص الذين يحلون ضيوفاً على هذه البرامج، لإيجاد حلول للقضايا المطروحة على طاولتها.

والبرامج الحوارية هي من أنواع البرامج الرئيسية التي لا تنطوي تحت لواء البرامج الإخبارية والوثائقية والموسيقية والدرامية والثقافية وبرامج الألعاب والتدريب أو الإعلانات التجارية، فهي تشمل برامج الحوار والنقاش والمقابلات التي تتناول موضوعات الساعة المهمة وفيها يشترك ضيف البرنامج في إجراء المقابلة والحوار حول قضايا محددة مع الشخصية

المسئولة التي يستضيفها البرنامج، كما يشترك الجمهور في النقاش والحوار عبر الاتصالات الهاتفية المباشرة^(٣٢).

• البرامج الحوارية بالفضائيات الكردية:

دفع تزايد عدد القنوات الفضائية في الساحة الكردية إلى اعتماد المواطن على التلفزيون وذلك مع تنوع الشبكات التلفزيونية ما بين حكومية وخاصة وتقليدية وتفاعلية، ويأتي هذا الاعتماد نظراً لتلبية الاحتياجات والرغبة في تكوين المعرفة.

وتعد القنوات الفضائية الكردية من الانجازات الحديثة التي اوجدت حلولاً عديدة للمشكلات التي واجهت البث التلفزيوني فقد ساعدت تقنيات البث ال رقمي في حل اشكالية ازدحام البث واسهمت في توسيع الخدمة من خلال تعدد القنوات الفضائية والتي ادت الى تنوع البرامج الحوارية بأشكال وأنواع عدة كما تعد القنوات الفضائية وسيلة اتصالية مهمة من وسائل الاعلام وتعود أهمية هذه الوسيلة لعدة أسباب عدة منها تعدد وظائفها والتأثير على اتجاهات المشاهد كفرد والراي العام كجماعات من خلال ما تقدمه هذه الفضائيات من برامج متنوعة ومنها البرامج الحوارية.

خصائص الإنتاج التلفزيوني الموجه للمرأة:

تعتمد عملية الإنتاج التلفزيوني على مجموعة من العمليات والخصائص التي لا بد من مراعاتها عند الإنتاج، وقد حدد الخبراء عدداً من هذه الخصائص بشأن إنتاج برامج المرأة وذلك لأهمية هذه الخصائص في أي عملية إنتاج تلفزيوني، ومن جملة هذه الخصائص:^(٣٣)

١- خصائص النمو النفسي لجمهور المرأة الذي تتوجه إليه برامج التلفزيون وكيف يمكن تطبيق الحقائق السيكولوجية في حدود إمكانيات وسيلة التلفزيون التي تعد أكثر الوسائل التي تهتم بها المرأة، ولكي تكون مهمة منتجي البرامج التلفزيونية باتجاه حث المرأة على الاستطلاع بعالمها الخارجي وإرشادها نحو ممارسة الحياة بشكل واع وحقيقي.

٢- عند إنتاج البرامج الخاصة بالمرأة لا بد من معرفة مستوى النضج الفكري والعلمي التي وصلته المرأة اليوم في ضوء خبراتها السابقة وفي ضوء المرحلة الجديدة التي بدأت تأخذ المرأة فيها حيزاً كبيراً من اهتمامات وسائل الإعلام.

- ٣- تحديد اتجاهات المرأة وحاجاتها ومشكلاتها في البيئات المختلفة الحضرية والريفية وما يمكن انتاجه كلا بحسب خبرته وثقافته وبيئته فإنتاج البرامج الموجهة للمرأة في المدينة تختلف في مضمونها وشكلها ولغتها عن البرامج الموجهة إلى المرأة الريفية.
- ٤- توضيح مفهوم ثقافة المرأة لدى المنتجين وتحديد دور برامج التلفزيون في إطار المفهوم. إن الإنتاج التلفزيوني عملية تبدأ بالإعداد أو الكتابة ولا بد للكاتب أو المعد أن يراعي العديد من المقومات التي تسهم في عملية إنجاح الإنتاج البرامجي لكي يختار البرامج الناجحة من حيث الشكل والمضمون ومن هذه المقومات: (٣٤)
- ١- أن يتفهم الكاتب أو المعد ومنتجو البرامج جوهر الموضوع الذي يعالجه حتى يختار له الشكل والمضمون.
- ٢- أن يتفهم الكاتب بصورة جيدة خصائص وسمات ومزاج الجمهور الذي يصوغ له رسالته ليختار له الموضوع المناسب، فسمات وخصائص المرأة تختلف في طبيعتها عن خصائص الرجال أو الأطفال حتى في الموضوعات من حيث تأثيرهما في كلا الجمهورين، إذ أن الموضوعات المخصصة للمرأة تختلف عن تلك الموجهة للرجل.
- ٣- على الكاتب أو المعد أن يتفهم طبيعة البيئة الاجتماعية للجمهور والمستوى الثقافي والاجتماعي الذي يحدد بطبيعته ومع المادة التي تتضمنها الرسالة الإعلامية.
- ٤- على الكاتب أن يفهم خصائص التلفزيون كونه وسيلة إعلامية يجري فيها إنتاج البرامج الموجهة للمرأة ومن ثم لا بد من مراعاة تناسب الموضوع مع الوسيلة.
- ٥- على معدي برامج المرأة ومنتجها أن يتفهموا طبيعة النظام السياسي والاقتصادي السائد في ذلك البلد أو المجتمع الذي تقوم عليه سياسة الإعلام في الدولة.

نتائج الدراسة:

جدول (٣) مدى مشاهدة المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون الكردية

مدى المشاهدة	ك	%
دائماً	١٨٧	٤٦,٧٥
أحياناً	١٥٥	٣٨,٧٥
نادراً	٥٨	١٤,٥٠
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠,٠٠

تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديها

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى مدى مشاهدة المبحوثات للبرامج الحوارية بالتلفزيون الكردي، حيث جاءت المشاهدة "دائماً" في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٤٦,٧٥٪ من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاءت "أحياناً" في الترتيب الثاني بنسبة ٣٨,٧٥٪، وأخيراً جاءت المشاهدة "نادراً" في الترتيب الثالث بنسبة ١٤,٥٠٪ من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (٤) متوسط ساعات مشاهدة المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون الكردي

ساعات مشاهدة	ك	%
أقل من ساعة	٣٠٤	٧٦,٠٠
من ساعة إلى ساعتين	٨٠	٢٠,٠٠
من ساعتين فأكثر	١٦	٤,٠٠
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠,٠٠

تشير النتائج للجدول السابق إلى متوسط ساعات مشاهدة المبحوثات للبرامج الحوارية بالتلفزيون الكردي، حيث جاءت "أقل من ساعة" في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٧٦,٠٠٪ من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاءت "من ساعة إلى ساعتين" في الترتيب الثاني بنسبة ٢٠,٠٠٪، وأخيراً جاءت "من ساعتين فأكثر" في الترتيب الثالث بنسبة ٤,٠٠٪ من إجمالي العينة.

