



مجلة بحوث الشرق الأوسط



مجلة علمية محكمة (مختصة) شهرية
يصدرها مركز بحوث الشرق الأوسط

السنة الثامنة والأربعون - تأسست عام ١٩٧٤

العدد الثامن والسبعون (أغسطس ٢٠٢٢)

الترقيم الدولي: (2536-9504)

الترقيم على الإنترنت: (2735-5233)



لا يسمح إطلاقاً بترجمة هذه الدورية إلى أية لغة أخرى، أو إعادة إنتاج أو طبع أو نقل أو تخزين. أي جزء منها على أية أنظمة استرجاع بأي شكل أو وسيلة، سواء إلكترونية أو ميكانيكية أو مغناطيسية، أو غيرها من الوسائل، دون الحصول على موافقة خطية مسبقة من مركز بحوث الشرق الأوسط.

All rights reserved. This Periodical is protected by copyright. No part of it may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without written permission from The Middle East Research Center.

الأراء الواردة داخل المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها وليست مسئولية مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

رقم الإيداع بدار الكتب والوثائق القومية : ٢٤٣٣٠ / ٢٠١٦

الترقيم الدولي: (Issn :2536 - 9504)

الترقيم على الإنترنت: (Online Issn :2735 - 5233)



مجلة بحوث الشرق الأوسط

مجلة علمية محكمة
متخصصة

في تفتون الشرق الأوسط

مجلة معتمدة من بنك المعرفة المصري



موقع المجلة على بنك المعرفة المصري

www.mercj.journals.ekb.eg

- معتمدة من الكشاف العربي للاستشهادات المرجعية (ARCI). المتوافقة مع قاعدة بيانات كلاريفيت Clarivate الفرنسية.
- معتمدة من مؤسسة أرسيف (ARCI) للاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية ومعامل التأثير المتوافقة مع المعايير العالمية.
- تنشر الأعداد تباعاً على موقع دار المنظومة.



العدد الثامن والسبعون - أغسطس ٢٠٢٢

تصدر شهرياً

السنة الثامنة والأربعون - تأسست عام ١٩٧٤

المطبعة
مطبعة جامعة عين شمس
Ain Shams University Press



مجلة بحوث الشرق الأوسط (مجلة مُعتمدة)
دورية علمية مُحكّمة (اثنا عشر عددًا سنويًا)
يصدرها مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

إشراف إداري
عبيد المنعم
أمين المركز

سكرتارية التحرير

ناهد مبارز رئيس وحدة النشر
راندانوار ووحدة النشر
زينب أحمد ووحدة النشر
رشا عاطف ووحدة النشر
أمل حسن رئيس وحدة التخطيط والمتابعة
المحرر الفني
ياسر عبد العزيز رئيس وحدة الدعم الفني
إسلام أشرف ووحدة الدعم الفني
تنفيذ الغلاف والتجهيز والإخراج الفني للمجلة
وحدة الدعم الفني

تدقيق ومراجعة لغوية
أ.د. نبيل رشاد د. تامر سعد الحيت
تصميم الغلاف أ.د. وائل القاضي

رئيس مجلس الإدارة

الأستاذ الدكتور / هشام تمارز

نائب رئيس الجامعة لشئون المجتمع وتنمية البيئة

ورئيس مجلس إدارة المركز

رئيس التحرير

الأستاذ الدكتور / أشرف مؤنس

مدير مركز بحوث الشرق الأوسط

والدراسات المستقبلية

هيئة التحرير

أ.د. محمد عبد الوهاب (جامعة عين شمس - مصر)
أ.د. حمدنا الله مصطفى (جامعة عين شمس - مصر)
أ.د. محمد عبد السلام (جامعة عين شمس - مصر)
أ.د. وجيه عبد الصادق عتيق (جامعة القاهرة - مصر)
أ.د. أحمد عبد العال سليم (جامعة حلوان - مصر)
أ.د. سلامة العطار (جامعة عين شمس - مصر)
د. محمد عبد الباسط العناني (جامعة عين شمس - مصر)
نواء د. هشام الحلبي (أكاديمية ناصر العسكرية العليا - مصر)
أ.د. محمد يوسف القريشي (جامعة تكريت - العراق)
أ.د. عامر جاد الله أبو جيلة (جامعة مؤتة - الأردن)
أ.د. نبيلة عبد الشكور حساني (جامعة الجزائر ٢ - الجزائر)

توجه الرسائل الخاصة بالمجلة إلى: أ.د. أشرف مؤنس، رئيس التحرير
البريد الإلكتروني لوحدتنا النشر: merc.pub@asu.edu.eg

• وسائل التواصل:

جامعة عين شمس - شارع الخليفة المأمون - العباسية - القاهرة، جمهورية مصر العربية، ص.ب: 11566
تليفون: (+202) 24662703 فاكس: (+202) 24854139 (موقع المجلة موبايل/واتساب): (+2)01098805129
ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg
ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر



مجلة بحوث الشرق الأوسط

- رئيس التحرير أ.د. أشرف مؤنس

- الهيئة الاستشارية المصرية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم عبد المنعم سلامة أبو العلا
- أ.د. أحمد الشربيني
- أ.د. أحمد رجب محمد علي رزق
- أ.د. السيد فليفل
- أ.د. إيمان محمد عبد المنعم عامر
- أ.د. أيمن فؤاد سيد
- أ.د. جمال شفيق أحمد عامر
- أ.د. حمدي عبد الرحمن
- أ.د. حنان كامل متولي
- أ.د. صالح حسن المسلوت
- أ.د. عادل عبد الحافظ عثمان حمزة
- أ.د. عاصم الدسوقي
- أ.د. عبد الحميد شلبي
- أ.د. عفاف سيد صبره
- أ.د. عفيفي محمود إبراهيم
- أ.د. فتحي الشرقاوي
- أ.د. محمد الخزامي محمد عزيز
- أ.د. محمد السعيد أحمد
- لواء/ محمد عبد المقصود
- أ.د. محمد مؤنس عوض
- أ.د. مدحت محمد محمود أبو النصر
- أ.د. مصطفى محمد البغدادى
- أ.د. نبيل السيد الطوخي
- أ.د. نهى عثمان عبد اللطيف عزمي
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة الإسكندرية - مصر
- عميد كلية الآداب السابق - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الآثار - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الدراسات الأفريقية العليا الأسبق - جامعة القاهرة - مصر
- أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر - كلية الآداب - جامعة القاهرة - مصر
- رئيس الجمعية المصرية للدراسات التاريخية - مصر
- كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس - مصر
- عميد كلية الحقوق الأسبق - جامعة عين شمس - مصر
- وكيل كلية الآداب لشئون التعليم والطلاب - جامعة عين شمس - مصر
- أستاذ التاريخ والحضارة - كلية اللغة العربية - فرع الزقازيق
- جامعة الأزهر - مصر
- عضو اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة
- كلية الآداب - جامعة المنيا،
- ومقرر لجنة الترقيات بالمجلس الأعلى للجامعات - مصر
- عميد كلية الآداب الأسبق - جامعة حلوان - مصر
- كلية اللغة العربية بالمنصورة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الدراسات الإنسانية بنات بالقاهرة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الآداب - جامعة بنها - مصر
- نائب رئيس جامعة عين شمس الأسبق - مصر
- عميد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة الجلالة - مصر
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء - مصر
- كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة حلوان
- قطاع الخدمة الاجتماعية بالمجلس الأعلى للجامعات ورئيس لجنة ترقية الأساتذة
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة المنيا - مصر
- كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات - مصر

