



جامعة المنصورة

كلية الآداب

قسم الإعلام

" دور القنوات الفضائية المصرية فى تشكيل إتجاهات الرأى العام نحو القضايا السياسية "
(دراسة تحليلية ميدانية)

**"The Role of the Egyptian Satellite Channels in Forming
Tendencies of the Public Opinion towards the Political
Issues"**

(Field analytical study)

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير فى الآداب – قسم الإعلام

إعداد الباحث

صبرى خالد عبدالهادى

Sabry Khaled AbdElhady

تحت إشراف

د/ مروة السعيد السيد

مدرس العلاقات العامة

كلية الآداب – جامعة المنصورة

أ.د/ محمد سيد عتران

أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد

كلية الإعلام – جامعة القاهرة

٢٠١٥ - ١٤٣٧ هـ - م

مُلخَص الدرسَة (*) :

لقد أضحى الرأي العام ظاهرة لا يمكن لأي نظام سياسي أن يتغاضى عنها مهما كان شكل هذا النظام وطبيعته ، لذا ليس من الغرابة بشيء أن تكون عملية الاستحواذ على الرأي العام هدفاً لكل سياسة سواء كانت في السلطة أم خارجها غير أن طريقة التعامل السلطوي مع الرأي العام تختلف باختلاف طبيعتها وأهدافها وأشكال مؤسساتها

وتكمن أهمية هذا البحث في أنه يدرس علمياً وعملياً قضية من قضايا الإعلام المهمة وهي تشكيل اتجاهات الرأي العام في ضوء ما تطرحه القنوات الفضائية وهل هي كافية لتشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه قضية معينة أو لا .
تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور القنوات الفضائية المصرية في تشكيل وتوجيه الرأي العام نحو العديد من القضايا السياسية المطروحة على الساحة المصرية ، ومن ثم جاء إهتمام الباحث لهذا النوع من القنوات الفضائية المصرية والتعرف على التأثيرات الناجمة لهذا النوع من القنوات الفضائية المصرية على المبحوثين عينة الدراسة.

مشكلة الدراسة :

كان تناول الدراسات العلمية للعلاقة بين وسائل الاعلام والرأي العام في مصر منصبا على المتغيرات الظاهرة في تشكيل ظاهره الرأي العام بين فئات محدده من الجماهير المصرية . بمعنى أنها ركزت على الآراء المعلنة لبيانات هذه الدراسات.
لكننا في هذا الموضوع ، نستهدف تحليل الاتجاهات فهي تعتبر المتغيرات الكامنه والتي تشكل اتجاهات الجماهير المصرية نحو القضايا السياسية في مجتمعهم . وبالتالي ، يأخذ هذا الموضوع زاوية جديدة داخل اطار جماهيري أوسع ، حتى تكون العينه المستهدفه هنا أكثر دقه وثباتا . ويمكن أن نصيغ التساؤل الذي تقوم عليه مشكلة البحث فيما يلي :
هل تستطيع القنوات الفضائية أن تؤثر في اتجاهات الجماهير المصرية التي تشاهدها نحو القضايا السياسية في مصر من خلال ماتقدمه اليهم من حوارات ومناقشات يقوم عليها دورها في مواجهه هذه القضايا ؟

(*) هذا البحث مستخلص من رسالة ماجستير بعنوان " دور القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية " .

ومن هنا يمكن تحديد مشكلة الدراسة فى التساؤل العام التالى :-

ماهو الدور الذى تقوم به القنوات الفضائية المصرية فى تشكيل إتجاهات الرأى العام نحو

تلك القضايا السياسية

الدراسات السابقة:

وقد قسم الباحث الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين هما:-

- المحور الأول:- الدراسات المتعلقة بالقنوات الفضائية المصرية .
- المحور الثانى:- الدراسات المتعلقة بتشكيل إتجاهات الرأى العام .

أولاً) الدراسات المتعلقة بالقنوات الفضائية .

١- دراسة باسمين محمد عبد المنعم (٢٠١٥م):-

بعنوان: "علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التلفزيونية":

تهدف هذه الدراسة فى التعرف على استخدامات الصفوة المصرية للبرامج الحوارية فى القنوات التلفزيونية والإشباعات التى تتحقق لديهم نتيجة هذا الاستخدام والتأثيرات الناجمة عن هذا الاستخدام ، قد كانت هذه الدراسة وصفية ، قامت الباحثة بالإعتماد على منهج المسح الإعلامى لعينة من جمهور الصفوة فى مصر ، وأعتمدت على أدواتى هما استمارة تحليل المضمون وإستمارة الإستبيان لجمع البيانات .

أجرت الباحثة عينة عمدية على مجموعة من الصفوة المصرية قوامها (٢١٨) مفردة، وتم تحديد العينة فى المرحلة العمرية من ٣٠ عامًا فأكثر.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها:

- بلغ (معدل المشاهدة) من قبل عينة الدراسة للبرامج الحوارية (٧٠،٨١%)، وكان نمط المشاهدة (أحيانًا) فى المقدمة بنسبة (٤٥،٩%).

- يعتبر أهم أسباب مشاهدة البرامج الحوارية من وجهة نظر عينة الدراسة المتابعة لهذه البرامج، هو (نقل الأحداث على الهواء مباشرة) وذلك بنسبة (٢٩،٥%).

٢- دراسة زينب الحسينى رجب بلال ربحان (٢٠١٤م):-

بعنوان: " الاساليب الإقناعية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى معالجة أحداث المرحلة الإنتقالية ":

تهدف الدراسة الحالية الى التعرف على دور الأساليب الإقناعية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى معالجة أحداث المرحلة الإنتقالية وذلك من خلال: التعرف على الأساليب الإقناعية المستخدمة فى البرامج الحوارية عينة الدراسة خلال المرحلة الإنتقالية الثانية، وكذلك

التعرف على أهم القضايا والمشكلات التي تم عرضها في البرامج الحوارية عينة الدراسة خلال المرحلة الإنتقالية الثانية.

المنهج وعينة البحث:- استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وبلغت العينة (٥٠٠ مفردة) وتم استخدام صحيفة تحليل المضمون، وصحيفة الاستقصاء كأداة من أدوات جمع البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلي عدد من النتائج، ومن بينها:

- التوصل الى الأساليب الإقناعية التي تم استخدامها بالبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية خلال أحداث المرحلة الإنتقالية.

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

٣- دراسة السيد محمد أبو شعيشع حسن (٢٠١٢م)

بعنوان: " دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير "

تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير ، كما تسعى إلى التعرف على نوعية الموضوعات التي تناقش في هذه البرامج ومدى تدخل مقدموا هذه البرامج في تغيير أو تقييد آراء المشاركين فيها من الجمهور وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية وأعمدت على منهج المسح لمضمون خاص لعينة من برامج المشاركة الجماهيرية ، والتي تقدم على القنوات الفضائية العربية والموجهة .

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

- أن برامج المشاركة الجماهيرية تقدم على قنوات غير حكومية ، حيث تحتوى هذه البرامج على قدرة كبيرة في إتاحة الفرصة للرأى والتعبير للمواطنين وهو الأمر الذى لم تعتاده الأنظمة الحكومية.

- أن أبعاد المسؤولية الإجتماعية التي ينبغى مراعاتها من جانب الإعلاميين قد تم الألتزام بها إلي حد كبير ، حيث تم إحترام حق الأفراد في الخصوصية وكذلك تم التأكيد علي قيم الصدق (الصدق الذاتى - صدق القول - صدق الفعل) ، إلا أنه في أحيان كثيرة كان القائم بالإتصال يفتقد للموضوعية ، وكذلك كان يستخدم لغة غير محايدة في إدارة النقاش من خلال توجيه أسئلة إيحائية للضيوف والجمهور المشارك في النقاش.

٤- دراسة هبه حسين عبدالوهاب (٢٠١٠م)

بعنوان : " مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوه " دراسة مقارنة) .