• كثافة التعرض للمرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون:

فيما يتعلق بمشاهدة المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون. أشارت نتائج استجابات المبحوثين على أسئلة المقياس التجميعي الخاص بكثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون إلى أن كثافة التعرض جاءت منخفض لدى (٦١,٢٥٪) من مفردات عينة البحث، ومتوسط لدى (٢٧,٧٥ ٪) منهم ثم مرتفع لدى (٢١,٧٥٪)، أي أنها جاءت منخفضة لدى الغالبية العظمى، كما هو موضح في الجدول الآتي

جدول (٥) كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون

مجمّل مقياس تعرض عينة الدراسة للبرامج الحوارية بالتلفزيون	ك	%
مرتفع	٤٤	١١,٠٠
متوسط	١١١	٢٧,٧٥
منخفض	٢٤٥	٦١,٢٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٦) توزيع استجابات أفراد عينة الدراسة أمام كل عبارة من عبارات مقياس دو افع المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون الكردي

العبارات	او افق		الى حد ما		لا أو افق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
دو افع طقوسية									
التهرب من واقع الحياة ومشاكلها	٦٦	١٦,٥	١٤٩	٣٧,٢٥	١٨٥	٤٦,٠٠	٢,٣٠	٠,٧٦٦	٧٦,٧
تخلصني من الملل	٧٦	١٩,٠٠	١٥٧	٣٩,٢٥	١٦٧	٤١,٧٥	٢,٢٣	٠,٧٤٣	٧٤,٣
تقضية وقت الفراغ	١٤٥	٣٦,٢٥	١٨٤	٤٦,٠٠	٧١	١٧,٧٥	٢,١٩	٠,٧٢٨	٧٣,٠
لأنني تعودت على مشاهدتها	٧٩	١٩,٧٥	١٦٩	٤٢,٢٥	١٥٢	٣٨,٠٠	٢,١٨	٠,٧٢٨	٧٢,٧
للتسلية والامتناع	٧٧	١٩,٢٥	١٨٠	٤٥,٠٠	١٤٣	٣٥,٧٥	٢,١٧	٠,٧٢٢	٧٢,٣
دو افع نفعية									
متابعة القضايا والأحداث الجارية	٨٧	٢١,٧٥	١٦٥	٤١,٢٥	١٤٨	٣٧,٠٠	٢,١٥	٠,٧١٨	٧١,٧
إثارة موضوعات جديدة	١٣٥	٣٣,٧٥	١٨٤	٤٦,٠٠	٨١	٢٠,٢٥	٢,١٤	٠,٧١٢	٧١,٣
تساعدني في تكوين رأيا في اتجاه القضايا المجتمعية	١٠٠	٢٥,٠٠	٢٢٠	٥٥,٠٠	٨٠	٢٠,٠٠	٢,٠٥	٠,٦٨٣	٦٨,٣
عرض المشكلات والحلول تجاه قضايا المرأة	١١٥	٢٨,٧٥	١٧٤	٤٣,٥٠	١١١	٢٧,٧٥	٢,٠١	٠,٦٧٠	٦٧,٠
حلقة وصل بين المسؤولين والجمهور	٩٠	٢٢,٥٠	١٦٥	٤١,٢٥	١٤٥	٣٦,٢٥	١,٨٦	٠,٦٢١	٦٢,٠
الإجمالي في كل عبارة								٤٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب دوافع مشاهدة المبحوثات للبرامج الحوارية بالتلفزيون الكردي، حيث غلب على اتجاههم اختيار (إلى حد ما) لجميع الأسباب، فقد جاءت من (٥) عبارات من الدوافع الطقوسية كما يلي: حيث جاء سبب " التهرب من واقع الحياة

ومشكلتها" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (٢,٣٠) بوزن نسبي (٧٦,٧)، ثم جاء " تخلصني من الملل " في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (٢,٢٣) بوزن نسبي (٧٤,٣)، في حين جاءت " تقضية وقت الفراغ " في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (٢,١٩) بوزن نسبي (٧٣,٠)، واحتل سبب " لأنني تعودت على مشاهدتها" الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (٢,١٨) بوزن نسبي (٧٢,٧)، يليه سبب "للتسلية والامتناع" في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (٢,١٧) بوزن نسبي (٧٢,٣)

وقد جاءت(٥) عبارات من الدوافع النفعية كما يلي: حيث جاء سبب "متابعة القضايا والأحداث الجارية " في الترتيب السادس بمتوسط حسابي (٢,١٥) بوزن نسبي (٧١,٧)، يليه "إثارة موضوعات جديدة" في الترتيب السابع بمتوسط حسابي (٢,١٤) بوزن نسبي (٧١,٣)، في حين جاء "تساعدني في تكوين رأي تجاه القضايا المجتمعية" في الترتيب الثامن بمتوسط حسابي (٢,٠٥) بوزن نسبي (٦٨,٣)، ثم جاء "عرض المشكلات والحلول تجاه قضايا والمرأة" في الترتيب التاسع بمتوسط حسابي (٢,٠١) بوزن نسبي (٦٧,٠)، وأخيراً جاء "حلقة وصل بين المسؤولين والجمهور" في الترتيب العاشر بمتوسط حسابي (١,٨٦) بوزن نسبي (٦٢,٠).

كما تعكس بيانات الجدول السابق ارتفاع قيم متوسطات الأسباب السلبية لمشاهدة المبحوثات للبرامج الحوارية بالتلفزيون الكردي، عن قيم متوسطات الأسباب الإيجابية حيث جاء ترتيب العبارات السلبية (الأول – الثاني – الرابع – الخامس – السادس)، بينما جاء ترتيب العبارات الإيجابية (الثالث - السابع - الثامن – التاسع – العاشر).

جدول رقم (٧) مدى ثقة المرأة الكردية في المعلومات المقدمة بالبرامج الحوارية بالتلفزيون الكردي

مدى الثقة	ك	%
اثق الى حد ما	٢٩٣	٧٣,٢٥
لا اثق	٧٣	١٨,٢٥
اثق تماما	٣٤	٨,٥٠
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠,٠٠

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى مدى ثقة المبحوثات في المعلومات المقدمة بالبرامج الحوارية بالتلفزيون الكردي، حيث جاءت "إلى حد ما" في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٧٣,٢٥٪ من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاءت "لا أثق" في الترتيب الثاني بنسبة ١٨,٢٥٪، وأخيراً جاءت "أثق تماماً" في الترتيب الثالث بنسبة ٨,٥٠٪ من إجمالي عينة الدراسة.