العدد الثامن والسبعون

- الهيئة الاستشارية العربية والدولية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم خليل العلاف جامعة الموصل- العراق
- أ.د. إبراهيم محمد بن حمد المزيني كلية العلوم الاجتماعية - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- السعودية
- أ.د. أحمد الحسو جامعة مؤتة- الأردن
- أ.د. أحمد عمر الزييلي مركز الحسو للدراسات الكمية والتراثية - إنجلترا
- أ.د. عبد الله حميد العتابي جامعة الملك سعود- السعودية
- أ.د. عبد الله سعيد الغامدي الأمين العام لجمعية التاريخ والآثار التاريخية
- أ.د. فيصل عبد الله الكندري كلية التربية للبنات - جامعة بغداد - العراق
- أ.د. مجدي فارج جامعة أم القرى - السعودية
- أ.د. محمد بهجت قبيسي عضو مجلس كلية التاريخ، ومركز تحقيق التراث بمعهد المخطوطات
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة الكويت- الكويت
- أ.د. محمد بهجت قبيسي رئيس قسم الماجستير والدراسات العليا - جامعة تونس ١ - تونس
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة حلب- سوريا
- أ.د. محمود صالح الكروي كلية العلوم السياسية - جامعة بغداد- العراق

- *Prof. Dr. Albrecht Fuess* Center for near and Middle East Studies, University of Marburg, Germany
- *Prof. Dr. Andrew J. Smyth* Southern Connecticut State University, USA
- *Prof. Dr. Graham Loud* University Of Leeds, UK
- *Prof. Dr. Jeanne Dubino* Appalachian State University, North Carolina, USA
- *Prof. Dr. Thomas Asbridge* Queen Mary University of London, UK
- *Prof. Ulrike Freitag* Institute of Islamic Studies, Belil Frie University, Germany

محتويات العدد ٧٨

الصفحة	عنوان البحث
	• الدراسات الآثارية:
٤٢-٣	١- مسجد الزمالك «دراسة أثرية فنية مقارنة» الباحثة/ كريمة حسين أحمد نصر
	• الدراسات التاريخية:
١٠٠-٤٥	٢- التبادل التجاري بين مصر وأستراليا (١٩٥٢ - ١٩٨٨م) وانعكاساته على العلاقات الاقتصادية بين البلدين د. عرفة محمود مصطفى محمد
١٢٠-١٠١	٣- السلام البنيوي في العراق «دراسة في نظرية جوهان غالتونج للسلام» د. باسم علي خريسان
	• الدراسات الاجتماعية:
١٥٢-١٢٣	٤- العوامل الاجتماعية والسياسية المؤثرة في بناء ثقة المواطن المصري في وسائل الإعلام الراهن (دراسة سوسيولوجية) الباحث/ عبد الله حامد عمر
	• دراسات اللغة العربية:
١٧٦-١٥٥	٥- المصدر المستوفي لشروط النَّصْب على المفعول له في حالة الجَرَ «دراسة تحليلية في الاصطلاح النحوي» أ.م.د. عقيل رحيم علي اللامي

تابع محتويات العدد ٧٨

• الدراسات الإعلامية:

٦- العوامل المؤثرة على التجارة الإلكترونية «دراسة مقارنة بين

٢٠٨-١٧٩

المجتمع المصري والسعودي»

الباحثة/ آلاء مصطفى عبد الرؤوف

• الدراسات الفنية:

٧- استلهام رموز الفن الإفريقي لإثراء المشغولة الفنية معرض

فنى مَنظَر (رؤية وتواصل) القيم الجمالية لتوظيف فلسفة

الفن الإفريقي في مشغولات فنية مستحدثة

٢٤٤-٢١١

د. إيمان محمد وجدى عزت قاسم

٢٦٦-٢٤٥

٨- التحديات التي تواجه عروض المسرح الكنسي في مصر

الباحث/ إيهاب صبحى خير تادرس

• الدراسات القانونية:

٣٣٤-٢٦٩

٩- موقفُ الفقه الإسلامي والقانون المقارن من موتِ الدِّماغ

الباحث/ جهاد محمود عبد المبدي عمر

١٠- دور شرطة البيئة والمسطحات في حماية مياه نهر النيل

٣٧٨-٣٣٥

من التلوث

الباحث/ حازم محمد شكري

العوامل الاجتماعية والسياسية المؤثرة
في بناء ثقة المواطن المصري في وسائل
الإعلام الراهن (دراسة سوسيولوجية)

**The social and political factors affecting
building citizen confidence in the media
(sociological study)**

الباحث/ عبد الله حامد عمر

قسم الاجتماع

كلية الآداب - جامعة عين شمس

abdullahjurn0@gmail.com



www.mercj.journals.ekb.eg

الملخص:

تقوم العلاقة بين الإعلام بوسائله المختلفة والمجتمع على أسس متبادلة، فكل منهما يؤثر في الآخر ويتأثر به. ويتضح ذلك جلياً في عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية للأفراد وتشكيل وعيهم في شتى المجالات.

إشكالية البحث: لاحظ الباحث وجود حالة من عدم الرضا والثبات على الرأي بين المواطنين ممن بتعرض لهم في حياته اليومية علي المنتج الإعلامي، وفي ضوء ذلك وما توفر للباحث من دراسات أجرى هذا البحث لتحديد العوامل الاجتماعية والسياسية المؤثرة في بناء ثقة المواطن المصري في وسائل الإعلام.

أهمية البحث: تتحدد أهمية الدراسة في نوعين أساسيين:

١- **الأهمية النظرية:** وهي تطبيق محددات نظرتي البحث وهما:

- نظرية الأثر الانتقائي لوسائل الإعلام.

- نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام.

٢- **الأهمية العملية:** وهي تحديد عوامل بناء الثقة بين عنصرَي البحث.

مجتمع العينة: تم اختيار مجتمع البحث من العاملين بمبنى الإذاعة والتلفزيون، حيث إنهم يمثلون صورة مصغرة من المجتمع.

أدوات جمع البيانات اعتمد الباحث على تصميم واستخدام استمارة الاستبيان لجمع البيانات في هذه البحث.

نوع ومنهج البحث: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني.



Abstract:

The relationship between the media, through its various means, and society, is based on mutual bases, as each affects and is affected by the other. This is evident in the process of social and political upbringing of individuals and the formation of their awareness in various fields.

Research problem: The results of a survey conducted by the researcher on fifty random individuals of the community showed that the sample members disagreed on specific factors to build their confidence in the media, and in light of that and the studies provided to the researcher, this research was conducted.

The importance of the research: the importance of the study is determined in two main types:

1- Theoretical importance: it is the application of the determinants of the two research theories namely:

The theory of the selective impact of the media and the theory of interdependence on the media.

2- Practical importance: It is the identification of factors that build confidence between the two research components.

Sample community: The research community was chosen from the employees of the radio and television building, as they represent a microcosm of the community.

Data collection tools: The researcher relied on designing and using a questionnaire to collect data in this research.

Type and method of research: This study is one of the descriptive studies that used the field media survey method.