سعت هذه الدراسة إلى الوصول لهدف رئيسى وهو معرفة مستويات المصداقية للقنوات الإخبارية الفضائية العربية والأجنبية كما تراها عينة من الصفوه .

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وهى من البحوث الكمية ، إتمدت الباحثة فى دراستها على منهج المسح بالعينه ، وقد أجرت الباحثة دراسه ميدانيه على عينه قوامها ١٥٥ مفرده من الصفوه المصرية .

وقد توصلت الدراسه الى عدة نتائج أهمها :

- جاءت القنوات الإخبارية الفضائيه العربية على رأس القنوات التى يفضل الصفوة مشاهدتها لمعرفة الأخبار والأحداث الجارية ، تلتها القنوات الإخبارية الفضائية الأجنبية والموجهه .
- يعتمد أكثر من نصف أفراد العينة على القنوات الإخبارية الفضائية العربية لانتقاء الأخبار والأحداث الجارية .

ثانياً : الدراسات المتعلقة بتشكيل اتجاهات الرأى العام :

١- دراسة حسين على أبو عمر (٢٠١٥م):

بعنوان : " دور البرامج الحوارية السياسية فى الفضائيات المصرية فى تشكيل معارف الشباب الجامعى المصرى واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية المعاصرة فى مصر خلال الفترة من ٣٠ يونيه ٢٠١١م إلى ٣٠ يونيه ٢٠١٣م " .

- تُعد هذه الدراسة ، دراسة وصفية ، حيث تهدف فى الأساس إلى معرفة دور البرامج الحوارية السياسية التى تُعرض على القنوات الفضائية المصرية. قام الباحث بأجراء دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعى المصرى والذى بلغ قوامها " ٣٩٩ طالب وطالبة.
- قد تمت الدراسة فى إطار منهج المسح الإعلامى بالعينة .
 - قد أستخدم الباحث استمارة الاستبيان باعتبارها أداة لجمع البيانات والمعلومات .

وكانت أهم النتائج كما يلى :

- ١- بلغت نسبة من يشاهدون القنوات الفضائية التليفزيونية بصفة دائمة ٣٩.٨٪ من جملة الطلاب والطالبات عينة الدراسة ٤٩.١٪ منهم من الذكور مقابل ٥٠.٩٪ من الإناث.
- ٢- بلغت نسبة ٣٧.٨٪ من الطلاب والطالبات -عينة الدراسة- الذين يعتمدون على البرامج الحوارية فى التليفزيون المصرى فقط للحصول على الأخبار والأحداث المصرية منهم ٥١.٦٪ من الذكور، و ٤٨.٤٪ من الإناث .

٢- دراسة هشام أحمد عبد العاطى فايد (٢٠١٥م):-

بعنوان: "دور خطاب الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو قضايا السياسة العامة":

تهدف هذه الدراسة فى التعرف على خصائص وسمات الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت ، بالإضافة لتفسير الدور الذى يلعبه هذا الخطاب السياسى فى تشكيل

اتجاهات الجمهور المصرى نحو قضايا السياسة العامة فى ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية حيث تعتمد على المنهج التجريبي.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها:

- الوعى السياسى يؤثر بشكل ضعيف على شدة العلاقة بين قوة الاتجاه قبل التعرض وتقييم الاطروحات السياسية بعد التعرض.
- لم يؤثر الوعى السياسى على شدة العلاقة بين القلق والتعلم حول القضية السياسية المطروحة.

٣- دراسة هبة صلاح الدين قطب عبد المطلب (٢٠١٤م):-

بعنوان: " دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في اتجاهات الشباب الجامعي نحو بعض قضايا الإصلاح السياسي في مصر عقب ثورة ٢٥ يناير : دراسة تحليلية ميدانية":

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى إتجاهات الشباب الجامعى نحو بعض قضايا الإصلاح السياسى عقب ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م ، وتتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وفى إطارها استخدمت الباحثة المنهج الوصفى بإستخدام أسلوب المسح، والمنهج المقارن، واستخدم فى ذلك استمارة تحليل مضمون للبرامج الحوارية عينة الدراسة، وإستمارة استبيان لجمع البيانات . واستخدمت الباحثة فى ذلك عينة عشوائية قوامها من ٤٠٠ طالب وطالبة من الشباب الجامعى المصرى من بين طلاب جامعتى المنوفية ومصر للعلوم والتكنولوجيا.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها:

- وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو قضايا الإصلاح السياسي تبعاً لاختلاف مستويات تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية.
- ومستويات المشاهدة المختلفة للبرامج الحوارية.
- وجود ارتباط موجب دال إحصائية بين كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية ومستويات الاتجاه نحو قضايا الإصلاح السياسي في مصر.

٤- دراسة مايا أحمد البيضا (٢٠١٢م).

بعنوان: " التغطية التلفزيونية للقضايا اللبنانية السياسية وعلاقتها بإتجاهات الرأى العام اللبناني نحوها " .

قامت الباحثة برصد وتحليل أساليب التغطية الخبرية فى نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية التى تقدمها القنوات الفضائية اللبنانية (المنار ، المستقبل ، الإخبارية وتلفزيون لبنان)، ودور هذه المادة الخبرية فى تشكيل إتجاهات الرأى العام اللبناني نحو القضايا السياسية اللبنانية .

أجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة بنظام العينة العمدية من أفراد المجتمع اللبناني ممن يشاهدون القنوات الفضائية اللبنانية ، وقد إعتمدت في دراستها على المنهج المقارن لإخضاع الظاهرة محل البحث لعملية المقارنة ، وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- تختلف معدلات مشاهدة المبحوثين بإختلاف أنواع البرامج بالقنوات الفضائية اللبنانية فقد اتضح أن النشرات الإخبارية وبرامج التحليلات الإخبارية جاءت في الترتيب الأول والثاني فيما حلت برامج النقاش الحر في الترتيب الثالث لدى المبحوثين ، ثم البرامج والنشرات الإقتصادية التي جاءت في الترتيب الرابع ثم البرامج ذات الطابع الترفيهي في المركز الخامس.

أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية الدراسة في النقاط التالية ومنها :

- ١- تأتي أهمية هذه الدراسة من الدور الكبير الذي يمكن أن تقوم به القنوات الفضائية المصرية كأحد المصادر الأساسية التي يستقي منها الفرد معلوماته والتي تساعده في تنمية ثقافته السياسية والوعي المعرفي وإدراك الفرد لكل مايتعلق بما يدور حوله من أحداث .
- ٢- أهميه دراسة القنوات الفضائية المصرية التي تعد بمثابة المنفذ على المجتمع والبيئة المحيطة.
- ٣- معرفة اهم القضايا السياسية على الساحة المصريه والتي يتم تناولها من قبل القنوات الفضائية وتشل بال الراى العام .
- ٤- تحقيق فهم أكبر للمتغيرات الكامنة في تشكيل الراى العام في مصر والتي تتمثل في الاتجاهات الكامنة لجماهير المصريين. مما يضيف جديدا الى الدراسات الحالية ونتائجها .
- ٥- المتغيرات الديموجرافىي العديدة التي تتناولها الدراسة وكذلك المتغيرات الإقتصادية والاجتماعية ستسهم بشكل كبير في معرفة الفئات الأكثر تأثراً بتلك القنوات ومن ثم تشكيل آرائهم بنسبه أكبر.

أهداف الدراسة :

إن الهدف الرئيسى للدراسة هو تحليل قدرة القنوات الفضائية المصريه فى التأثير على اتجاهات الجمهور تجاه القضايا السياسية ، ويتفرع من هذا الهدف الرئيسى مجموعه من الأهداف الفرعية التى تحاول الدراسة التوصل إليها :

- ١- التعرف على مدى إعتقاد المواطن المصرى على هذه القنوات فى الحصول على المعلومات التى تهمة والمرتبطة بالقضايا السياسية.
- ٢- التعرف على الموضوعات والقضايا التى تعالجها القنوات الفضائية المصرية وذلك للتعرف على أبرز المفاهيم وحالات المشاركة السياسية التى تعالجها تلك القنوات.