جدول رقم (٨) ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (الاجتماعية) حسب درجة اهتمامهن

الترتيب		الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الوزن المرجح	
القضايا الاجتماعية	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النقاط	الوزن المئوي
العنف ضد المرأة	١٩١	٤٧,٧٥	٧٣	١٨,٢٥	٦٧	١٦,٧٥	٦٩	١٧,٢٥	١١٨٦	٢٩,٦٥	
خروج المرأة للعمل	٨٣	٢٠,٧٥	١١٣	٢٨,٢٥	١٤٢	٣٥,٥٠	٦٢	١٥,٥٠	١٠١٧	٢٥,٤٣	
ضعف الترابط الأسري	٨٠	٢٠,٠٠	١٠٧	٢٦,٧٥	٧١	١٧,٧٥	١٤٢	٣٥,٥٠	٩٢٥	٢٣,١٣	
العنوسة وتأخر سن الزواج	٤٦	١١,٥٠	١٠٧	٢٦,٧٥	١٢٠	٣٠,٠٠	١٢٧	٣١,٧٥	٨٧٢	٢١,٨٠	
مجموع الأوزان	ن = ٤٠٠										٤٠٠٠

تشير البيانات التفصيلية للجدول السابق إلى ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (الاجتماعية) حسب درجة اهتمامهن، حيث جاءت قضية "العنف ضد المرأة" في الترتيب الأول بوزن مئوي (٢٩,٦٥٪)، ثم جاءت قضية "خروج المرأة للعمل" في الترتيب الثاني بوزن مئوي (٢٥,٤٣٪)، تلتها قضية "ضعف الترابط الأسري" في الترتيب الثالث بوزن مئوي (٢٣,١٣٪)، وأخيراً جاءت قضية "العنوسة وتأخر سن الزواج" في الترتيب الرابع بوزن مئوي (٢١,٨٠٪) من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (٩) ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (السياسية) حسب درجة اهتمامهن

الترتيب		الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الوزن المرجح	
القضايا السياسية		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	النقاط	الوزن المئوي
تولي المرأة للمناصب الإدارية والقيادية العليا		١٣٨	٣٤,٥٠	١٤٠	٣٥,٠٠	٧٣	١٨,٢٥	٤٩	١٢,٢٥	١١٦٧	٢٩,١٨
التوعية السياسية للمرأة		١٦٥	٤١,٢٥	١٠٤	٢٦,٠٠	٥٧	١٤,٢٥	٧٤	١٨,٥٠	١١٦٠	٢٩,٠٠
دور المرأة في		٦٢	١٥,٥٠	٩٤	٢٣,٥٠	١٦٧	٤١,٧٥	٧٧	١٩,٢٥	٩٤١	٢٣,٥٣

تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديها

الترتيب		الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الوزن المرجح	
القضايا السياسية		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	النقاط	الوزن المئوي
الإصلاح السياسي											
دور المرأة في الانتخابات		٣٥	٨,٧٥	٦٢	١٥,٥٠	١٠٣	٢٥,٧٥	٢٠٠	٥٠,٠٠	٧٣٢	١٨,٣٠
مجموع الأوزان		ن = ٤٠٠									٤٠٠

تشير البيانات التفصيلية للجدول السابق إلى ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (السياسية) حسب درجة اهتمامهن، حيث جاءت قضية "تولي المرأة للمناصب الإدارية والقيادية العليا" في الترتيب الأول بوزن مئوي (٢٩,١٨٪)، ثم جاءت قضية "التوعية السياسية للمرأة" في الترتيب الثاني بوزن مئوي (٢٩,٠٠٪)، تلتها قضية "دور المرأة في الإصلاح السياسي" في الترتيب الثالث بوزن مئوي (٢٣,٥٣٪)، وأخيراً جاءت قضية "دور المرأة في الانتخابات" في الترتيب الرابع بوزن مئوي (١٨,٣٠٪) من إجمالي عينة الدراسة.

جدول رقم (١٠) ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (التعليمية) حسب درجة اهتمامهن

الوزن المرجح		الثالث		الثاني		الأول		الترتيب
الوزن المئوي	النقا ط	%	ك	%	ك	%	ك	القضايا التعليمية
٣٦,٤٦	٨٧٥	٢٠,٢٥	٨١	٤٠,٧٥	١٦٣	٣٩,٠٠	١٥٦	
٣٣,٢١	٧٩٧	٣٢,٢٥	١٢٩	٣٦,٢٥	١٤٥	٣١,٥٠	١٢٦	
٣٠,٣٣	٧٢٨	٤٧,٥٠	١٩٠	٢٣,٠٠	٩٢	٢٩,٥٠	١١٨	
٢٤٠٠		ن = ٤٠٠						
								مجموع الأوزان

تشير البيانات التفصيلية للجدول (١٧) السابق إلى ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (التعليمية) حسب درجة اهتمامهن، حيث جاءت قضية "أهمية التعليم المرأة" في الترتيب الأول بوزن مئوي (٣٦,٤٦٪)، ثم جاءت قضية "أهمية التثقيف والإصلاح" في الترتيب الثاني بوزن مئوي (٣٣,٢١٪)، وأخيراً جاءت قضية "تطوير خطة التعليم في المجتمع الكردي" في الترتيب الثالث بوزن مئوي (٣٠,٣٣٪) من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (١١) ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (الدينية) حسب درجة اهتمامهن

الترتيب	الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الوزن المرجح	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	النقاط	الوزن المئوي
التربية الصالحة للأبناء والبر الوالدين	١٣٣	٣٣,٢٥	١٥٢	٣٨,٠٠	٨٤	٢١,٠٠	٣١	٧,٧٥	١١٨٧	٢٩,٦٨
حقوق وواجبات الزوجين	١٥٣	٣٨,٢٥	١٠١	٢٥,٢٥	٧٣	١٨,٢٥	٧٣	١٨,٢٥	١١٣٤	٢٨,٣٥
رفض التعصب الديني	٦٤	١٦,٠٠	٩٢	٢٣,٠٠	١٤٣	٣٥,٧٥	١٠١	٢٥,٢٥	٩١٩	٢٢,٩٨
التسامح الديني للقضايا الدين	٥٠	١٢,٥٠	٥٥	١٣,٧٥	١٠	٢,٥٠	١٩٥	٤٨,٧٥	٧٦٠	١٩,٠٠
مجموع الأوزان	ن = ٤٠٠									٤٠٠٠