المقدمة:

يقوم الإعلام بوسائله وأنواعه المختلفة بدور مهم في عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية للأفراد وتشكيل وعيهم في شتى المجالات الثقافية والاجتماعية والبيئية والسياسية، وعزز هذا الدور تعدد وسائل الاتصال والإعلام بعد وصول المعلومات وتكنولوجيا الاتصال ذروتها؛ ويمكن تبيان عظم تأثير وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري فيما يتصل بالجانب المعرفي للمواطنين وتشكيل وعيهم في استعراض مقولة عالم الاجتماع "شارلز ميلز"، ومفادها أن جانباً ضئيلاً فقط من الحقائق الاجتماعية التي تتشكّل في أذهاننا حول العالم قد توصلنا إليها بأنفسنا، بيد أن الجانب الأكبر قد وصل إلينا عن طريق وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري. في هذا الإطار أجريت العديد من الإحصائيات، والدراسات حول تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على بناء ثقة المتلقي في وسائل الإعلام التقليدية، وظهر منها الزيادة الكبيرة في عدد المتابعين لوسائل الإعلام التي استخدمت التطبيقات الحديثة، ووسائل التواصل الاجتماعي بينها، وبين جمهورها، بالمقارنة إلى تلك التي لاتزال مستمرة في اتباع الأساليب التقليدية في النشر، والتواصل مع الجمهور؛ لذلك انحسر جمهورها على فئات معينة من المتلقين سواء بحسب فئاتهم العمرية، أو المهنية. بينما تلك التي استخدمت وسائل التواصل الاجتماعي وسعت من قاعدة جمهورها، على اختلاف أجناسهم، وفئاتهم العمرية، فأصبحت هناك مرونة أكبر في تناول الموضوعات، وطرحها على جمهور المتلقين، تبعاً للأحداث الجارية اليومية، فأصبح بمقدور الجمهور التحكم في موضوع المناقشة، وهو ما يزر به تطبيق تويتر على وجه الخصوص، فأصبح هو وسيلة الإعلام الشعبية التي تتحكم فيما يكتب، وما يُنشر، وتستتبعه المؤسسات الإعلامية بالرد، والتعليق على اختلاف النمط القديم في العمل، فأصبحت البداية للجمهور، وأصبح حق الرد مكفول للوسائل الإعلامية الأخرى، ومن هنا تكونت الثقة بين المواطن، والإعلام، وأصبح هناك إعلام فردي يُغرّد اليوم، وتتبعه في اليوم التالي المقالات، والأحاديث على مختلف الساحات الإعلامية⁽¹⁾.



أما أثناء فترات الثورات، وما بعدها، فإنَّ الوضع يتغير تمامًا عما كان عليه قبلها؛ إذ بزوال الأنظمة الاستبدادية تعود للإعلام حرّيته وينطلق في أداء رسالته المنشودة من نشر الوعي والتثقيف، والتوجيه داخل المجتمعات، ففي هذه الفترة لا يستطيع المُتلقّي التمييز بين الإعلام الخاص، والإعلام الحكومي، نظرًا للحرية الممنوحة لكليهما، وانعدام التدخل في أعمالهما، ولا سيادة تعلق فوق سيادة الكلمة، وفي هذا التوقيت تزداد ثقة المواطن في الإعلام بشكل ملحوظ^(٢).

ولعلَّ الإعلام المصري يشهد في الفترة الراهنة تحديات جساماً بعد العديد من الأزمات التي مرت به على الصعد الأمنية والاجتماعية والسياسية والتنموية، هذا على الصعيد الداخلي، ويواجه مثلها كذلك على الصعيد الخارجي. ويُنتظر أن ينهض الإعلام بالمسئولية الاجتماعية الملقاة على عاتقه، الأمر الذي شكل تبايناً واضحاً في تفاعل المواطن المصري مع وسائل الإعلام، واختلاف معدلات بناء ثقته في تلك الوسائل بدءاً من مرحلة انعدام الثقة وانتهاءً بالثقة التامة مروراً بتغيرات في تلك المعدلات ما بين أثق أحياناً وأثق جداً، وتتباين درجات الثقة لدى المواطن في الإعلام الراهن وفقاً لعدة متغيرات اجتماعية وسياسية مختلفة عكف الباحث علي دراستها.

الدراسات السابقة:

أولاً- الدراسات التي تناولت العوامل الاجتماعية:

الأمير صحصاح (٢٠١٧)

موضوع الدراسة: العوامل الاجتماعية المؤثرة في نشر الأخبار الصحفية

أهمية الدراسة: هناك عدة عوامل اجتماعية تؤثر من داخل المؤسسة الصحفية على اختيار ونشر المواد الإخبارية، ومن هذه العوامل الخصائص الاجتماعية للصحفيين.

إشكالية الدراسة: التعرف على أهم العوامل الاجتماعية التي تؤثر في اختيار المواد الإخبارية ونشرها في وسائل الإعلام من داخل المؤسسة الإعلامية وخارجها.

نتائج الدراسة:

١- توجد علاقة بين الخلفية الاجتماعية والثقافية للصحفيين والمضمون الصحفي وأنه يمكن تصور هذه العلاقة في ضوء الدراسات التي تشمل النوع، والعمر، والحالة الاجتماعية، والانتماء العرقي والطبقي للصحفيين.

٢- قصور النظم التعليمية في الدول الناشئة حديثاً، وضعف إمكانيات التدريب في الدول الفقيرة مما جعل أغلبية الصحفيين في دول العالم الثالث يشعرون بشدة أنهم في حاجة إلى مزيد من التدريب والتعليم.

عهد أحمد (٢٠١٦) :

موضوع الدراسة: دور وسائل الإعلام في المجتمع

إشكالية الدراسة: استغلال وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في فرض الهيمنة الفكرية في محاولة للسيطرة على شعوب بلدان العالم الثالث.

نتائج الدراسة :

١. لوسائل الإعلام الحديثة القدرة على زرع الأفكار والتوجهات التي لم تكن موجودة من قبل مثل مصطلح إسلام فوبيا.
٢. تجعل وسائل الإعلام الحديثة المواطنين أسرى يخضعون لهيمنة أجهزتها وبرامجها التكنولوجية، مما أثر سلباً على طبيعة العلاقات الاجتماعية خصوصاً العلاقات الأسرية.



ثانياً: الدراسات التي تناولت العوامل السياسية:

عبد الرحمن محمد الحديدي (٢٠١٩م):

عنوان الدراسة: وسائل الإعلام المرئية وبناء الرموز السياسية: دراسة الحالة المصرية في الفترة من ٢٠١٤م حتى ٢٠١٨م.

هدف الدراسة: الوقوف على تأثير وسائل الإعلام التليفزيونية في الطريقة التي يدرك بها المشاهد الواقع السياسي، وشخصياته، وكيفية قيام الوسائل الإعلامية ببناء الرموز السياسية .

منهج الدراسة: المنهج الوصفي التحليلي.

نتائج الدراسة:

- ١- التعريف بأدوات التسويق السياسي، واستراتيجيات الدعاية السياسية والانتخابية، وتم تطبيق النظريات العلمية في هذا الصدد على حالتي الانتخابات الرئاسية ٢٠١٤ و ٢٠١٨ في مصر.
- ٢- التعرض لمسألة العلاقة بين وسائل الإعلام والنخبة السياسية في مصر، ومناقشة الصور المختلفة لتلك النخبة، وقضية الإخضاع السياسي للإعلام.

أحمد سالم فاضل (٢٠١٨):

موضوع البحث: الإعلام والسياسة أية علاقة؟

إشكالية البحث: ظهور صراع بين وسائل الإعلام بطابعها المعاصر مع رجال السياسة.