٣- التعرف على مدى قدرة المواطن المصرى فى تشكيل اتجاهاته من خلال متابعه القنوات الفضائية .

٤- التعرف على الكيفية التى تشكل اتجاهات المشاهدين وجماعاتهم تجاه ما يعرض فى هذه القنوات من قضايا سياسية تحمل آراء معينة لمن يناقشها .

٥- التعرف على الدور الذى تقوم به القنوات الفضائية المصرية فى تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو القضايا السياسية المطروحة على الساحة .

٦- دراسة تأثير العوامل الديموجرافية للمجتمع المصرى والمتمثلة فى (السن - النوع - المستوى التعليمى - المستوى الإجماعى والإقتصادى) على قدرتهم فى تكوين اتجاه معين تجاه إحدى القضايا التى تتناولها تلك القنوات الفضائية .

تساؤلات الدراسة :

لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بوضع مجموعة التساؤلات الآتية :

إلى جانب التساؤل الرئيسى السابق وهو :

ما هو دور القنوات الفضائية المصرية فى تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو القضايا السياسية؟

قام الباحث بوضع مجموعه من التساؤلات الفرعية هى :

١- ما هو مستوى تعرض الجمهور المصرى (عينة الدراسة) للقنوات الفضائية المصرية بشكل عام والإخبارية بشكل خاص ؟

٢- ما مستوى المعرفة السياسية لدى الجمهور المصرى (عينة الدراسة) وما اتجاهاته نحو المشاركة السياسية ؟

٣- ما هى درجة اعتماد الجمهور المصرى (عينة الدراسة) على القنوات الفضائية فى الحصول على معلوماتهم السياسية نحو القضايا الحالية؟

٤- ما هى القنوات الفضائية الأكثر مشاهدة من جانب الجمهور المصرى (عينة الدراسة)؟

٥- مدى تناول القضايا الساسية بصوره موضوعيه فى القنوات الفضائية موضوع الدراسة لدى المبحوثين؟

٦- ما السمات الديموجرافية للجمهور عينة الدراسة والذي يتابع القنوات الفضائية المصرية محل الدراسة ؟

٧- ما مدى مساهمة القنوات الفضائية المصرية فى تشكيل الرأى العام للجمهور المصرى (عينة الدراسة) وتكوين آراءه وأفعاله؟

٨- ما هو مدى قدره القنوات الفضائية على توجيه الرأى العام نحو قضايا معينة وعدم النظر لقضايا اخرى وتهميشها وتأثير ذلك على إدراك المبحوثين؟

فروض الدراسة :

تسعى هذه الدراسة لإختبار عدد من الفروض من أجل تحقيق أهدافها وهى :

الفرض الاول:

- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين معدل تعرض المبحوثين (عينة الدراسة) للقنوات الفضائية ودرجة اعتمادهم عليها فى الحصول على المعلومات السياسية.

الفرض الثانى:

- توجد فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب المتغيرات الديموجرافيه (النوع، العمر، المؤهل التعليمي، مستوى الدخل الشهري للأسرة) فى درجة اعتمادهم على القنوات الفضائية فى الحصول على المعلومات السياسية.

الفرض الثالث:

- توجد علاقة ارتباط طردية بين معدل تعرض المبحوثين (عينة الدراسة) للقنوات الفضائية وطبيعة الاتجاه نحو القضايا موضوع الدراسة.

وينبثق عن هذا الفرض الرئيسي عدة فروض فرعية على النحو التالى:

١- توجد علاقة ارتباط طردية بين معدل تعرض المبحوثين (عينة الدراسة) للقنوات

الفضائية وطبيعة الاتجاه نحو قضية الانتخابات البرلمانية

٢- توجد علاقة ارتباط طردية بين معدل تعرض المبحوثين (عينة الدراسة) للقنوات

الفضائية وطبيعة الاتجاه نحو قضية سد النهضة

٣- توجد علاقة ارتباط طردية بين معدل تعرض المبحوثين (عينة الدراسة) للقنوات

الفضائية وطبيعة الاتجاه نحو قضية قناة السويس الجديدة

٤- توجد علاقة ارتباط طردية بين معدل تعرض المبحوثين (عينة الدراسة) للقنوات

الفضائية وطبيعة الاتجاه نحو قضية محاربة الإرهاب

٥- توجد علاقة ارتباطية طردية بين معدل تعرض المبحوثين (عينة الدراسة) للقنوات الفضائية وطبيعة الاتجاه نحو قضية تصحيح الخطاب الديني

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة علي القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات السياسية وطبيعة الاتجاه نحو القضايا موضوع الدراسة. وينبثق عن هذا الفرض الرئيسي عدة فروض فرعية على النحو التالي:

١- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة علي القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات السياسية وطبيعة الاتجاه نحو قضية الانتخابات البرلمانية

٢- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة علي القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات السياسية وطبيعة الاتجاه نحو قضية سد النهضة
٣- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة علي القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات السياسية وطبيعة الاتجاه نحو قضية قناة السويس الجديدة

٤- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة علي القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات السياسية وطبيعة الاتجاه نحو قضية محاربة الإرهاب

توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة علي القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات السياسية وطبيعة الاتجاه نحو قضية تصحيح الخطاب الديني.

الإجراءات المنهجية للدراسة :-

نوع ومنهج الدراسة :

نوعها الدراسة : أعتمد الباحث على الدراسة الوصفية .

منهج الدراسة : إستخدم الباحث فيها منهج المسح بالعينة (قياس الإتجاهات) .

مجتمع الدراسة :

مجتمع الدراسة الميدانية :

ويتمثل مجتمع الدراسة من الجمهور المصرى ف سن ما بين ١٨ : ٦٠ عاماً فأكثر ، وهو متوسط الأعمار التى من الممكن لها مشاهدة تلك القنوات الفضائية والمتمثلة فى محافظات (الدقهلية - القاهرة - المنيا) .

مجتمع الدراسة التحليلية :

يتمثل في القنوات الفضائية المصرية سواء كانت حكومية أو خاصة مما يتابعها الجمهور ومما تتضمنه من برامج إخبارية وحوارية ، والتي تمثلت في قنوات (سى بى سى - القاهرة والناس - النيل للأخبار - الفضائية المصرية).

عينة الدراسة :

١- عينة الدراسة التحليلية :

قام الباحث بإختيار عدد من القنوات الفضائية المصرية الأكثر مشاهدة من جانب الجماهير وقد تمثلت فى :

- قنوات خاصة (قناة سى بى سى ، قناة القاهرة والناس) ، وقنوات حكومية (القناة الفضائية المصرية ، قناة النيل للأخبار)

- البرامج الحوارية والإخبارية التى جاءت فى تلك القنوات الفضائية عينة الدراسة التى تمثلت فى برامج (ممكن لقناة سى بى سى - القاهرة ٣٦٠ لقناة القاهرة والناس - من القاهرة لقناة النيل للأخبار - مباشر من مصلا لقناة الفضائية المصرية).

وقد تم إجراء الدراسة التحليلية على عدد من القضايا الهامة التى تشغل بال الرأى العام فى الوقت الحالى والمتمثلة فى (قضية سد النهضة - قضية الانتخابات البرلمانية - قضية تجديد الخطاب الدينى - قضية مشروع تطوير قناة السويس الجديدة - قضية محاربة الإرهاب) .

٢- عينة الدراسة الميدانية :

حيث تتمثل عينة الدراسة فى عينة عشوائية طبقية بسيطة ، حيث تتكون العينة من ٤٥٠ مفردة وذلك باستخدام أسلوب التوزيع المتساوى من عموم الشعب المصرى ، ممثلون الذكور والإناث ممن يشاهدون القنوات الفضائية المصرية وموزعون على محافظات مصر المختلفة (القاهرة ، الدقهلية ، المنيا).

أدوات وأسلوب جمع البيانات :

إستمارة تحليل المضمون :

إعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لبرامج ٤ قنوات من القنوات الفضائية المصرية الأكثر مشاهدة من جانب .