تشير البيانات التفصيلية للجدول السابق إلى ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (الدينية) حسب درجة اهتمامهن، حيث جاءت قضية "التربية الصالحة للأبناء والبر الوالدين" في الترتيب الأول بوزن مئوي (٢٩,٦٨٪)، ثم جاءت قضية "حقوق وواجبات الزوجين" في الترتيب الثاني بوزن مئوي (٢٨,٣٥٪)، تلتها قضية "رفض التعصب الديني" في الترتيب الثالث بوزن مئوي (٢٢,٩٨٪)، وأخيراً جاءت قضية "التسامح الديني للقضايا الدين" في الترتيب الرابع بوزن مئوي (١٩,٠٠٪) من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (١٢) ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (الصحية) حسب درجة اهتمامهن

الترتيب	الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الوزن المرجح	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	النقاط	الوزن المئوي
صحة الأطفال والأساليب الصحية السليمة لتربية الأطفال	١٧٠	٤٢,٥٠	٨٠	٢٠,٠٠	٧٩	١٩,٧٥	٧١	١٧,٧٥	١١٤٩	٢٨,٧٣
الاهتمام بصحة	١٠٨	٢٧,٠٠	١٥٤	٣٨,٥٠	٩٤	٢٣,٥٠	٤٤	١١,٠٠	١١٢٦	٢٨,١٥

تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتليفزيون وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديها

الترتيب		الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الوزن المرجح	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	النقاط	الوزن المئوي
جميع أفراد الأسرة والوقاية منها											
الصحة النفسية وتأثيرها على الأفراد الأسرة	٦٩	١٧,٢٥	١١٦	٢٩,٠٠	١٥٣	٣٨,٢٥	٦٢	١٥,٥٠	٩٩٢	٢٤,٨٠	
التغذية الصحية السليمة	٥٣	١٣,٢٥	٥٠	١٢,٥٠	٧٤	١٨,٥٠	٢٢٣	٥٥,٧٥	٧٣٣	١٨,٣٣	
مجموع الأوزان		٤٠٠ = ن								٤٠٠٠	

تشير البيانات التفصيلية للجدول السابق إلى ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (الصحية) حسب درجة اهتمامهن، حيث جاءت قضية "صحة الأطفال والأساليب الصحية السليمة لتربية الأطفال" في الترتيب الأول بوزن مئوي (٢٨,٧٣٪)، ثم جاءت قضية "الاهتمام بصحة جميع أفراد الأسرة والوقاية منها" في الترتيب الثاني بوزن مئوي (٢٨,١٥٪)، تلتها قضية "الصحة النفسية وتأثيرها على الأفراد الأسرة" في الترتيب الثالث بوزن مئوي (٢٤,٨٠٪)، وأخيراً جاءت قضية "التغذية الصحية السليمة" في الترتيب الرابع بوزن مئوي (١٨,٣٣٪) من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (١٣) ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (الاقتصادية) حسب درجة اهتمامهن

الترتيب		الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الوزن المرجح	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	النقاط	الوزن المئوي
الدور المزدوج للمرأة داخل المنزل وخارجه	١٠٥	٢٦,٢٥	١٣٦	٣٤,٠٠	١٠٠	٢٥,٠٠	٥٩	١٤,٧٥	١٠٨٧	٢٧,١٨	
دور المرأة في التنمية الاقتصادية	١٤١	٣٥,٢٥	٨٤	٢١,٠٠	٧١	١٧,٧٥	١٠٤	٢٦,٠٠	١٠٦٢	٢٦,٥٥	
عمل المرأة	٧٥	١٨,٧٥	١٠٨	٢٧,٠٠	١٥١	٣٧,٧٥	٦٦	١٦,٥٠	٩٩٢	٢٤,٨٠	

الترتيب		الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الوزن المرجح	
القضايا الاقتصادية	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النقاط	الوزن المئوي
وتحسين مستوى المعيشة											
نماذج ناجحة للمرأة العاملة	٧٩	١٩,٧٥	٧٢	١٨,٠٠	٧٨	١٩,٥٠	١٧١	٤٢,٧٥	٨٥٩	٢١,٤٨	
مجموع الأوزان	ن = ٤٠٠										٤٠٠٠

تشير البيانات التفصيلية للجدول السابق إلى ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (الاقتصادية) حسب درجة اهتمامهن، حيث جاءت قضية "الدور المزدوج للمرأة داخل المنزل وخارجه" في الترتيب الأول بوزن مئوي (٢٧,١٨٪)، ثم جاءت قضية "دور المرأة في التنمية الاقتصادية" في الترتيب الثاني بوزن مئوي (٢٦,٥٥٪)، تلتها قضية "عمل المرأة وتحسين مستوى المعيشة" في الترتيب الثالث بوزن مئوي (٢٤,٨٠٪)، وأخيراً جاءت قضية "نماذج ناجحة للمرأة العاملة" في الترتيب الرابع بوزن مئوي (٢١,٤٨٪) من إجمالي عينة الدراسة.

نتائج اختبار صحة فروض الدراسة:-

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة الكردية

للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وبين ترتيب أولويات القضايا لديها.

جدول رقم (٢٨) نتائج معامل ارتباط "بيرسون (R)" لبيان دلالة العلاقة بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وبين ترتيب أولويات القضايا لديها

كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون					المتغير المستقل المتغير التابع
العدد (N)	معامل الارتباط (R)	اتجاه العلاقة	المعنوية (Sig)	مستوى الدلالة	
٤٠٠	*٠,٠٨٤	موجبة	(٠,٠٤٦)	دالة عند ٠,٠٥	ترتيب أولويات القضايا "الصحية"
٤٠٠	٠,٠٢٤-	سالبة	(٠,٦٣٨)	غير دالة	ترتيب أولويات القضايا "الاجتماعية"
٤٠٠	٠,٠٧٣	موجبة	(٠,١٤٧)	غير دالة	ترتيب أولويات القضايا "الثقافية"

تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديها

كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون					المتغير المستقل المتغير التابع
مستوى الدلالة	المعنوية (Sig)	اتجاه العلاقة	معامل الارتباط (R)	العدد (N)	
غير دالة	(,٥٨٨)	سالبة	-,٠٢٧	٤٠٠	ترتيب أولويات القضايا "الاقتصادية"
دالة عند ,,٠٥	(,٠١٧)	موجبة	*,١١٩	٤٠٠	ترتيب أولويات القضايا "الدينية"
دالة عند ,,٠١	(,٠٠٠)	موجبة	**,١٧٣	٤٠٠	ترتيب أولويات القضايا "السياسية"
غير دالة	(,٥٩٣)	سالبة	-,٢٧	٤٠٠	ترتيب أولويات القضايا "الفنية"
غير دالة	(,٤٣٠)	موجبة	,,٤٠	٤٠٠	ترتيب أولويات القضايا "البيئية"
غير دالة	(,٨١٢)	موجبة	,,٠١٢	٤٠٠	ترتيب أولويات القضايا "الرياضية"

* دال احصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ودرجة ثقة ٩٥٪

** دال احصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩٪

تشير نتائج اختبار "بيرسون" في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وبين ترتيب أولويات كل من القضايا (الصحية، الدينية، والسياسية) لديها، حيث بلغت قيم "R" = (٠,٠٨٤، *,١١٩، *,١٧٣) لكل منها على الترتيب، وهي قيم تشير إلى ارتباط واضح ودال إحصائياً عند مستوي دلالة = (٠,٠٥، ,٠٠١).