أهمية البحث: تكمن أهمية البحث في القول إن وسائل الإعلام الحكومية ومن يديرونها في البلدان النامية، ظلت تابعة للسياسة، أو السياسيين.

الباحث/ عبد الله حامد عمر

نتائج البحث: ١- السياسة في أحد أبعادها المهمة هي خطاب موجه للجمهور، ولا يمكن مخاطبة الجمهور عبر الاتصال الفردي، مهما كان اتساع وقت السياسي، وحجم انتشار أتباعه، وحملة رسالته.

١- يعتبر العمل السياسي هو المادة الأولى للصحافة بمختلف توجهاتها، وذلك بسبب التأثير المباشر، والدور الذي تلعبه السياسة في حياة الجمهور. كما إن دور الصحافة الرقابي لا يمكن تصوره دون وجود عملية سياسية.

ثالثاً- الدراسات التي تناولت الثقة والمصادقية في العلوم الاجتماعية والسياسية والإعلامية:

محمد عبد العزيز (٢٠١٧):

موضوع الدراسة: مصادقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية كما يدركها الشباب المصري.

أهمية الدراسة: التعرف على مستويات مصادقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية لدى الشباب المصري، ورصد أهم معايير مصادقية كل منهم.

نتائج الدراسة:

١- ارتفاع مؤشر مصادقية المضامين الواردة بمقاطع الفيديو لقنوات اليوتيوب مقارنة بالصفحات الشخصية للمبجوثين على موقع الفيس بوك.

٢- ارتفاع مؤشر مصادقية المضامين الواردة ببرنامج صباح الخير يا مصر مقارنة ببرنامج العاشرة مساءً خلال فترتي الانتخابات الرئاسية والبرلمانية.



ديفيد ليفي (٢٠١٧)

موضوع الدراسة: شبكات التواصل الاجتماعي، الثقة والاستقطاب.
إشكالية البحث: ارتفاع الاستقطاب والأخبار الكاذبة وانحدار الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي.

منهج الدراسة: إجراء دراسة مسحية عبر الإنترنت ٣٦ بلدا.

نتائج الدراسة:

- ١- عدم رضا الجماهير عن نوعية الأخبار والتعليقات بشكل عام وخاصة تلك التي تنشرها شبكات التواصل الاجتماعي.
- ٢- وصلت نتيجة عدم الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي في بعض الدول إلى نسبة الضعف مقارنة بوسائل الإعلام العادية، مثل الولايات المتحدة.

إشكالية البحث:

لاحظ الباحث وجود حالة من عدم الرضا والثبات على الرأي بين المواطنين ممن يتعرض لهم في حياته اليومية عن المنتج الإعلامي وفقا للمتغير الاجتماعي والسياسي، وفي ضوء ذلك وما توفر للباحث من دراسات اجتماعية وسياسية ذات صلة بتلك المتغيرات وعوامل عدم الثبات يعمل هذا البحث على تحديد العوامل الاجتماعية والسياسية المؤثرة في بناء ثقة المواطن المصري في وسائل الإعلام.

تساؤلات البحث:

تطرح إشكالية البحث تساؤلا رئيسياً هو: ماهي العوامل الاجتماعية والسياسية المؤثرة في بناء ثقة المواطن المصري في وسائل الإعلام؟
وينبثق عن هذا التساؤل بعض الأسئلة الفرعية الآتية:

- ١- ما نوع المتغيرات الاجتماعية المؤثرة في بناء ثقة المواطن المصري في وسائل الإعلام؟
- ٢- ما نوع المتغيرات السياسية المؤثرة في بناء ثقة المواطن المصري في وسائل الإعلام؟
- ٣- ما مدى انتقائية المواطن المصري لوسيلة الإعلام التي يتعرض لها في ضوء العوامل الاجتماعية والسياسية؟

أهمية البحث:

تحدد أهمية البحث في نوعين أساسيين:

- ١- الأهمية النظرية: وهي تطبيق محددات نظريتي البحث وهما:
 - نظرية الأثر الانتقائي لوسائل الإعلام
 - ونظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام.
- ٢- الأهمية العملية: وهي تحديد عوامل بناء الثقة بين المواطن المصري ووسائل اعلامه للارتقاء بالمنتج الإعلامي والقضاء على أسباب تنني مستويات الثقة بينهما.

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلي:

- ١- تحديد المتغيرات الاجتماعية المؤثرة في بناء ثقة المواطن المصري في الإعلام.
- ٢- تحديد نوع المتغيرات السياسية المؤثرة في بناء ثقة المواطن المصري في الإعلام.
- ٣- تحديد مدى انتقائية المواطن المصري لوسيلة الإعلام التي يتعرض لها في ضوء العوامل الاجتماعية.

نوع ومنهج البحث:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني.



مصطلحات البحث:

العوامل الاجتماعية: التعليم، الدخل، البيئة.

العوامل السياسية: حرية التعبير، الديمقراطية.

بناء الثقة: التصديق والايمان

وسائل الإعلام: إذاعة، تليفزيون، صحافة، وسائل اتصال إلكترونية.

الإطار النظري للبحث:

يشتمل الإطار النظري على محورين أساسيين:

الأول: التطورات المختلفة المرتبطة بمفهوم الثقة.. تحليل سوسيولوجي:

أثبتت الدراسات الاجتماعية أن ثقة الشخص في الآخر هي معيار إيمانه وتصديقه لأمانة الشخص الآخر وإن فشل وانهار أي ثقة من الممكن أن يتم مسامحته بسهولة إذا كان الفشل ناتجاً عن ضعف في القدرة وليس قلة في الأمانة أو الصدق.

من هذا المنطلق، فإنه يمكن معرفة الثقة بأنها حالة عقلية، لا يمكن قياسها مباشرة وأنها خيار أخلاقي يسمح فيه للإنسان بالتعامل مع التعقيدات التي تتجاوز التفكير العقلاني، ولذلك فإن الثقة بين الإنسان والحاسبات ليس لها معنى؛ لأن الحاسبات ليس عندها حس أخلاقي وتعتمد على الحاسبات العقلية فقط. ويعد عالما الاجتماع فرانسيس فوكوياما وإدوارد تايلور هما اللذان دافعا عن مفهوم الثقة كمعنى وتصرف أخلاقي غير مباشر.

وفيما يلي نعرض تكوين شبكات الثقة تقليدياً وحديثاً:

(أ) شبكات الثقة التقليدية:

تنشأ شبكات الثقة التقليدية من خلال علاقات اجتماعية تمتلك خصائص متشابهة بين أعضائها مثل الجماعات العائلية التي تضم الأقارب وحتى التشابه في الخصائص الجغرافية مثل العلاقات بين الجيران والأصدقاء كما إنها تنتج شكلاً من أشكال رأس المال الاجتماعي، كما إن كلمة الجامع تعني تلك الحالة من اللحمة والتماسك والاندماج في مواجهة الأعيان أي الآخرين المختلفين ويقصد بهذا النمط المنظمات الاجتماعية التي تقوم عضويتها على أشخاص ينتمون إلى نفس اللون أو الجنس أو النسب أو الدين أو العرق وتستخدم بوصفها شبكة أمان اجتماعي(٣).