إستمارة الإستبيان :

استخدمها الباحث في إجراء الدراسة الميدانية لجمع المعلومات من العينة موضع الدراسة.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً : نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام (Mass Media Dependency Theory):-

وهذه النظرية يُقصد بها الإعتماد علي وسائل الإعلام درجة أهمية وسيلة معينه لأفراد كمصدر عن الأحداث والقضايا المثارة، ولايرتبط الإعتماد علي وسيلة بإستخدامها ، فقد يقضي الفرد فترة طويلة في إستخدام وسيلة معينه بينما يعتمد علي أخرى كمصدر لمعلوماته ، فالإستخدام يعني معدل المتابعة ، أما الإعتماد فيعني درجة أهمية هذه الوسيلة في تلقى الفرد لها كمصدر لمعلوماته وإختياره وتفضيله لها ومدى تأثيره بها.

وهذه النظرية تؤكد علي تزايد إحتمالات الإعتماد علي وسائل الإعلام في فترات التغير الإجتماعي والصراع وعدم الإستقرار في المجتمع. حيث يتضمن عدم الإستقرار نوعاً من التحدي للمؤسسات القائمة في المجتمع وعندما تصبح هذه التحديات فعالة وقائمة تزداد كثافة إعتداد الأفراد على مصادر المعلومات خلال تلك الفترات المختلفة لذا تعد ملائمة لموضوع الدراسة ، وتقوم هذه النظرية على أساس تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام الجماهيرى أحياناً تأثيرات قوية ومباشرة ، وأحياناً أخرى لها تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة .

وتتمثل افتراضات هذه النظرية فيما يلي :-

- ١- يفترض من وسائل الإعلام أن تحقق قدراً كبيراً من التأثيرات السلوكية والعاطفية والمعرفية ، وأحتمال تزيد هذه التأثيرات عندما تمد نظم وسائل الإعلام الأفراد بخدماتها وتوصل لهم معلومات رئيسية وفريدة .
- ٢- أن احتمال زيادة هذه التأثيرات أصبح أمراً وارداً خاصة عندما توجد هناك درجة عالية من عدم الاستقرار في المجتمع والذي يؤدي إلى الصراع والتغيير .
- ٣- أن تغيير حالة الجمهور المعرفية والعاطفية والسلوكية تستطع من خلال دورها بأن تغير كلاً من وسائل الإعلام والمجتمع ، وهذا ما قد تعنيه العلاقة الثلاثية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع. وتبرزمدى نجاح وفعالية نظرية الإعتماد في قدرة وسائل الإعلام على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفى والسلوكى والعاطفى وذلك عندما تقوم وسائل الإعلام بوظيفة نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف وفعال .

ثانياً: نظرية الفجوة المعرفية **KNOWLEDGE GAP** :

تعتمد هذه الدراسة فى إطارها وفروضها النظرية على نظرية فجوة المعرفة (Knowledge Gap) حيث تلائم هذه النظرية موضوع الدراسة حيث تبحث دور القنوات الفضائية المصرية فى تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو القضايا السياسية

فرض فجوة المعرفة :

مع تزايد انتشار المعلومات التى تقدمها وسائل الاعلام فى المجتمع ، فإن الفئات الأعلى فى المستوى الاجتماعى والاقتصادى قادرة على أن تكتسب هذه المعلومات بمعدل أسرع من الفئات ذوى المستوى الاجتماعى والاقتصادى المنخفض مما يؤدى إلى اتساع فجوة المعرفة بين الطبقات المختلفة بدلا من تضيقها.

ويمكن قياس فروض فجوة المعرفة بأسلوبين هما :

١- خلال فترة زمنية محددة : حيث يتضح الإرتباط الأكبر بين التعليم واكتساب المعرفة عن الموضوعات التى تعكسها وسائل الإعلام ، ويمكن فى هذه الحالة أن تبرز فجوة المعرفة بسبب متغير أو أكثر من متغيرات الخبرات السابقة . ومهارات الاتصال ، والتفاعل الاجتماعى ، والتعرض الانتقائى حيث تزيد الفجوة مع زيادة تدفق المعلومات من وسائل الاتصال .

٢- خلال فترة زمنية طويلة نسبياً : حيث يمكن أن يحدث اكتساب المعرفة عن موضوع تنتشره وسائل الاعلام ، ويكون الربط بين المستوى التعليمى واكتساب المعرفة أقل منه فى الحالة السابقة.

ولأغراض اختبار فروض الفجوة المعرفية يرى تيتشنور وزملاؤه أنه يمكن إتمام ذلك منهجياً من خلال الطريقتين التاليتين :-

بمرور الوقت نجد أن إكتساب المعلومات الأكثر شيوعاً سوف يحدث بمعدل سريع بين الأعلى تعليماً عن الأقل تعليماً .

فى وقت معين سوف يكون هناك ارتباط عال بين اكتساب المعلومات والتعليم بالنسبة للموضوعات الأكثر شيوعاً فى وسائل الاعلام عن الموضوعات الأقل شيوعاً وانتشاراً .

نتائج الدراسة :

أولاً نتائج الدراسة الميدانية :

١ - هل تشاهد القنوات الفضائية المصرية؟

جدول رقم (١)

مدى مشاهدة القنوات الفضائية

مدى مشاهدة القنوات الفضائية المصرية	ك	%
أحياناً	٢٥٩	٥٧,٦
دائماً	١٤٩	٣٣,١
نادرًا	٤٢	٩,٣
الإجمالي	٤٥٠	١٠٠

توضّح بيانات الجدول السابق أن أغلب عينة الدراسة بنسبة ٥٧.٦% يشاهدون القنوات الفضائية المصرية أحياناً، بينما يشاهدها دائماً قرابة ثلث العينة بنسبة ٣٣.١%، على حين لم تزد نسبة من لا يشاهدونها إلا نادرًا عن ٩.٣%. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة عبد العزيز قبلان، وذلك في مدى مشاهدة المجتمع المصري للقنوات الفضائية وتفوقه واحتلاله مركزاً متقدماً على باقى الوسائل الإعلامية والاتصالية في مشاهدتهم له ، وجاءت نسبة ٤٠.٦% من - عينة الدراسة- (أحياناً) ممن يشاهدون القنوات الفضائية التليفزيونية منهم ٥٦.٢% من الذكور و٤٣.٨% من الإناث .

وبذلك يتضح إرتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية بصفة دائمة لدى عينة الدراسة مما يدل على تفضيلهم لتلك القنوات كمصدر رئيسى للمعلومات لديهم.

٢ - ماهو معدل مشاهدتك لتلك القنوات الفضائية المصرية؟

جدول رقم (٢) معدل مشاهدة القنوات الفضائية

معدل مشاهدة القنوات الفضائية المصرية	ك	%
من ساعة : ٣ ساعات	٣٣٩	٧٥,٣
من ٣ ساعات : ٥ ساعات	٨١	١٨
٥ ساعات فأكثر	٣٠	٦,٧
الإجمالي	٤٥٠	١٠٠

توضّح بيانات الجدول السابق أن ثلاثة أرباع عينة الدراسة بنسبة ٧٥.٣% يشاهدون القنوات الفضائية المصرية من ساعة إلى ٣ ساعات، بينما يشاهدها ١٨% من عينة الدراسة من ٣ ساعات

إلى ٥ ساعات، على حين لم تزد نسبة من يشاهدونها ٥ ساعات فأكثر عن ٦.٧%. وهذا يفسر أيضاً بيانات الجدول السابق من حيث درجة التعرض للقنوات الفضائية حيث يؤكد ارتفاع نسبه التعرض لتلك القنوات حيث يشاهد المبحوثين عينة الدراسة القنوات الفضائية لمدة تقترب من ثلاث ساعات وهو ليس بالوقت القليل، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ياسمين سعيد عبد المنعم، حيث بلغ معدل مشاهدة عينة الدراسة من الصفوة لدى الجمهور المصرى للقنوات الفضائية يومياً (أقل من ساعة) فى المقدمة بنسبة (٤٧,٢%).