بينما تشير نتائج اختبار "بيرسون" في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وبين ترتيب أولويات كل من القضايا (الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، الفنية، البيئية، والرياضية) لديها، حيث بلغت قيم "R" = (-٠,٢٤، ,٠٠٧٣، -,٠٢٧، ,٠٠٤٠، ,٠٠١٢) لكل منها على الترتيب، وهي قيم تشير إلى عدم وجود ارتباط دال بين المتغيرين عند أي مستوي دلالة مقبول إحصائياً.

وعلى ذلك يمكن القبول بصحة الفرض السابق جزئياً وتعديل صيغته كالآتي: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية

بالتلفزيون، وبين ترتيب أولويات بعض القضايا لديها "الصحية، والدينية، والسياسية"، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وبين ترتيب أولويات باقي القضايا لديها.

الفرض الثاني: تتأثر العلاقة بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وترتيب أولويات القضايا لديها بدو افع تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون.

جدول رقم (٢٩) نتائج معامل ارتباط "الانحدار الخطى المتعدد Multiple Linear Regression" لبيان مدى تأثير العلاقة بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وبين ترتيب أولويات "القضايا الصحية" لديها بدو افع التعرض

ترتيب أولويات القضايا "الصحية"						المتغير التابع
المتغيرات المستقلة	العدد (N)	المتوسط	الانحراف	معامل الارتباط (R)	مربع (R)	المعنوية (Sig)
مستوى الدلالة						
كثافة التعرض للبرامج الحوارية	٤٠٠	٤,٣٧	١,٤٣١	*٠,٠٨٤	٠,٧٠٦	(٠,٠٤٦)
دالة عند ٠,٠٥						
دو افع التعرض للبرامج الحوارية	٤٠٠	٢١,٢٧	٣,١٦١	-٠,٠٠٩	٠,٠٠٠	(٠,٤٢٦)
غير دالة						

تشير نتائج معامل ارتباط "الانحدار الخطى المتعدد Multiple Linear Regression" في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وبين ترتيب أولويات كل من القضايا (الصحية) لديها، حيث بلغت قيمة $R = 0.084^*$ ، وهي قيمة تشير إلى ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05) .

بينما تشير نتائج الاختبار نفسه إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع التعرض وترتيب أولويات كل من القضايا (الصحية) لديها، حيث بلغت قيم $R = 0.009$ ، وهي قيمة تشير إلى عدم وجود ارتباط دال بين المتغيرات عند أي مستوى دلالة مقبول إحصائياً.

وتدل البيانات السابقة على وجود تأثير دال إحصائياً لمتغير كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون على المتغير التابع "ترتيب أولويات كل من القضايا لديها"،

تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديها

بينما اتضح عدم تأثر هذه العلاقة بدوافع التعرض، حيث جاءت قيمة معاملات الارتباط والتأثير بينها وبين المتغير التابع ضعيفة جداً، وغير ذات دلالة عند أي مستوى دلالة مقبول إحصائياً.

وبناء على ما سبق يمكن القبول بعدم صحة الفرض السابق وبالتالي القبول بتحقيق الفرض الصفري وصيغته كالآتي: "لا تتأثر العلاقة بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وترتيب أولويات القضايا لديها بدوافع تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون نتيجة لاختلافهن في المتغيرات الديموغرافية (الفئة العمرية – المستوى التعليمي – المستوى الاجتماعي الاقتصادي – مكان الإقامة).

جدول رقم (٣٠) تحليل التباين أحادي الاتجاه One- Way ANOVA لبيان دلالة الفروق بين بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون نتيجة لاختلافهن في المتغيرات الديموغرافية (الفئة العمرية – المستوى التعليمي – المستوى الاجتماعي الاقتصادي – مكان الإقامة)

المتغيرات الديموغرافية القياس	مجموعات المقارنة	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	المنعوبة ومستوى الدلالة
مستوى إدراك المرأة الكردية لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون	الفئة العمرية	بين المجموعات	٥٩,٧٧٤	٢	٢٩,٨٨٧	٢,٤٠٠	(٠,٠٩٢) غيردالة
		داخل المجموعات	٤٩٤٣,٨٦٦	٣٩٧	١٢,٤٥٣		
		المجموع	٥٠٣,٦٤٠	٣٩٩	-		
مستوى إدراك المرأة الكردية لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون	المستوى التعليمي	بين المجموعات	١٤,٥٤٥	٢	٧,٢٧٣	٠,٥٧٩	(٠,٥٦١) غيردالة
		داخل المجموعات	٤٩٨٩,٠٩٥	٣٩٧	١٢,٥٦٧		
		المجموع	٥٠٣,٦٤٠	٣٩٩	-		

المتغيرات الديموغرافية القياس	مجموعات المقارنة	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	المنعوية ومستوى الدلالة
	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	بين المجموعات	٢,٩٩١	٢	١,٤٩٥	٠,١١٩	(٠,٨٨٧) غير دالة
		داخل المجموعات	٥٠٠,٦٤٩	٣٩٧	١٢,٥٩٥		
		المجموع	٥٠٣,٦٤٠	٣٩٩	-		
	مكان الإقامة	بين المجموعات	٢٣٦,٨٦٠	٢	١١٨,٤٣٠	٩,٨٦٣**	(٠,٠٠١) دالة عند ٠,٠١
		داخل المجموعات	٤٧٦٦,٧٨٠	٣٩٧	١٢,٠٠٧		
		المجموع	٥٠٣,٦٤٠	٣٩٩	-		

تشير نتائج السابق إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة وفقاً لمتغير الفئة العمرية (أقل من ٢٥ - من ٢٥ إلى ٤٥ - أكثر من ٤٥) في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون، حيث بلغت قيمة "ف" = (٢,٤٠٠) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند أي مستوى دلالة مقبول إحصائياً.

كما تشير نتائج السابق إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي (مؤهل متوسط - مؤهل جامعي - مؤهل بعد الجامعي) في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون، حيث بلغت قيمة "ف" = (٠,٥٧٩) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند أي مستوى دلالة مقبول إحصائياً.

وتشير نتائج السابق إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة وفقاً لمتغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي (مرتفع - متوسط - منخفض) في تشير نتائج السابق إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون، حيث بلغت قيمة "ف" = (٠,١١٩) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند أي مستوى دلالة مقبول إحصائياً.