(ب) شبكات الثقة الحديثة:

تمثل الشبكات الحديثة للثقة الاجتماعية الساحات الأساسية لتوليد ونقل الثقة لأنها تحتوي على أشخاص يختلفون في هوياتهم وتتمثل في مؤسسات الخدمات العامة والجمعيات الخيرية، فهي تعمل على بناء جسر من الثقة بين أولئك الذين لا يمتلكون وسائل للاتصال مع الآخرين، كما إن شبكات الثقة الحديثة هي العامل الرئيسي لتشكيل رأس المال الاجتماعي العابر، وتعني كلمة العابر أنها حالة من التلاقح والتفاعل والتمازج بين أفراد وجماعات تنتمي إلى ثقافات وأعراق وأديان وألوان ومذاهب متنوعة، كما يتسم هذا النمط بعضوية مفتوحة واحترام لتعدد المشارب الثقافية والخلفيات الاجتماعية والمستويات الاقتصادية لأعضائه وتوجد هذه الأنماط من العلاقات على نطاق واسع في المجتمع وتتسم بشمولها العديد من الخدمات لكثير من الطوائف الثقافية فبعضها يشمل على الفقراء فقط باختلاف انتماءاتهم واستبعاد الآخرين ومع نجاح ذلك النمط من العلاقات يمكن في نهاية المطاف كسر حاجز



التمييز بشتى أشكاله، وقد أطلق ساندرلاند على هذا النوع من العلاقات: الشبكات الرسمية للثقة، وهي الشبكات التي تسعى للتنمية عن طريق غرس المزيد من الثقة بكفاءة أكبر من خلال ضمان تفاعل منتظم وتكمن أهميتها في أنها تضع خططا لحل المشكلات على المدى البعيد وعلى سبيل المثال خطط مكافحة الأزمات الاقتصادية ومكافحة الجريمة وأعمال الشغب والأوبئة وغيرها.

الثاني: النظريات المستخدمة في البحث:

لا أحد ينكر أهمية النظريات التي شكلت علم الاتصال، والتي جربت في المجتمعات التي تبنتها وحاولت تطبيقها، ونحن هنا نقوم بدراساتها؛ نظراً لأهميتها وكذلك لعدم قدرتنا التعامل مع وسائل الاتصال الجماهيرية بدون فهم النظريات والنماذج التي تنظم عمل هذه الوسائل وتحدد طرق التعامل معها وكيفية الاستفادة السليمة منها وتوظيفها في تطوير وتنوير مجتمعاتنا العربية. وقد قام الباحث باختيار نظريتين يري أنهما الأكثر قرباً لموضوع البحث هما:

١- نظرية التأثير الانتقائي لوسائل الإعلام وما ينبثق عنها من نظريات فرعية.

٢- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

أولاً- نظرية الأثر الانتقائي لوسائل الإعلام:

تعد نظرية الأثر الانتقائي لوسائل الإعلام من أكثر النظريات العلمية الإعلامية اتساقاً مع قياس ثقة المواطن المصري في وسائل إعلامه في ضوء العوامل الاجتماعية والسياسية المختلفة؛ ويرجع السبب في ذلك إلي عدة أسباب منها انتشار وسائل الإعلام في مصر واختلاف العوامل الاجتماعية للمواطنين وتغير العوامل السياسية للمجتمع.

ثانياً - نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام:

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إحدى النظريات التي اهتمت برصد ودراسة تأثيرات وسائل الإعلام المختلفة على كل من الفرد والمجتمع(٤)، فلقد بدأ الاهتمام منذ بداية العشرينيات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي، وبدأت بعض الدراسات تؤكد أن اختلاف مستوى المعرفة لدى الأفراد لا يرجع إلى اختلاف في سمات الجمهور وخصائصه فحسب، وإنما يرجع إلى التفاعل بين متغيرات يرتبط بعضها بطبيعة وسائل الإعلام ويرتبط بعضها الآخر بالجمهور(٥)، وتطلق هذه النظرية من مقوله رئيسية تتلخص في أنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل إعلام تحقق حاجاته وإشباعاته زاد ذلك من أهمية الدور الذي تؤديه هذه الوسائل في حياة الفرد وبالتالي فإن ذلك ينطبق على المجتمع (٦)، ويرى مؤسساً نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ديفلير وروكيتش أن كلا من وسائل الإعلام والمؤسسات الأخرى في المجتمع لا تستطيع إنجاز أعمالها وتحقيق أهدافها دون الاعتماد على بعضهم البعض الذي أصبح ملزماً في المجتمع الحديث(٧).

وتعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش داخله، وعلى أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف(٨)

الافتراضات التي تقوم عليها نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام:

تقوم نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام على مجموعة من الافتراضات نستعرضها فيما يلي:

١- يعد النظام الإعلامي مهماً للمجتمع وتزداد درجة اعتماد الجمهور عليه في حالة إشباعه لحاجاته (٩) ويزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي.



- ٢- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام كنتيجة لاختلافهم في الأهداف أو المصالح والحاجات الفردية (١٠).
- ٣- كلما زادت التغييرات الاجتماعية او السياسية واشتدت الأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع للمعلومات (١١).

الإطار المنهجي للبحث:

أدوات جمع البيانات:

تجمع البيانات عن طريق استمارتي استبيان

الأولى: استمارة بيانات شخصية لتحديد البعد الاجتماعي والسياسي للمبحوثين.

الثانية: لجمع البيانات المطلوبة والمعروضة على المبحوثين بشأن العوامل الاجتماعية والسياسية المؤثرة في بناء ثقة المواطن المصري في وسائل الإعلام الراهن

خطوات تصميم استمارة الاستبيان:

احتوت الاستمارة على مجموعة من الأسئلة حول موضوع الدراسة وانقسمت إلى المحاور الآتية:

أ- محور البيانات الأساسية:

وتمثلت في البيانات الأساسية الخاصة بوصف العينة مجتمع الدراسة من الاسم والجهة الإدارية التابع لها والنوع والسن والحالة الاجتماعية ومتوسط الدخل الشهري.

ب- محور البيانات الخاصة بمتابعة وسائل الإعلام:

وتضمن هذا المحور تسعة أسئلة تدور حول علاقة المفحوص بالإعلام الراهن والوسائل الإعلامية المختلفة.

وتضمن هذا المحور عشرة أسئلة تدور حول العوامل الاجتماعية التي يمكن أن تكون مؤثرة في ثقة المواطن المصري في وسائل الإعلام.

د- محور العوامل السياسية المؤثرة في بناء ثقة المواطن في وسائل الإعلام:

وتضمن هذا المحور أحد عشر سؤالاً يدور حول العوامل السياسية المؤثرة في ثقة المواطن المصري في وسائل الإعلام. وجاءت محاور التحليل في الاستبيان متوازنة في عدد الأسئلة.

صدق وثبات استمارة الاستبيان

تم عرض الدراسة على عدد من الخبراء والمتخصصين في مجال الدراسات الاجتماعية والإعلامية للحكم على مدى صلاحيتها للتطبيق وبناء على ملاحظات السادة المحكمين تم تعديل الاستمارة في شكلها النهائي، والمحكمون هم:

- ١- د. عبد النبي احمد خاطر، وكيل معهد الخدمة الاجتماعية بالقاهرة.
- ٢- أم. د. عزه مصطفى الكحكي. أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية، بالمنصورة.
- ٣- أم. د. محرز حسين غالي. أستاذ مساعد بقسم الصحافة، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- ٤- د. محمد عبد الفتاح عوض. مدرس تكنولوجيا الإعلام، جامعة الزقازيق.