٣- ما هى أهم القنوات الفضائية التي تحرص على متابعتها بشكل عام؟ حدد من فضلك مدى مشاهدتك للقنوات التالية: (ن = ٤٥٠)

جدول رقم (٣) أهم القنوات التي تحرص على متابعتها بشكل عام

الترتيب	الوزن النسبي	نادراً		أحياناً		دائماً		معدل المشاهدة القناة
		%	ك	%	ك	%	ك	
١	٧٤,١	١٨,٩	٨٥	٣٩,٨	١٧٩	٤١,٣	١٨٦	الحياة
٢	٧١,٦	٢٢	٩٩	٤١,٣	١٨٦	٣٦,٧	١٦٥	سى بى سى
٣	٦٩	٢٢,٢	١٠٠	٤٨,٤	٢١٨	٢٩,٣	١٣٢	النهار
٤	٦١,٦	٣٦,٧	١٦٥	٤١,٨	١٨٨	٢١,٦	٩٧	دريم
٥	٦١	٣٨,٩	١٧٥	٣٩,١	١٧٦	٢٢	٩٩	القاهرة والناس
٦	٥٦,٢	٤٧,٣	٢١٣	٣٦,٧	١٦٥	١٦	٧٢	أون تي في
٧	٥٤,٧	٤٧,١	٢١٢	٤١,٦	١٨٧	١١,٣	٥١	المحور
٨	٥٣,٥	٥٣,٣	٢٤٠	٣٢,٩	١٤٨	١٣,٨	٦٢	الفضائية المصرية
٩	٥٢,٦	٥٢,٤	٢٣٦	٣٧,٣	١٦٨	١٠,٢	٤٦	صدى البلد
١٠	٥٢,٥	٥٦,٩	٢٥٦	٢٨,٤	١٢٨	١٤,٧	٦٦	النيل للأخبار
١١	٤٣,٦	٧٤,٧	٣٣٦	١٩,١	٨٦	٦,٢	٢٨	الفراعين

توضّح بيانات الجدول السابق تصدّر القنوات الفضائية المصرية الخاصة لأولويات المشاهدة لدى أغلب عينة الدراسة، حيث جاءت قناة الحياة فى صدارة القنوات الفضائية التي يحرص أغلب المبحوثين على متابعتها بشكل عام بوزن نسبي قدره ٧٤.١٪، تليها قناة CBC بوزن نسبي قدره ٧١.٦٪، ثم قناة النهار بوزن نسبي قدره ٦٩٪. ولعل أهم ما يفسر ذلك هو اعتماد تلك القنوات على العديد من الأساليب المختلفة مثل إستضافة ضيوف على أعلى مستوى وتعدد فقرات البرامج والقيام باستطلاعات لمعرفة رأى الجمهور وكذلك الاعتماد على مصادر موثوق منها وعرض رسوم وخرائط بيانية على الشاشة مما يدعم تصدورها لقائمة ترتيب القنوات الفضائية الأكثر اعتماداً من قبل الجمهور عينه البحث .

على حين جاءت قنوات صدى البلد والنيل للأخبار والفراعين فى مؤخرة الترتيب بالأوزان النسبية التالية على الترتيب: ٥٢.٦٪، و ٥٢.٥٪، و ٤٣.٩٪.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أشرف جلال حسن ، حيث كانت قنوات دريم والمحور فى مقدمة القنوات الفضائية الخاصة ومدى التأثير التى كانت تنفرد به عن القنوات الأخرى ، ويرجع ذلك إلى ما أصبحنا نتمتع به حالياً من طفره هائلة فى زيادة اطلاق الاقمار الصناعية وزيادة عدد القنوات الفضائية التى تظهر يومياً بشكل ملحوظ وسرعان ما تحاول أن تثبت نفسها بمدى صدقها وتأثيرها على الجمهور لذا فتغلب عليها عدم الثبات والتغير من حين لآخر. ويفسر الباحث الاختلاف الذى يحدث بين كل فترة والأخرى عن صدارة نوعية معينة من القنوات على الأخرى يرجع ذلك إلى ما تشمله هذه القنوات الجديدة التى تظهر مؤخراً على الساحة الإعلامية من ميزانية كبيرة تفوق سابقها من هذه القنوات وما تمتلكه من أدوات تكنولوجية حديثة متطورة تكون أكثر كفاءه منها أيضاً و وما تقدمه من جديد لدى الجمهور ومدى القرب منهم هو الذى يحقق صدارة القناة عن الأخرى.

٤- فيما يلى مجموعة من العبارات حول أسباب مشاهدتك القنوات الفضائية المصرية؟ من فضلك حدد درجة موافقتك على كل عبارة من العبارات الآتية: (ن = ٤٥٠)

جدول رقم (٤) أسباب مشاهدة القنوات الفضائية

الترتيب	الوزن النسبي	غير موافق		موافق لحد ما		موافق تماماً		معدل المشاهدة	العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك		
١	٦٨	٢٥,٨	١١٦	٤٤,٤	٢٠٠	٢٩,٨	١٣٤	وجود مراسلين يقدمون تغطية فورية للأحداث من موقعها	
٢	٦٧,٣	٢٩,٦	١٣٣	٣٨,٩	١٧٥	٣١,٦	١٤٢	لأنى تعودت على مشاهدتها	
٣	٦٦,٦	٢٨,٢	١٢٧	٤٣,٨	١٩٧	٢٨	١٢٦	تتميز بالسرعة والدقة فى نقل الأخبار	
٤	٦٦,٢	٢٧,١	١٢٢	٤٧,١	٢١٢	٢٥,٨	١١٦	تقدم برامج مميزة وذات أهمية بالنسبة لى	
٥	٦٥,٢	٣٢,٢	١٤٥	٤٠	١٨٠	٢٧,٨	١٢٥	تكسبنى القدرة على الحوار مع الآخرين حول القضايا السياسية	
٦	٦٤,٤	٣٤	١٥٣	٣٨,٩	١٧٥	٢٧,١	١٢٢	تساعدنى فى تكوين رأى حول القضايا السياسية المصرية	
٧	٦١,٩	٣٢,٤	١٤٦	٤٩,٣	٢٢٢	١٨,٢	٨٢	أشعر بمصداقيتها فى عرض الأحداث ومناقشة القضايا	
٨	٦١,٥	٣٥,١	١٥٨	٤٥,٣	٢٠٤	١٩,٦	٨٨	مثيرة ومشوقة على قدر عالٍ من الجاذبية	
٩	٦٠,٧	٣٧,٦	١٦٩	٤٢,٩	١٩٣	١٩,٦	٨٨	تقدم تحليلات عميقة وتعليقات فورية	
١٠	٥٩,٩	٣٨,٢	١٧٢	٤٣,٨	١٩٧	١٨	٨١	تعمل على إيجاد الحلول لما يواجه الوطن من مشاكل	
١١	٥٩,٧	٣٩,٨	١٧٩	٤١,٣	١٨٦	١٨,٩	٨٥	تحافظ على المهنية فى الأداء وتهتم بكل القضايا	

توضّح بيانات الجدول السابق أن أهم أسباب مشاهدة القنوات الفضائية المصرية وجود مراسلين يقدمون تغطية فورية للأحداث من موقعها بوزن نسبي قدره ٦٨٪، ثم يليها فى المركز الثانى التعود

على مشاهدة تلك القنوات الفضائية بوزن نسبي قدره ٦٧.٣٪، ثم السرعة والدقة في نقل الأخبار بوزن نسبي قدره ٦٦.٦٪، ثم تقدم برامج مميزة وذات أهمية بوزن نسبي قدره ٦٦.٢٪. ثم جاء في مؤخرة الأسباب التي من أجلها يشاهد المبحوثين عيناها الدراسة تلك القنوات الفضائية : أنها تعمل على إيجاد حلول لما يواجه الوطن من مشاكل ، وأنها تحافظ على المهنية في الأداء وتهتم بكل القضايا بوزن نسبي على الترتيب التالي ٩٥.٩ ثم ٥٩.٧.