بينما تشير نتائج السابق إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة وفقاً لمتغير مكان الإقامة (دهوك - السليمانية - أربيل) في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون، حيث بلغت قيمة "ف" = (9,863**) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,01.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المرأة الكردية في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون وفقاً لاختلافهن في مكان الإقامة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي L.S.D كالآتي:-

جدول رقم (٣١) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة اتجاه الفروق بين مجموعات المبحوثات وفقاً لمتغير مكان الإقامة في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون

المجموعات	دهوك	السليمانية	أربيل
دهوك	-	*1,909	0,433
السليمانية	- *1,909	-	*1,475-
أربيل	-0,433	*1,475	-

وتشير نتائج الجدول السابق إلى أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثات في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون وفقاً لمتغير مكان الإقامة بين قاطنات (دهوك، والسليمانية) لصالح المبحوثات من "دهوك" بفارق دال إحصائياً قيمته (1,909)*، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,05.

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثات في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون وفقاً لمتغير مكان الإقامة بين قاطنات (السليمانية، وأربيل) لصالح المبحوثات من "أربيل" بفارق دال إحصائياً قيمته (1,475)*، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,05.

بينما جاءت الفروق بين المبحوثات في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون وفقاً لمتغير مكان الإقامة بين محافظات (دهوك، وأربيل) بفارق غير دالة إحصائياً قيمته (0,433)، وهي قيم غير دالة عند أي مستوى دلالة مقبول إحصائياً.

وبالتالي فقد ثبت عدم صحة هذا الفرض مع متغيرات (الفئة العمرية - المستوى التعليمي - والمستوى الاجتماعي الاقتصادي) لعدم دلالة الفروق، وعليه يمكن القبول بصحة

الفرض الصفري وصيغته كالآتي: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون نتيجة لاختلافهن في المتغيرات الديموغرافية (الفئة العمرية - المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي الاقتصادي)".

بينما يمكن القبول بتحقيق الفرض السابق مع متغير مكان الإقامة، وبالتالي القبول بصحته وصيغته كالآتي: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون نتيجة لاختلافهن في متغير (مكان الإقامة) لصالح القاطنات في مدينتي دهوك وأربيل".

النتائج العامة للدراسة:

- جاءت مشاهدة المبحوثات للبرامج الحوارية بالتلفزيون الكردي، "دائماً" في الترتيب الأول، ثم جاءت "أحياناً" في الترتيب الثاني ب، وأخيراً جاءت المشاهدة "نادراً".
- جاءت أسباب مشاهدة المبحوثات للبرامج الحوارية بالتلفزيون الكردي، حيث غلب على اتجاههم اختيار (إلى حد ما) لجميع الأسباب، حيث جاء سبب "التهرب من واقع الحياة ومشكلتها" في الترتيب الأول، ثم جاء "تخلصني من الملل" في الترتيب الثاني، في حين جاءت "متابعة القضايا والأحداث الجارية" في الترتيب الثالث، واحتل سبب "لأنني تعودت على مشاهدتها" الترتيب الرابع، يليه سبب "للتسلية والامتناع" في الترتيب الخامس، في حين جاء سبب "تقضية وقت الفراغ" في الترتيب السادس، يليه "إثارة موضوعات جديدة" في الترتيب السابع، في حين جاء "تساعدني في تكوين رأي تجاه القضايا المجتمعية" في الترتيب الثامن، ثم جاء "عرض المشكلات والحلول تجاه قضايا والمرأة" في الترتيب التاسع، وأخيراً جاء "حلقة وصل بين المسؤولين والجمهور" في الترتيب العاشر.
- أما عن ما تراعيه المبحوثات عند مشاهدة البرامج الحوارية بالتلفزيون الكردي، حيث غلب على اتجاههم اختيار (دائماً) لعبارة "أستمع الى البرامج الحوارية أثناء القيادة نظراً لضيق الوقت" التي جاءت في الترتيب الأول، بينما غلب على اتجاه المبحوثات اختيار "أحياناً"، للعبارات الأخرى، حيث جاءت "أذا كنت مشغولاً فأني أستكمل مشاهدة البرامج على المواقع التواصل الاجتماعي" في الترتيب الثاني، في حين جاءت "أتحدث مع

زملائي أو أفراد أسرتي أثناء مشاهدة البرامج الحوارية" في الترتيب الثالث، وتساوت عبارتي " أقوم بتناول الطعام أثناء مشاهدة البرامج الحوارية" و"أكون في قمة تركيزي أثناء مشاهدة البرامج الحوارية" في الترتيب الرابع، في حين جاءت " أقوم بالرد على الهاتف أثناء مشاهدة البرامج الحوارية" في الترتيب الخامس.

- جاء مدى ثقة المبحوثات في المعلومات المقدمة بالبرامج الحوارية بالتلفزيون الكردي، حيث جاءت "إلى حد ما" في الترتيب الأول، ثم جاءت "لا أثق" في الترتيب الثاني، وأخيراً جاءت "أثق تماماً" في الترتيب الثالث.

- جاء ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (الاجتماعية) حسب درجة اهتمامهن، حيث جاءت قضية "العنف ضد المرأة" في الترتيب الأول، ثم جاءت قضية "خروج المرأة للعمل" في الترتيب الثاني، تلتها قضية "ضعف الترابط الأسري" في الترتيب الثالث، وأخيراً جاءت قضية "العنوسة وتأخر سن الزواج" في الترتيب الرابع.

- وجاء ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (السياسية) حسب درجة اهتمامهن، حيث جاءت قضية "تولي المرأة للمناصب الإدارية والقيادية العليا" في الترتيب الأول، ثم جاءت قضية "التوعية السياسية للمرأة" في الترتيب الثاني، تلتها قضية "دور المرأة في الإصلاح السياسي" في الترتيب الثالث، وأخيراً جاءت قضية "دور المرأة في الانتخابات" في الترتيب الرابع.

- وجاء ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (التعليمية) حسب درجة اهتمامهن، حيث جاءت قضية "أهمية التعليم للمرأة" في الترتيب الأول، ثم جاءت قضية "أهمية التثقيف والإصلاح" في الترتيب الثاني، وأخيراً جاءت قضية "تطوير خطة التعليم في المجتمع الكردي" في الترتيب الثالث.

- أما عن ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (الدينية) حسب درجة اهتمامهن، حيث جاءت قضية "التربية الصالحة للأبناء والبر الوالدين" في الترتيب الأول، ثم جاءت قضية "حقوق وواجبات الزوجين" في الترتيب الثاني، تلتها قضية "رفض التعصب الديني" في الترتيب الثالث، وأخيراً جاءت قضية "التسامح الديني للقضايا الدين" في الترتيب الرابع.