خصائص عينة البحث:

أجريت هذه الدراسة على عينة عمدية، بلغ عددها (٤٠٠ فرد) من العاملين في بعض إدارات الهيئة الوطنية للإعلام - قطاع الإذاعة - حيث إنها مقر عمل الباحث.

جدول (١) توزيع عينة الدراسة على جهات الإذاعة والتلفزيون

م	الجهة	ك	م	الجهة	ك
١	الإدارة العامة للتنفيذ	٢٧	٢	الإدارة العامة للبرامج الخاصة	٢٢
٣	الإدارة العامة لبرامج المرأة	٢١	٤	الإدارة العامة للمنوعات	١٩
٥	الإدارة العامة للبرامج الثقافية	١٩	٦	إدارة برامج الشباب	١٨
٧	إدارة تنسيق الأغاني	١٨	٨	الإدارة العامة للمتابعة	١٧
٩	الإدارة العامة للتخطيط الديني	١٧	١٠	الإدارة العامة للتنسيق	١٧
١١	الإدارة العامة لعلوم القرآن	١٦	١٢	إدارة البرامج الدينية	١٥
١٣	الإدارة العامة للتراث	١٥	١٤	الإدارة العامة للعلاقات	١٥
١٥	الإدارة العامة لبحوث المستمعين	١٤	١٦	الإدارة العامة للرياضة	١٣
١٧	الإدارة العامة للتحريير	١٣	١٨	الإدارة العامة للمراسلين	١٣
١٩	الإدارة العامة للمندوبين	١٢	٢٠	الإدارة العامة للصرف الفوري	١٢
٢١	الإدارة العامة للتعيينات	١١	٢٢	الإدارة العامة للترقيات	١١
٢٣	إدارة الأرشيف	١١	٢٤	إدارة المعاشات	١١
٢٥	إدارة النقل	٩	٢٦	إدارة التسجيلات	٩
مجموع أفراد العينة			٤٠٠ فرد		

ويوضح الجدول التالي التوزيع النوعي لعينة الدراسة، حيث يتضح منه التقارب بين أعداد الذكور والإناث عينة الدراسة من العاملين بالإذاعة المصرية.

مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث في العاملين بمبنى الإذاعة والتلفزيون وهم يمثلون صورة

مصغرة من المجتمع، وفي ظل إمكانية التعامل والوصول إلى تحقيق هدف البحث اقتصر مجتمع الدراسة في التطبيق الميداني على الموظفين العاملين بالإذاعة والتلفزيون.

جدول (٢) توزيع عينة الدراسة حسب النوع

الفئة	التكرار	%
ذكور	٢١٨	٥٤.٥
إناث	١٨٢	٤٥.٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

وفي محاولة للتعرف على توزيع عينة الدراسة على الفئات العمرية المختلفة جاء الجدول التالي:

جدول (٣) توزيع عينة الدراسة حسب الفئات العمرية

الفئة العمرية	التكرار	%
من ٢٥ - ٣٠ عام	٢٨	٧
من ٣٠ - ٤٠ عام	١١١	٢٧.٧
من ٤٠ - ٥٠ عام	١٨٢	٤٥.٥
من ٥٠ - ٦٠ عام	٧٩	١٩.٧
المجموع	٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق انخفاض عينة الدراسة من الفئة العمرية من (٢٠-٣٠ عاما) بالقياس إلى الشرائح الأخرى، في حين وصلت أعلى معدلاتها في الفئة من (٤٠-٥٠ عاما).

تعتبر الحالة التعليمية من المؤشرات المهمة في تحديد الخصائص الاجتماعية لعينة الدراسة، وتبدأ من التعليم المتوسط وتمتد حتى التعليم فوق الجامعي كما يتضح من الجدول التالي:



جدول (٤) الحالة التعليمية لعينة البحث

الحالة التعليمية	التكرار	%
متوسط	١٦	٤
فوق المتوسط	٦٧	١٦.٨
مؤهل جامعي	٢٩٤	٧٣.٥
مؤهل فوق الجامعي	٢٣	٥.٦
المجموع	٤٠٠	١٠٠

سجلت أعلى نسبة في فئة حاملي المؤهلات الجامعية حيث بلغت (٧٣.٥) من عينة الدراسة.

مما لا شك فيه أن الحالة الاجتماعية للفرد تؤثر على أفكاره واتجاهاته نحو مجتمعه، وفيما يلي توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة الاجتماعية:

جدول (٥) الحالة الاجتماعية لعينة البحث

الحالة	التكرار	%
أعزب	٨١	٢٠.٣
متزوج	٢٦٢	٦٥.٥
مطلق	٤٣	١٠.٧
أرمل	١٤	٣.٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق ارتفاع نسبة العينة من فئة المتزوج، حيث سجلت

(٦٥.٥%) من الإجمالي، وكانت نسبة فئة الأعزب (٢٠.٣%)

أما عن متوسط الدخل لأفراد العينة، فهو المتغير الأخير في البيانات الأولية لاستمارة العمل الميداني الخاصة بالبحث، وجدير بالذكر، إن بعض المبحوثين رفض ذكر الدخل الخاص بهم وبلغ عددهم (٣٧).

جدول (٦) متوسط الدخل الشهري لعينة البحث

متوسط الدخل	التكرار	%
لم يذكر	٣٧	٩.٣
أقل من ٢٠٠٠	٩٤	٢٣.٥
من ٢٠٠٠ - ٣٠٠٠	٢٣١	٥٧.٧
من ٣٠٠٠ - ٤٠٠٠	٣٨	٩.٥
٤٠٠٠ فأكثر	-	-
المجموع	٣٦٣	١٠٠

يتضح من الجدول السابق ارتفاع نسبة فئة الدخل من (٣٠٠٠-٢٠٠٠ ج) حيث بلغت (٦٣.٦ %) وهو الدخل الأكثر انتشاراً في المصالح الحكومية المصرية بشكل.

مجال البحث:

تمثلت مجالات البحث في ثلاثة مجالات هي المجال الجغرافي والبشري والزمني كالتالي:

أ- **المجال الجغرافي:** مكان إجراء الدراسة الميدانية وهو إدارات هيئة الإذاعة والتلفزيون.

ب- **المجال البشري:** وهو الأفراد الذين طبقت عليهم الدراسة الميدانية من موظفي هيئة الإذاعة والتلفزيون.

ج- **المجال الزمني:** بدأت الدراسة الفعلية منذ تسجيل موضوع الدراسة بتجميع المادة العلمية وصولاً إلى الدراسة الميدانية منذ يونيو ٢٠٢٠ حتى ديسمبر ٢٠٢٠ ثم بدأ الباحث بتحليل بيانات العمل الميداني، خروجاً باستنتاجات الدراسة.



متغيرات البحث:

- المتغير المستقل: العوامل الاجتماعية، العوامل السياسية.
- المتغير التابع: بناء ثقة المواطن في وسائل الإعلام الراهن.
- المتغيرات الوسيطة: وسائل الإعلام الراهن.

نتائج البحث:

في ضوء البحث الميداني الذي قام به الباحث توصل الي النتائج والمؤشرات التالية:

(أ) متابعة وسائل الإعلام:

١- أوضح التحليل أن كل أفراد العينة تتابع وسائل الإعلام المحلي والخارجي بدرجات متفاوتة، وأن نسبة ٨٨.٧% من أفراد العينة تشاهد الإعلام المحلي أكثر من أربعة أيام في الأسبوع، وأن نسبة ٧٧.٧% من أفراد العينة يتابعون وسائل الإعلام الخارجي يوميًا. وبارتباط قيمته ٠.١٨٩ وهو دال عند مستوى ٠.٠٠١

٢- جاءت متابعة التلفزيون في الصدارة وبنسبة ٩٨.٥% من جملة أفراد العينة.