٥- ماهي أهم البرامج الحوارية التي تفضل مشاهدتها في تلك القنوات الفضائية؟ (ن=٤٥٠)

جدول رقم (٥) أهم البرامج الحوارية التي تفضل مشاهدتها

الترتيب	الوزن النسبي	لا أشاهد		نادراً		أحياناً		دائماً		معدل المشاهدة البرنامج
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١	٦٦,٥	٢٢,٧	١٠٢	١٤,٢	٦٤	٣٧,٦	١٦٩	٢٥,٦	١١٥	برنامج الحياة اليوم
٢	٥٩,١	٣١,٨	١٤٣	١٨,٢	٨٢	٣٢	١٤٤	١٨	٨١	برنامج هنا العاصمة
٣	٥٧,١	٣٨	١٧١	١٥,١	٦٨	٢٧,٣	١٢٣	١٩,٦	٨٨	برنامج ممكن
٤	٥٣,٥	٣٩,٨	١٧٩	٢٠,٧	٩٣	٢٥,٣	١١٤	١٤,٢	٦٤	برنامج القاهرة ٣٦٠
٥	٥٣,٤	٤٠,٩	١٨٤	١٩,١	٨٦	٢٥,٣	١١٤	١٤,٧	٦٦	برنامج مباشر من مصر
٦	٥٣,٣	٤٢,٤	١٩١	١٧,١	٧٧	٢٥,٣	١١٤	١٥,١	٦٨	برنامج مصر اليوم
٧	٥١,٣	٤٤,٧	٢٠١	١٨,٤	٨٣	٢٣,٨	١٠٧	١٣,١	٥٩	برنامج من القاهرة
٨	٤٨,١	٥١,٨	٢٣٣	١٦	٧٢	٢٠,٤	٩٢	١١,٨	٥٣	برنامج الطبعة الأولى
٩	٤٧,٨	٥١,٨	٢٣٣	١٦	٧٢	٢١,٦	٩٧	١٠,٧	٤٨	برنامج نبض القاهرة
١٠	٤٥,٩	٥٣,٣	٢٤٠	١٩,٣	٨٧	١٧,٦	٧٩	٩,٨	٤٤	برنامج صباح أون
١١	٤٢,٥	٥٦,٩	٢٥٦	٢٢,٤	١٠١	١٤,٤	٦٥	٦,٢	٢٨	برنامج دائرة الضوء

توضّح بيانات الجدول السابق أن أهم البرامج الحوارية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها في تلك القنوات الفضائية هي برنامج الحياة اليوم على قناة الحياة بوزن نسبي قدره ٦٦.٥٪،

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ياسمين عبد المنعم ، والتي جاءت نتائج دراستها بأن برنامج (هنا العاصمة) على قناة CBC الخاصة كالأعلى مشاهدة من قبل عينة الدراسة . يليه برنامج هنا العاصمة على قناة CBC بوزن نسبي قدره ٥٩.١٪، ثم برنامج ممكن على قناة CBC بوزن نسبي قدره ٥٧.١٪، ثم برنامج القاهرة ٣٦٠ على قناة القاهرة والناس بوزن نسبي قدره ٥٣.٥٪، على حين جاء برنامج فى دائرة الضوء على قناة النهار فى الترتيب الأخير بوزن نسبي قدره ٤٢.٥٪.

٦- هل حدث وأن غيرت رأيك السياسى نحو إحدى هذه القضايا عقب مشاهدتك لأحد البرامج؟

جدول رقم (٦) مدى تغيير الرأى السياسى نحو القضية

الرقم	ك	الرقم	الرقم
أحياناً	٣١٠	٦٨,٩	%
لم يحدث أبداً	١٠٤	٢٣,١	%
دائماً	٣٦	٨	%
الإجمالي	٤٥٠	١٠٠	%

توضّح بيانات الجدول السابق أن ٦٨.٩٪ من المبحوثين عينة الدراسة ذكروا أنهم أحياناً يغيرون رأيهم السياسى نحو إحدى القضايا المطروحة للدراسة عقب مشاهدة أحد البرامج المفضلة لديهم ، بينما ذكر ٢٣.١٪ أن ذلك لم يحدث أبداً وأن غيروا رأيهم فى هذه القضايا ، على حين لم تزد نسبة من ذكروا أن هذا التغيير يحدث دائماً عن ٨٪.

٧- ماهى هذه القضية التى قمت بتغيير رأيك بها عقب مشاهدتك لأحد البرامج؟ (ن=٣٤٦)

جدول رقم (٧) القضية التى قمت بتغيير رأيك فيها

الرقم	ك	الرقم	الرقم
مشروع تطوير وتنمية قناة السويس	١٢٥	٣٦,١	%
الانتخابات البرلمانية	٨٤	٢٤,٣	%
محاربة الإرهاب بكافة أنواعه	٨٠	٢٣,١	%
تصحيح الخطاب الدينى	٧٨	٢٢,٥	%
سد النهضة	٧٥	٢١,٧	%

توضّح بيانات الجدول السابق أن الموضوع الذي كان للبرامج الحوارية السياسية بالقنوات الفضائية الدور الأكبر فى تغيير آراء المبحوثين بشأنه كان مشروع تطوير وتنمية قناة السويس عند ٣٦.١٪ من المبحوثين عينة الدراسة، يليه موضوع الانتخابات البرلمانية عند ٢٤.٣٪، ثم محاربة الإرهاب بكافة أنواعه عند ٢٣.١٪ من المبحوثين، ثم تصحيح الخطاب الدينى بنسبة ٢٢.٥٪ من المبحوثين، ثم جاء فى الترتيب الأخير من حيث الموضوعات التى ساعدت القنوات الفضائية على تغيير رأى الجمهور عينة الدراسة عقب مشاهدته أحد البرامج هو موضوع سد النهضة بنسبة ٢١.٧٪.

٨- ماهى أنسب الطرق التى يمكن أن تؤثر على إتجاهك نحو القضية السياسية التى تعرض فى القنوات الفضائية؟

جدول رقم (٨) أنسب الطرق للتأثير على الرأى العام

نسبة %	ك	أنسب الطرق للتأثير على الاتجاه السياسي
٥٩,١	٢٦٦	استخدام الأدلة والبراهين العلمية
٤٢,٢	١٩٠	عرض وجهات النظر المختلفة
٣٨,٧	١٧٤	النقل عن مصادر موثوق فيها وشخصيات فى مواقع المسئولية
٣٢	١٤٤	استخدام الإحصائيات والأرقام
١٦,٧	٧٥	استخدام الرسوم والخرائط والصور
٩,٨	٤٤	إستمالة مشاعر الجمهور نحو قضية أو موضوع أو رأى أو شخصية

توضّح بيانات الجدول السابق أن استخدام الأدلة والبراهين العلمية يعد أنسب الطرق التى يمكن أن تؤثر على الاتجاه نحو القضية السياسية التى تعرض فى القنوات الفضائية عند ٥٩.١% من المبحوثين عينة الدراسة، يليه عرض وجهات النظر المختلفة بنسبة ٤٢.٢%، ثم النقل عن مصادر موثوق فيها وشخصيات فى مواقع المسئولية بنسبة ٣٨.٧%، ثم استخدام الإحصائيات والأرقام بنسبة ٣٢%، ثم استخدام الرسوم والخرائط والصور بنسبة ١٦.٧%، وأخيراً إستمالة مشاعر الجمهور نحو قضية أو موضوع أو رأى أو شخصية بنسبة ٩.٨%.