- وجاء ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (الصحية) حسب درجة اهتمامهن، حيث جاءت قضية "صحة الأطفال والأساليب الصحية السليمة لتربية الأطفال" في الترتيب الأول، ثم جاءت قضية "الاهتمام بصحة جميع أفراد الأسرة والوقاية منها" في الترتيب الثاني، تلتها قضية "الصحة النفسية وتأثيرها على الأفراد الأسرة" في الترتيب الثالث، وأخيراً جاءت قضية "التغذية الصحية السليمة" في الترتيب الرابع.
- وجاء ترتيب المبحوثات لموضوعات القضايا (الاقتصادية) حسب درجة اهتمامهن، حيث جاءت قضية "الدور المزدوج للمرأة داخل المنزل وخارجه" في الترتيب الأول، ثم جاءت قضية "دور المرأة في التنمية الاقتصادية" في الترتيب الثاني، تلتها قضية "عمل المرأة وتحسين مستوى المعيشة" في الترتيب الثالث، وأخيراً جاءت قضية "نماذج ناجحة للمرأة العاملة" في الترتيب الرابع.
- تم قبول صحة الفرض الأول جزئياً وتعديل صيغته كالآتي: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وبين ترتيب أولويات بعض القضايا لديها" الصحية، والدينية، والسياسية"، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وبين ترتيب أولويات باقي القضايا لديها.
- تم عدم قبول صحة الفرض الثاني وبالتالي القبول بتحقيق الفرض الصفري وصيغته كالآتي: "لا تتأثر العلاقة بين كثافة تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وترتيب أولويات القضايا لديها بدوافع تعرض المرأة الكردية للبرامج الحوارية بالتلفزيون.
- ثبت عدم صحة الفرض الثالث مع متغيرات (الفئة العمرية - المستوى التعليمي - والمستوى الاجتماعي الاقتصادي) لعدم دلالة الفروق، وعليه يمكن القبول بصحة الفرض الصفري وصيغته كالآتي: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون نتيجة لاختلافهن في المتغيرات الديموغرافية (الفئة العمرية - المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي الاقتصادي)".، بينما يمكن القبول بتحقيق الفرض مع متغير مكان الإقامة، وبالتالي القبول بصحته وصيغته كالآتي: "توجد فروق

ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة في مستوى إدراكهن لواقعية مضمون البرامج الحوارية بالتلفزيون نتيجة لاختلافهن في متغير (مكان الإقامة) لصالح القاطنات في مدينتي دهوك وأربيل".

توصيات الدراسة:

من خلال نتائج الدراسة توصي الباحثة بما يلي:

١. الاهتمام بمضمون البرامج الحوارية الموجهة للمرأة في تغيير بعض المفاهيم التي تواجه فكرة التمكين بأنواعه للمرأة الكردية مما يساعد على خلق وتنشئة جيل يساهم في النهوض بالمجتمع الكردي.
٢. الاهتمام بنشر نماذج المرأة الناجحة في برامج المرأة على مستوى العمل والأسرة.
٣. الاهتمام بقضايا المرأة السياسية والفنية والبيئية والرياضية حيث جاءت في ترتيب متأخر بنتائج الدراسة.
٤. زيادة الاهتمام بجودة المحتوى لبرامج المرأة بشكل عام لما لها من أهمية في تثقيف وتوعية الجمهور بشكل عام والنساء بشكل خاص بأهم القضايا والموضوعات التي تخص المرأة الكردية.
٥. إقامة ندوات وحلقات نقاش متخصصة حول الأجندة الواجبة لبرامج المرأة في القنوات الفضائية حتى تنجح في عكس الصورة الجديدة للمرأة الكردية وتدعيم المسؤولية الاجتماعية لهذه البرامج نحو المجتمع والمرأة الكردية.
٦. ضرورة ملائمة ما يتم تقديمه في هذه البرامج مع كافة المستويات الاجتماعية والاقتصادية للجمهور، وزيادة المعلومات التوعوية في مختلف المجالات التي تخص المرأة.

مراجعة الدراسة:

- (١) سحر محمد صوفي. تقييم معايير الأداء المني لمقدمي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٦)، ص ٨٩.
- (٢) شدن عادل مجيد. البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية وبناء الوعي المعرفي للمرأة العراقية رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٢٢.
- (٣) Ibrahim Fuad Al khasawneh, (2022), **Role of Talk Shows on Jordanian Television in Creating Public Opinion: From the Point of View of Jordanian Journalists**, University of Petra Jordan
- (٤) روضة إبراهيم. "البرامج الحوارية التلفزيونية ودورها في تشكيل الرأي العام - دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على برنامج حال البلد بقناة سودانية ٢٤ في الفترة (٢٠١٧ - ٢٠١٨)", رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أفريقيا العالمية، ٢٠١٩.
- (٥) طارق عبد الباسط اليماني. تأثير وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل أجندة وسائل الإعلام التقليدية، رسالة دكتوراة غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠٢١).
- (٦) محمد هزاع المريخي. تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية على ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي. مجلة البحوث الإعلامية، ع ٥٣٦، ج ١، ٤٢٠٢٠، <http://search.mandumah.com/Record/1092385>
- (٧) دليو، فضيل. (٢٠٠٣). الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله. القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع. ٣٧.
- (٨) Ibrahim Fuad Al khasawneh, (2022), **Role of Talk Shows on Jordanian Television in Creating Public Opinion: From the Point of View of Jordanian Journalists**, University of Petra Jordan
- (٩) شدن عادل مجيد. البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية وبناء الوعي المعرفي للمرأة العراقية رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٢٢.
- (١٠) Gulenko, P. (2022). Political discussion as a propaganda spectacle: propaganda talk shows on contemporary Russian television. **Media, Culture & Society**, 43(5), (2022) pp 906-924
- (١١) محمد فؤاد شيخ إبراهيم. "مصادقية البرامج الحوارية في الفضائيات الفلسطينية الحكومية والخاصة لدى الجمهور"، رسالة ماجستير غير منشورة، (معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الاعلامية، ٢٠٢١).
- (١٢) نرمين سعيد حامد. معالجة البرامج الحوارية التلفزيونية لبعض قضايا المجتمع المصري بين ضوابط العمل الإعلامي والممارسة الفعلية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع ٧، ج ١، ٢٠٢١، ص ٣٥-٦٢.

(13) Dennis Lichtenstein, Katharina Esau, Lena Pavlova, Dmitry Osipov, Nikita Argylov, Framing the Ukraine crisis: A comparison between talk show debates in Russian and German television, **Journal of the International Communication Gazette**. Vol.81, Issue. 1. 2020.

(14) caroline magdi elias. (2020) Hate speech in Egyptian television talk shows: a qualitative study, master's Thesis, the American University in Cairo, AUC Knowledge Fountain.