جدول (٧) الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها أفراد العينة

الوسيلة الإعلامية	التكرار	%
التلفزيون	٣٩٤	٩٨.٥
الإعلام الإلكتروني	٣٠١	٧٥.٣
الإذاعة	٢٩١	٧٢.٧
الصحافة الورقية	٢٤٤	٦١
كل ما سبق	٦٧	١٦.٧

٣- رغم ارتفاع نسبة المتابعين لوسائل إعلام إلكترونية في العينة إلى ٨٩%، حيث أشارت نسبة ٣٩.٣% إلى متابعة الوسائل المحلية والخارجية، ونسبة

الباحث/ عبد الله حامد عمر

- ٢٧% إلى متابعة الوسائل الإلكترونية المحلية، وجاءت أقل نسبة في متابعة الوسائل الخارجية ٢٢.٧%، إلا إنها لم تظهر دلالة معنوية لأي منهم.
- أشارت النتائج التي أسفرت عنها إجابات الباحثين في هذا المحور الآتي:
- ١- المتابع للوسائل الإعلامية يتابع المحلي والخارجي، وهو بذلك يتفق مع العديد من الدراسات التي أجريت في هذا المجال ويؤكد توافقه مع نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام، وأيضا مع بنود نظرية الأثر الانتقائي لوسائل الإعلام اللتين اختارهما الباحث لإعداد تلك الدراسة.
 - ٢- اهتمام الباحثين بالتلفزيون المحلي جاء ليؤكد عدم صحة التوجه الرسمي لاستبداله بإعلام تجاري أو إلكتروني.

ب) العوامل الاجتماعية:

- ١- جاءت قضايا غلاء المعيشة والفقر بنسب مرتفعة بلغة ٨٩%، ٧٥% على الترتيب في اهتمام أفراد العينة بالقضايا الاجتماعية. تركزت وسيلة المتابعة في التلفزيون المحلي بارتباط بلغت قيمته ٠.٤١١ وهي قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٥.
- ٢- جاء الاهتمام بقضية التعليم بنسبة ٧٣.٥% وتركزت وسيلة المتابعة في التلفزيون والصحافة الإلكترونية بارتباط على الترتيب بلغت قيمته ٠.٣١١، وهو دال عند مستوى الثقة ٠.٠٥. ومع الصحافة الإلكترونية بلغت قيمته ٠.٣٤٤ وهو دال عند مستوى الثقة ٠.٠٥. ويمكن تفسير ذلك باهتمام التلفزيون وبعض الصحف المحلية بعرض تلك القضايا.



جدول (٨) القضايا الاجتماعية التي يتابعها أفراد العينة

القضية الاجتماعية	التكرار	%
الفقر	٣٠١	٧٥
البطالة	١١١	٢٧
غلاء المعيشة	٣٥٩	٨٩
العدالة الاجتماعية	٢٢٣	٥٥
تأخر الزواج	١٠٦	٢٦.٥
انهيار الطبقة المتوسطة	١١٤	٢٨.٥
قضايا التعليم	٢٩٤	٧٣.٥
قضايا صحية	٢٠٦	٥١.٥

٣- جاءت قضايا الصحة والتي تتركز حول موضوع الكورونا بنسبة ٥١.٥%. وركزت متابعة أفراد عينة الدراسة على التلفزيون والصحافة الالكترونية يليها الصحافة العادية على الترتيب وبمعامل ارتباط متعدد بلغ ٠.٣١١ عند مستوى الدلالة ٠.٠٠٥.

٤- جاء الاهتمام بقضية العدالة بنسبة ٥٥%، وكانت دلالة النسبة بمعامل كا^٢ ضعيفة وظهرت علاقة الارتباط المتعدد ضعيفة بلغت ٠.٢١٩ وذات دلالة عند مستوى ٠.٠٥ لدى من يشاهد وسائل الإعلام المحلية والخارجية وخاصة التلفزيون والصحافة الالكترونية.

١- تنصدر قضايا المجتمع قائمة اهتمام المبحوثين مثل الفقر والصحة والتعليم والعدالة الاجتماعية مما يشير الي أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في مجال التنشئة الاجتماعية والحفاظ علي سلامة المجتمع، ويجب علي تساؤلات الدراسة عن العوامل الاجتماعية المؤثرة في بناء ثقة المواطن في الإعلام.

٢- تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة الأمير صحاح من حيث وجود

- علاقة بين الخلفية الاجتماعية والثقافية للقائم بعملية الاتصال والمضمون الإعلامي وأنه يمكن تصور هذه العلاقة في ضوء الدراسات التي تشمل النوع، والعمر، والحالة الاجتماعية، والانتماء العرقي والطبقي للصحفيين.
- ٣- وتتفق أيضاً مع دراسة عهد محمد من أهمية التعليم حتى تتجنب شعوب الدول الفقيرة الوقوع فريسة لوسائل الإعلام الحديثة مما أثر سلباً على طبيعة العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع خصوصاً العلاقات الأسرية.
- ٤- تجيب النتائج الإحصائية التي توصلت إليها تلك الدراسة على التساؤل الأول من تساؤلاتها بشأن تحديد العوامل الاجتماعية المؤثرة في بناء الثقة بوسائل الإعلام.
- ٥- تأتي تلك النتائج متسقة مع نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام وهو ما أثبتت دراسة عهد محمد تخوفها من سيطرة الإعلام على ثقافة المتلقين وأفكارهم.

ج) العوامل السياسية:

- ١- وجاءت القضايا السياسية المحلية في طبيعة اهتمام أفراد عينة الدراسة بنسبة ٨٤% وتشير دلالة قيمة كا ٢ أنها دالة عند مستوى الثقة ٠.٠٠٥. يليها القضايا الإقليمية بنسبة ٤٨% وهي أيضاً ذات دلالة عند مستوى الثقة ٠.٠٠٥. مما يشير إلى اهتمام أفراد عينة الدراسة بمتابعة القضايا السياسية المحلية وكذلك الإقليمية من حولنا في ليبيا والسودان وسوريا والعراق وكذلك ما يدور في اليمن والخليج.
- ٢- جاء الاهتمام بالقضايا العالمية في نسبة متدنية بلغت ١٨% وكانت دلالتها ضعيفة لكنها ارتبطت طردياً مع متابعي وسائل الإعلام من قنوات تليفزيونية ووسائل إلكترونية محلية وخارجية في قيمة الارتباط المتعدد وبلغت ٠.٣١٤. وهي دالة عند مستوى الدلالة ٠.٠٠٥. وبذلك تشير تلك النتائج إلى اهتمام الباحثين بقضاياهم المحلية أولاً على عكس ما ينادي به بعض خبراء



الإعلام من ضرورة ترتيب موضوعات النشرات حسب أهميتها السياسية وليست حسب اهتمام المتلقي.

جدول (٩) المشاركة بالرأي وزيادة الثقة في وسائل الإعلام

هل المشاركة بالرأي تزيد الثقة في الإعلام	التكرار	%
نعم	١٤١	٣٥.٣
إلى حد ما	١٧٧	٤٤.٢
لا	٨٢	٢٠.٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

٣- وجاءت إجابات المبحوثين عن مدى زيادة الثقة من خلال المشاركة بالرأي بنسبة ٣٥.٣% وهي نسبة ذات دلالة عند مستوى الثقة ٠.٠٠٥. في حين ارتفعت نسبة المترددين في فئة إلى حد ما نحو ٤٤.٢% وهي نسبة مرتفعة وكانت دالة عند مستوى الثقة ٠.٠٠٥.