٩- فى رأيك ماهى مقترحاتك لتطوير القنوات الفضائية لتكون أكثر تأثيراً فى الرأى العام؟

جدول رقم (٩) مقترحات لتطوير القنوات الفضائية

نسبة %	ك	مقترحات لتطوير القنوات الفضائية
٥٥,٦	٢٥٠	عرض الحقائق والوقائع كما هى على أرض الواقع
٣٦,٩	١٦٦	النقل الحى للوقائع والأحداث من مكان الحدث
٢٧,٦	١٢٤	عرض وجهات النظر المختلفة للموضوعات المقترحة
٢٧,١	١٢٢	استضافة خبراء أو متخصصين ممن لهم عرقة بشأن القضية المطروحة
٢٠,٧	٩٣	الآنية والفورية فى معالجة الأحداث

توضّح بيانات الجدول السابق مقترحات المبحوثين لتطوير القنوات الفضائية لتكون أكثر تأثيراً فى الرأى العام، حيث جاء على رأس هذه المقترحات عرض الحقائق والوقائع كما هى على أرض الواقع بنسبة ٥٥.٦%، يليه النقل الحى للوقائع والأحداث من مكان الحدث بنسبة ٣٦.٩%، ثم عرض وجهات النظر المختلفة للموضوعات المقترحة بنسبة ٢٧.٦%، ثم استضافة خبراء أو متخصصين ممن لهم عرقة بشأن القضية المطروحة بنسبة ٢٧.١%، وأخيراً الآنية والفورية فى معالجة الأحداث بنسبة ٢٠.٧%.

النتائج العامة للدراسة :-

١- أغلب عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية أحياناً بنسبة ٥٧.٦% ، بينما يشاهدها دائماً مايقرب من ثلث العينة بنسبة ٣٣.١% ، و لم تزد نسبة من يشاهدونها نادراً عن ٩.٣% . وبذلك يتضح إرتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية بصفة دائمة لدى عينة الدراسة مما يدل على تفضيلهم لتلك القنوات كمصدر رئيسي للمعلومات لديهم .

٢- البرامج السياسية تأتي على رأس البرامج الأكثر تفضيلاً لدى المبحوثين عينة الدراسة بنسبة ٣٨.٩% ، يليها وبفارق بسيط البرامج الترفيهية بنسبة ٣٦.٢% ، ثم البرامج الرياضية بنسبة ٣٣.٦% ، فالبرامج الإجتماعية بنسبة ٢٥.٣% ، ويعد تفضيل المبحوثين عينة الدراسة للبرامج السياسية يرجع لطبيعة المرحلة التي تعيشها مصر الآن ووجود تلك القضايا الهامة التي تشغل بال الرأي العام .

٣- تنصدر القنوات الفضائية المصرية الخاصة أولويات المشاهدة لدى أغلب عينة البحث ، حيث جاءت قناة الحياة فى صدارة القنوات الفضائية التي يحرص أغلب المبحوثين على متابعتها بشكل عام بنسبة ٧٤.١% ، تليها فى المرتبة الثانية وبفارق بسيط قناة CBC بنسبة ٧١.٦% ، ويأتى فى المركز الثالث قناة القاهرة والناس بنسبة ٦٩%.

٤- قناة CBC هى القناة الأكثر تفضيلاً فى متابعة الحداث السياسية لدى غالبية عينة الدراسة بنسبة ٥٢.٩% ، يليها بفارق كبير نسبياً قناة النيل للأخبار بنسبة ١٩.١% ، ثم قناة القاهرة والناس بنسبة ١٦% ، وجاءت القناة الفضائية المصرية فى مؤخرة القنوات من ناحية تفضيلها فى متابعة الأحداث السياسية بنسبة ١٢% .

٥- برنامج الحياة اليوم على قناة الحياة جاء فى مقدمة البرامج التي يفضل المبحوثون مشاهدتها وذلك بنسبة ٦٦.٥% ، يليه برنامج هنا العاصمة على قناة CBC بنسبة ٥٧.١% ، ثم برنامج القاهرة ٣٦٠ على قناة القاهرة والناس بنسبة ٥٣.٥% ، على حين جاء برنامج دائرة الضوء على قناة النهار فى الترتيب الأخير كأحد البرامج التي يفضل المبحوثون عينة الدراسة مشاهدتها بنسبة ٤٢.٥%.

٦- ٦٨.٩% من المبحوثين عينة الدراسة ذكروا أنهم أحياناً يغيرون رأيهم السياسى نحو إحدى القضايا المطروحة للدراسة عقب مشاهدتهم لأحد البرامج المفضلة لديهم ، فى حين ذكر ٢٣.١% أن ذلك لم يحدث أبداً وأن غيروا رأيهم فى هذه القضايا ، على حين لم تزد نسبة من ذكروا أن هذا التغيير يحدث دائماً عن ٨% .

٧- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين معدل تعرض المبحوثين (عينة الدراسة) للقنوات الفضائية من جانب ودرجة الاعتماد على قناة سي بي سي كمصدر رئيسي للمعلومات من جانب

آخر، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.١٩٣ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠١، ما يعني أنها علاقة شديدة المعنوية.

٨- عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على قناة cbc في الحصول على المعلومات السياسية بحسب المتغيرات الديموجرافية (وهي متغيرات: النوع، العمر، المؤهل التعليمي، مستوى الدخل الشهري للأسرة)، حيث كانت قيمة مستوى المعنوية مع جميع المتغيرات الديموجرافية أكبر من ٠.٠٥، ما يعنى أن درجة الاعتماد على قناة سى بى سى لم يتدخل أى من المتغيرات الديموجرافية فى تقرير الاختلافات فيها.

٩- موضوع محاربة الإرهاب جاء على رأس الموضوعات التى اهتمت البرامج محل التحليل بتناولها بنسبة ٤٤.٢٪، يليه موضوع مشروع تنمية وتطوير قناة السويس بنسبة ٢٣.٢٪، ثم موضوع تصحيح الخطاب الدينى بنسبة ٢١.٧٪، ثم موضوع الانتخابات البرلمانية بنسبة ١٦.٧٪، وأخيراً جاء موضوع سد النهضة بنسبة ٤.٣٪.

١٠- أكثر عناصر الجذب استخداماً فى البرامج محل التحليل كانت صور حية بنسبة ٦٠.١، يليها التقارير الخارجية بنسبة ٣٤.١٪، ثم المواد الوثائقية بنسبة ١٧.٤٪، ولم تزد نسبة الفقرات التى لم تستخدم أى من عناصر الجذب عن ١٣٪.

١١- أكثر أساليب الإقناع استخداماً فى البرامج محل التحليل كان أسلوب الاكتفاء بالمعلومات فقط بنسبة ٧٦.١٪، يليه عرض وجهات نظر متعددة بنسبة ١٨.١٪، ثم عرض وجهة نظر واحدة بنسبة ٤.٣٪، وأخيراً عرض وجهتى نظر بنسبة ١.٤٪.

توصيات الدراسة :

- ١- ضرورة التعرف على خصائص الجمهور المستهدف من القنوات الفضائية ودوافعه ، ويشمل ذلك معرفة النوع والسن والمستوى الإجتماعى والإقتصادى ، مما يساعد على وصول الرسالة الإعلامية بصورة صحيحة .
- ٢- ضرورة إستخدام أكثر من أسلوب فى تقديم البرامج وبصورة متوازنة تتفق مع طبيعة المادة المقدمة ، أيضاً يجب التركيز على طرق الإيضاح المتعددة لمحاولة شرح وتبسيط المعلومة المقدمة بطريقة مثلى .
- ٣- التركيز على وجود العناصر الأكثر جذباً للإنتباه فى طريقه عرض البرامج .
- ٤- ضرورة توظيف التطور التكنولوجى الحديث بما يحقق إنتاج البرنامج بالطريقه المثلى وبأسلوب مبتكر يحقق التسويق والإثارة والجذب والتميز والتفرد .
- ٥- ضرورة تطوير أفكار البرامج المقدمة بالقنوات الفضائية فى المجال السياسى خاصة وبما يتلائم مع المتغيرات المحلية والعالمية .

الكلمات المفتاحية :

- الدور .
- الرأى العام .
- القنوات الفضائيات المصرية.
- تشكيل الإتجاهات .
- القضايا السياسية.