(15) هبه قرني محمد، وبركات، طه محمد طه، محمد معوض إبراهيم. (٢٠٢٠). تعرض المراهقين لبعض برامج المناقشات الفضائية المصرية وعلاقته بإكسابهم ثقافة الحوار. مجلة دراسات الطفولة، مج ٢٣، ع ٨٩، ٩٥ - ٩٧.

(16) توحيد محمد فخر الدين شوقي. "التعرض لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية وعلاقته باتجاهات طلبة الجامعات نحو بعض قضايا التنمية"، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٢٠)

(17) محمد نمر قتيطة. "التغطية الإخبارية للقضايا الداخلية في القنوات الفضائية الفلسطينية وعلاقتها باتجاهات الرأي العام نحو السلطة، رسالة دكتوراة منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٢٠).

(18) أسماء غريب أبو العنين. علاقة أجندة الإعلام الجديد والتقليدي بترتيب أولويات المراهقين نحو القضايا، رسالة دكتوراه منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٢٣).

(19) أمجد بدر منصور. " أولويات الجماهير الأردنية نحو القضايا السياسية في الفضائيات الأردنية بناءً على مخرجات اللجنة الملكية للتحديث السياسي. دراسة ميدانية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج ٢١، ع ٤، (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، ٢٠٢٢)، ص ص ١٢١ - ١٥٠.

(20) علياء هيجان. دور البرامج الإخبارية التلفزيونية في ترتيب أولويات الجمهور إزاء القضايا الأمنية في العراق: دراسة مسحية لجمهور مدينة بغداد، مجلة الجامعة العراقية، ع ٥٣، ج ٢، الجامعة العراقية - مركز البحوث والدراسات الإسلامية، ٢٠٢٢، ص ص ٥٧١-٥٨٥.

(21) مجذوب بخيت محمد "دور نظرية ترتيب الأجندة وتأثيرها على الجمهور: دراسة مقارنة بين موقعي الجزيرة و CNN الأمريكية، مجلة جامعة دنقلا للبحوث العلمية، مج ١٢، ع ٢١٤، جامعة دنقلا، كلية الدراسات العليا، ٢٠٢٢، ص ١٣٥-١٤٨.

(22) Dheyab, ET AL. (2021). Arab Events and Issues as Reflected in The News Programs on The Arab Satellite News Channels in Ordering the Priorities of The Iraqi Academic Elites, Libya and Lebanon as A Model (A Survey). Multicultural Education. Volume 7, Issue 6.

- (٢٣) طارق عبد الباسط اليماني. تأثير وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل أجندة وسائل الإعلام التقليدية، رسالة دكتوراة غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠٢١).
- (٢٤) عبد الله بن عبد المحسن العساف. دور التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الشباب السعودي. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، ع٢٨، (٢٠٢١)، ١٠٠-١٢٥.
- (٢٥) عدي عبد العالي كاظم. أثر تعرض الشباب لوسائل الإعلام الجديد على متابعة الفضائيات- دراسة مقارنة على عينة من الشباب المصري والعراقي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام (٢٠٢١) ..
- (٢٦) فاطمة سعود عبد العزيز. أخبار الصراعات السياسية في موقع تويتر: تحديد الأجندة نموذجاً. *مجلة العلوم الاجتماعية*، مج٤٩، ٢٤ (٢٠٢١)، ٣٣-٩.
- (٢٧) منة الله حسين مأمون حسين. دور البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية في ترتيب أولويات الجمهور للقضايا الاقتصادية بخطة التنمية المستدامة ٢٠٣٠ وتقييم النخبة لها. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة. كلية الإعلام. قسم الاذاعة والتلفزيون، ٢٠٢١.
- (٢٨) محمد هزاع المريخي. تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية على ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي. *مجلة البحوث الإعلامية*، ع٥٣٣، ج١، ٤٢٠٢٠، <http://search.mandumah.com/Record/1092385>
- (29) Langer, A., & Gruber, J. (2020). Political Agenda Setting in the Hybrid Media System: Why Legacy Media Still Matter a Great Deal. *The International Journal of Press/Politics*.
- (٣٠) دينا يحيى زكي أبو زهرة، (٢٠٢٠). العوامل المؤثرة على مصداقية المحتوى البرامجي للفضائيات العربية وتشكيل اهتمامات الجمهور. *المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال*، ع٨١، ٣٧-٣٨.
- Record/com.mandumah.search://http/1138074
- Rea, M. Louis and R. A. Parker, (1992) *Describing and conducting survey Research*, jossey — Bass Publisher: San Francisco, Pp, 128 — 129.

** أسماء السادة الأساتذة المحكمين وفقاً لأقدمية الدرجة: -

- (١) أ.د محمد معوض إبراهيم: أستاذ الإعلام والإذاعة والتلفزيون — كلية الدراسات العليا للطفولة — جامعة عين شمس.
- (٢) أ.د وليد فتح الله بركات: أستاذ الإذاعة والتلفزيون — كلية الإعلام — جامعة القاهرة
- (٣) أ.د عربي عبد العزيز الطوخي: أستاذ الإذاعة والتلفزيون — كلية الآداب — جامعة بنها
- (٤) أ.د محمد عبد البديع السيد: أستاذ الإذاعة والتلفزيون — كلية الآداب — جامعة بنها
- (٥) أ.د محمد علي غريب: أستاذ الإذاعة والتلفزيون — وكيل كلية — كلية الآداب — جامعة الزقازيق

- ٦) أ.د إبراهيم محمد أبو المجد فرج: أستاذ الإعلام التربوي – كلية التربية النوعية – جامعة المنصورة
- ٧) أ.د إيمان عز الدين: أستاذ الإذاعة والتلفزيون – كلية التربية النوعية – جامعة المنصورة
- ٨) أ.م.د عائدة محمد عوض: أستاذ مساعد الإذاعة والتلفزيون – كلية التربية النوعية – جامعة المنصورة
- ٩) أ.م.د وائل مخيمر عبد النبي: أستاذ مساعد الإذاعة والتلفزيون – كلية التربية النوعية – جامعة المنصورة
- ١٠) أ.م.د أميرة صابر محمود: أستاذ مساعد الإذاعة والتلفزيون – كلية التربية النوعية – جامعة طنطا
- (٣٢) روبرت. ل. هيلارد: الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ترجمة مؤيد حسن فوزي، ط ١، (الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٣) ص ٢٥١
- (٣٣) سارة ناصر محمد. تناول البرامج الحوارية لأداء القيادات النسائية المصرية وعلاقته باتجاهات المرأة نحو التمكين السياسي، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين: الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة، مج ٢، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٢١، ص ٩٧٣.
- (٣٤) محمد معوض، بركات عبد العزيز. إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٧)، ص ١٤٤.