٤- جاء رد أفراد العينة على تمتع وسائل الإعلام المصري بحرية رأي بنسبة أعلى وصلت إلى ٥٤.٨% وتشير قيمة كاسبر إلى أنها دالة بقيمة ٢٣.٢١٠ عند مستوى الثقة ٠.٠٠١ مما يشير إلى ثقة المواطن المصري في وسائل الإعلام الراهنة في الموضوعات السياسية. يضاف إلى ذلك ارتفاع نسبة المترددين في فئة إلى حد ما إلى ٣٦.٥% وهي ذات دلالة عند مستوى ثقة ٠.٠٠٥ وبذلك تبلغ نسبة من يرى تمتع وسائل الإعلام المصري بحرية رأي في الموضوعات السياسية الآن إلى ٩١.٣% وهي نسبة مرتفعة جداً.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة أحمد سالم فاضل من أنه لا يمكن مخاطبة المتلقي سياسياً بشكل منفرد؛ إذ إن السياسة في أحد أبعادها المهمة هي خطاب موجه

الباحث/ عبد الله حامد عمر

للجمهور، ولا يمكن مخاطبة الجمهور عبر الاتصال الفردي، مهما كان اتساع وقت السياسي، وحجم انتشار أتباعه، وحملة رسالته، الأمر الذي يؤكد ضرورة مشاركة المتلقي في الخطاب السياسي عبر وسائل الإعلام.

وتحيب أيضاً هذه النتائج عن تساؤلات الدراسة في محورها السياسي خاصة في تحديد العوامل السياسية المؤثرة في بناء ثقة المواطن المصري في الإعلام، وهي حرية التعبير والمشاركة بالرأي وإرساء قواعد والديمقراطية.



التوصيات:

في ضوء ما تقدم من نتائج إحصائية يستخلص الباحث التوصيات التالية:

أولاً- في المجال الإعلامي:

- ١- ضرورة الحفاظ على التواصل مع المتلقين من خلال لقاء الضوء على مشكلاتهم والعمل على حلها.
- ٢- ضرورة الاهتمام بالتلفزيون المحلي على وجه الخصوص وعدم تركه نهبا للمعلنين والشركات الخاصة، والارتقاء بمستوي القائم بالاتصال فيه ثقافياً وتوعوياً واختياره وفقاً لمعايير مهنيه محدده وصارمة.
- ٣- الربط الموضوعي بين وسائل الإعلام التقليدي والإلكتروني في عرض وتوضيح وتنفيذ القضايا التي تمس المواطن وأمنه الشامل.
- ٤- تحديث التقنيات المستخدمة في العمل الإعلامي لمواكبة التطور العالمي والإلكتروني في هذا المجال.

ثانياً- في المجال الاجتماعي:

- ١- تكثيف البرامج الجماهيرية عدداً ونوعاً وإتاحة المجال للمواطن في عرض مشاكله بنفسه والمشاركة في وضع الحلول لها من خلال البرامج الحوارية المباشرة بين المسؤولين والمواطنين خاصة تلك التي تتناول حياة المواطن اليومية وقضاياها
- ٢- إيلاء قضايا الفقر، والصحة، والتعليم، والعدالة الاجتماعية، والبطالة، والعلاقات الاجتماعية، اهتماما كبيرا ووضعها في مقدمة الخطط البرمجية والتغطيات الإعلامية، وضرورة مخاطبة كافة الأطياف والطبقات على حد سواء، وعدم الانحياز لطبقة على حساب طبقة أخرى من المجتمع.

٣- استخدام لغة حوار بسيطة وغير مخلة للتواصل مع أطياف المجتمع المختلفة بما يضمن وصول الرسالة وفهم المحتوى الإعلامي ورفع مستوى الإدراك والفهم لدى المتلقي دون إفراط أو تفريط.

ثالثاً - في المجال السياسي:

١- ضمان توفر المعلومات، ومناخ الحرية، والأمن، والإمكانيات المالية، والتقنية، والبشرية المطلوبة لكافة وسائل الإعلام.

٢- ضرورة قيام وسائل الإعلام بنشر الثقافة السياسية بين شرائح المجتمع المختلفة، كل حسب طاقته الاستيعابية وحجم اهتمامه.

٣- إتاحة المجال للمتلقي للمشاركة بالرأي والاستفهام عما يلتبس لديه من مفاهيم ويغيب عنه من حقائق.

٤- استغلال مناخ الحرية الذي منحه ثورتان متتاليتان في مصر هما ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ وثورة ٣٠ يونية ٢٠١٣ للحياة السياسية في مصر والتعامل مع القضايا السياسية بشفافية ووضوح، ووضع الحقائق كاملة أمام المواطن دون زيادة أو اقلال.



المصادر والمراجع

- ١- أحمد كمال عبد الحافظ، أخلاقيات نشر تعليقات القراء في المواقع الإخبارية وفي صفحاتها على الفيس بوك: دراسة للمضمون والمعايير القائم بالاتصال في النشر، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الرابع عشر، العدد الثاني، ابريل- يونيو ٢٠١٥.
- ٢- مصعب حسام الدين لطفيين دور مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في عملية التغيير السياسي مصر نموذجًا، اطروحة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، ٢٠١٢.
- ٣- سامح فوزي، المواطن والعصبية، قراءة في أزمة الدولة والمجتمع، مجلة التسامح، العدد ٢٩، مؤسسة عمان للصحافة والنشر، عمان، ٢٠١٠، ص ٢٠٧.
- 4- James waston: Media communication. An introduction to Theory and process , (Macmillan press LTD , 1998) , p.65.
- 5- Kraus, Sand R. Perloff," Mass Media and political thought: An information – processing approach " , (London: Beryl Hills, Sage Publication, 1985), p.242.
- 6-James waston: Media communication. An introduction to Theory and process , (Macmillan press LTD , 1998). p.65.
- ٧- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط١، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧ م ، ص١٤٠.١٤١.
- 8- <http://www.minshawi.com/vb/t1343.html>. 29/3/2017 8:14pm.
- 9- <http://www.asskeenh.com/Gallery/text/ViewBooks.aspx?View= Tree &NodeID=2&PageNo=1&BookID=28&pageID=2> 29/3/2017.8:27pm.
- ١٠- عبد الرحيم سليمان درويش، انماط استخدام الجمهور المصري لكل من وسائل الاتصال التقليدية والانترنت، دراسة في إطار نظريتي الاستبدال والتعايش، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون- العدد التاسع، (ب.ت)، ص٢٣
- ١٠- محمود خليل: " دور الصحف الحزبية في تشكيل اتجاهات الشباب "، دراسة تطبيقية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد ٣ (القاهرة: جامعة القاهرة . كلية الإعلام، ١٩٩٨م)، ص٢.
- 11 <http://www.alsahfe.com/index.php?id=2%7C1319&task=show>.29/3/2017.8:46pm



Middle East Research Journal



**Refereed Scientific Journal (Accredited) Monthly
Issued by Middle East Research Center**

Forty-eighth year - Founded in 1974



Vol. 78 August 2022

Issn: 2536-9504

Online Issn :(2735-5233)