مراجع الدراسة :

أولاً : المراجع باللغة العربية :

الرسائل العلمية :

- (١) ياسمين محمد عبد المنعم، " علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التلفزيونية " ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠١٥م).
- (٢) زينب الحسينى رجب بلال ربحان، " الاساليب الإقناعية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى معالجة أحداث المرحلة الإنتقالية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة المنصورة ، كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوى، ٢٠١٤م).
- (٣) السيد محمد أبو شعيشع حسن، " دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات فى دعم حرية التعبير " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٢م).
- (٤) حسين على أبو عمر : دور البرامج الحوارية السياسية فى الفضائيات المصرية فى تشكيل معارف الشباب الجامعى المصرى واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية المعاصرة فى مصر خلال الفترة من ٣٠ يونية ٢٠١١م إلى ٣٠ يونية ٢٠١٣م ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٥م).

(٥) هشام أحمد عبد العاطى فايد ، "دور خطاب الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو قضايا السياسة العامة" ، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠١٥م).

(٦) هبة صلاح الدين قطب عبد المطلب، "دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى اتجاهات الشباب الجامعي نحو بعض قضايا الإصلاح السياسي فى مصر عقب ثورة ٢٥ يناير : دراسة تحليلية ميدانية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة المنصورة ، كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوى، ٢٠١٤م).

الكتب :

- ١- الفين توفلر : تحول السلطة ، ترجمه لبنى الريدى (القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، الجزء الثانى ، ١٩٩٦ م).
- ٢- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة ، (القاهرة - الدار المصرية اللبنانية . الطبعة الثانية . ٢٠٠١ م) .
- ٣- حميده سميسم : نظرية الرأى العام ، الدار الثقافية للنشر ، ط ١ ، ٢٠٠٥ م .
- ٤- خالد محمد ميلاد : الفضائيات العربية والأجنبية ، الواقع - الأهداف - التحديات ، (القاهرة ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٩م).
- ٥- عدلى العبد : الرأى العام وطرق قياسه الأسس النظرية والجوانب المنهجية ، النماذج التطبيقية والتدريبات العمليه ، ط ١ (القاهرة : دار الفكر العربى ، ٢٠٠٢ م).
- ٦- عاطف عدلى العبد : مدخل إلى الإتصال والرأى العام ، الأسس النظرية والإسهامات العربية ، (القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٩٨ م) .
- ٧- عاطف عدلى العبد : القنوات المتخصصة ، أنواعها ، جمهورها ، بحوثها وأخلاقياتها ، (القاهرة : دار الفكر العربى ، ٢٠٠٦ م) .
- ٨- عاطف عدلى العبد : الرأى العام وطرق قياسه (القاهره ، دار الفكر العربى ، ٢٠٠٠م).
- ٩- عبدالله محمد زلطة : الرأى العام والإعلام ، (القاهرة ، دار الفكر العربى ، ٢٠٠٢ م) .
- ١٠- عدلى رضا ، عاطف العبد : إدارة المؤسسات الإعلامية ، ط ٢ ، (القاهرة ، دار الفكر العربى ، ٢٠٠٠م).

البحوث المنشورة فى الدوريات والمجلات العلمية :

- ١- ايناس محمد أبو يوسف : الوعى السياسى والإنتخابى لدى طلاب الجامعات ، دراسة ميدانية على طلاب جامعة القاهرة (مجلة الرأى العام ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، يناير ٢٠٠١م).
- ٢- عادل عبد الغفار : الشباب المصري والتلفزيون محددات السلوك الاتصالي وعاداته (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام بحث منشور بالمجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، المجلد الثالث ، العدد الثالث يوليه ٢٠٠٢ م).

٣- عادل فهمى البيومى: دور القنوات الفضائية فى زيادة المشاركة الجماهيرية (مجلة البحوث المصرية الاعلامية ، العدد السادس عشر ، اكتوبر ٢٠٠١م).

٤- محمد عتران : إستخدامات وإشباعات برامج التوعية الصحية فى التلفزيون العماني ، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد ٢٣ ، ديسمبر ٢٠٠٤م).

ج (التقارير والنشرات :

١- الكتاب السنوى (القاهرة ، الهيئة العامة للإستعلامات ، ٢٠٠٨م) .

٣- الكتاب الإحصائى السنوى لإتحاد الإذاعة والتلفزيون ٢٠٠١-٢٠٠٢ ، (القاهرة : إتحاد الإذاعة والتلفزيون ٢٠٠٢م ، ٢٠٠١م) .

٤- كلمة السيد صفوت الشريف وزير الإعلام المصرى فى الحلقة النقاشية حول تحديات القنوات المتخصصة فى مصر ، (القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، وحدة التدريب والتوثيق والإنتاج الإعلامى ، ٣٠ نوفمبر ١٩٩٨م)

ثانياً : المراجع باللغة الأجنبية :

- 1- Albert C. Gunther and Stella Chih- Yun Chia (2001) Predicting Pluralistic Ignorance: The Hostile Media Perception and Its Consequences. **Journalism & Mass Communication Quarterly**. 2001 ،Vol.78 ،No.4.
- 2- Carpentier, Nico, “The Discursive Articulation of Audience participation In four TV Talk show”, **PH.D Dissertation**, (Belgium: University Instilling Antwerp), 2001.
- 3- Denis Mcquail, Seven Windahl. Communication models . for the **study of communications** . 2nd (New York , long man 1995) p.112 .
- 4- Eveland, William P., Jr., and Dietram A. Scheufele. 2000. “Connecting News Media Use with Gaps in Knowledge and Participation.” **Political Communication** 17 :215-37.
- 5- Pamela Guzman “The Studio Audience in television talk show A; Qualitative Study (Sally Jessy Raphael, Jerry Springer)”, **Dissertation Abstracts International**, vol. 34, No2, 1996, P. 615.
- 6- Patricia Moy and Other, “Communication And Citizenship Mapping the political Effects of infotainment”, **Journal of Mass communication and society**, Vol,8 No.2, 2005, P.p. 111-181.
- 7- Rossler, Patrick; Brosius, Hans-Bernd. “Do Talk shows cultivate Adolescents view of the world: A prolonged Exposure experiment”, **Journal of communication**, Vol.51, No.1, March 2001, P.p. 143-163.

- 8- Selah, Revital, "Impact of violence television shows and music video clip on Adolescent" , **International journal of adolescent and youth**, Vol. 13, No. 1-2, 2007, P.p. 99-112.
- 9- William E,Loges, Kelth Stemm&Flona Clark,"Television reliance and Political Malaya:A contingency analysis", **Journal of Broadcasting & Electronic Media**,Vol.44,No.1, 2000, P.p. 1-15.
- 10- Zhongdang & Gerald M. Kosicki (1997)."priming and media impact on the evaluations of presidents performance". **Communication research**. vol . 24 ,No.1 ,PP. 3-30.

المواقع الإلكترونية :

- 1- <http://www.selfhelpmagzine.comartictes/Attitude>
- 2- <http://www.shoura.gov.eg/.html>
- 3- <http://www.cbc-eg.com/about>
- 4- http://srv2.eulc.edu.eg/eulc_v5/libraries/start.aspx
- 5- <http://lis.cl.cu.edu.eg/>
- 6- <http://www.alba7es.com/>
- 7- <http://haver.org/resourcedetailsar.php?ID=371>
- 8- <http://elibraryusa.state.gov/resources.html>
- 9- <https://uqu.edu.sa/page/ar/181765>
- 10- <https://uqu.edu.sa/page/ar/180847>
- 11- <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=256003>
- 12- <https://books.google.com.eg/>
- 13- <http://dev.selfhelpmagazine.com/articles/social-attitudes>
- 14- <http://www.ahewar.org/debat/nr.asp>
- 15- <http://www.sat-address.com/en/>

فصول الدراسة :

فقد قام الباحث بتقسيم فصول الدراسة إلى خمسة فصول هي :

- الفصل الأول : الإطار النظري للدراسة .
- الفصل الثاني : دينامية الرأي العام .
- الفصل الثالث : تشكيل إتجاهات الرأي العام .
- الفصل الرابع : نشأة وتطور القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة .
- الفصل الخامس : نتائج الدراسة الميدانية.
- الفصل السادس : نتائج الدراسة التحليلية .
- الفصل السابع : النتائج العامة للدراسة والخاتمة والتوصيات .
- المراجع والملاحق.