

بحث بعنوان:

" دور القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الرأي 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)

إعداد الباحث

صبري خالد عبدالهادي

Sabry Khaled Abd El Hady

باحث دكتوراه - كلية الآداب - جامعة المنصورة

1439هـ - 2018م

مُلخَص البَحْث:

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 أولاً.

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 اهتمام 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 منصباً على المتغيرات الظاهرة في تشكيل ظاهره الرأي العام بين فئات محده من الجماهير المصرية. بمعنى أنها ركزت على الآراء المعلنة لبيانات هذه الدراسات.

لكننا في هذا الموضوع، نستهدف تحليل الاتجاهات فهي تعتبر المتغيرات الكامنة والتي تشكل اتجاهات الجماهير المصرية نحو القضايا السياسية في مجتمعهم. وبالتالي، يأخذ هذا الموضوع زاوية جديدة داخل إطار جماهيري أوسع، حتى تكون العينة المستهدفة هنا أكثر دقة وثباتاً. 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 ما تقدمه إليهم من حوارات ومناقشات يقوم عليها دورها في مواجهه هذه القضايا؟

ومن هنا يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل العام التالي: -

ما هو الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو تلك القضايا السياسية.

الدراسات السابقة:

وقد قسم الباحث الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين هما: -

- المحور الأول: -الدراسات المتعلقة بالقنوات الفضائية المصرية.
- المحور الثاني: -الدراسات المتعلقة بتشكيل اتجاهات الرأي العام.

أولاً) الدراسات المتعلقة بالقنوات الفضائية.

1-دراسة أيمن فيصل محمود (2017م): -

بعنوان: "دور النشرات الإخبارية بقناة الجزيرة في ترتيب أولويات النخبة تجاه القضايا السياسية". هدفت هذه الدراسة التعرف إلى القضايا السياسية الواردة في النشرات الإخبارية عينة الدراسة على قناة الجزيرة وترتيب أولويات النخبة عينة الدراسة بأبرز القضايا السياسية الواردة في النشرات، إضافة إلى معرفة فيما إذا كانت هناك علاقة ارتباطية بين ترتيب أبرز القضايا السياسية الرئيسية من حيث كل من التكرار والزمن، وبين ترتيب أولويات هذه القضايا لدى النخبة عينة الدراسة.

تعتبر هذه الدراسة من البحوث الوصفية واعتمد الباحث فيها على المنهج المسحي تبعاً لنظرية ترتيب الأولويات، حيث بلغت عينة الدراسة التحليلية 30 نشرة إخبارية وعينة الدراسة الميدانية بلغت 135 مفردة من النخبة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من بينها:

1- احتلت القضايا السياسية المتعلقة بسوريا المرتبة الأولى من حيث كل من التكرار والزمن من بين القضايا السياسية الرئيسية التي تناولتها النشرات الإخبارية عينة الدراسة وذلك بنسبة 28.2%. وجاءت القضايا المتعلقة بالعراق في المرتبة الثانية بنسبة 12.2% تلتها القضايا المتعلقة باليمن ثم القضايا المتعلقة بمصر.

2- جاءت القضايا السياسية المتعلقة بسوريا في المرتبة الأولى لدى النخبة عينة الدراسة كأهم قضية لديهم، وجاءت في المرتبة الثانية القضايا المتعلقة بالعراق، تلتها في المرتبة الثالثة القضايا المتعلقة بفلسطين.

2-دراسة أسيل وليد أبو سليم (2017م): -

بعنوان: "اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها، كما سعت الى الكشف عن أهم الحقوق التي تسعى المرأة الى معرفتها أثر اعتمادها على القنوات الفضائية العربية وما هي آثار اعتماد المرأة على القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول حقوقها.

الدراسة تعد من نوعية البحوث الوصفية واعتمدت فيها الباحثة على منهج المسح بالعينة العمدية لعدد 400 مفردة من النساء الأردنيات.

وقد توصلت الدراسة الى عدد من النتائج، من بينها:

1- يعتمد 57.4% من النساء الأردنيات على القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول حقوقهن بشكل متوسط.

2- أهم دوافع اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها هي: "المساحة التي تطرحها القنوات الفضائية أكبر فيما يخص موضوع حقوق المرأة".

3- تفوقت الآثار المعرفية على بقية الآثار، تلتها في المرتبة الثانية الآثار السلوكية، ثم الآثار الوجدانية في المرتبة الأخيرة.

3-دراسة ياسمين محمد عبد المنعم (2015م): -

بعنوان: "علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التلفزيونية":

تهدف هذه الدراسة في التعرف على استخدامات الصفوة المصرية للبرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية والإشباع التي تتحقق لديهم نتيجة هذا الاستخدام والتأثيرات الناجمة عن هذا الاستخدام، قد كانت هذه الدراسة وصفية، قامت الباحثة بالاعتماد على منهج المسح الإعلامي لعينة من جمهور الصفوة في مصر، واعتمدت على أداتي هما استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان لجمع البيانات.

أجرت الباحثة عينة عمدية على مجموعة من الصفوة المصرية قوامها (218) مفردة، وتم تحديد العينة في المرحلة العمرية من 30 عامًا فأكثر.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها:

- بلغ (معدل المشاهدة) من قبل عينة الدراسة للبرامج الحوارية (81,7%)، وكان نمط المشاهدة (أحياناً) في المقدمة بنسبة (45,9%).
- يعتبر أهم أسباب مشاهدة البرامج الحوارية من وجهة نظر عينة الدراسة المتابعة لهذه البرامج، هو (نقل الأحداث على الهواء مباشرةً) وذلك بنسبة (29,5%).

4-دراسة زينب الحسيني رجب بلال ربحان (2014م): -

بعنوان: " الأساليب الإقناعية في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في معالجة أحداث المرحلة الانتقالية "

تهدف الدراسة الحالية الى التعرف على دور الأساليب الإقناعية في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في معالجة أحداث المرحلة الانتقالية وذلك من خلال: التعرف على الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الحوارية عينة الدراسة خلال المرحلة الانتقالية الثانية، وكذلك التعرف على أهم القضايا والمشكلات التي تم عرضها في البرامج الحوارية عينة الدراسة خلال المرحلة الانتقالية الثانية.

المنهج وعينة البحث: -استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وبلغت العينة (500 مفردة) وتم استخدام صحيفة تحليل المضمون، وسيحفة الاستقصاء كأداة من أدوات جمع البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها:

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

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

5-دراسة السيد محمد أبو شعشع حسن (2012م)

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 مقدمو هذه البرامج في تغيير أو تقييد آراء المشاركين فيها من الجمهور وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واعتمدت 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 تحتوي هذه البرامج على قدرة كبيرة في إتاحة الفرصة للرأي والتعبير للمواطنين وهو الأمر الذي لم تعترضه الأنظمة الحكومية.

- أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي ينبغي مراجعتها من جانب الإعلاميين قد تم الالتزام بها إلى حد كبير، حيث تم احترام حق الأفراد في الخصوصية وكذلك تم التأكيد على قيم الصدق (الصدق الذاتي - صدق القول - صدق الفعل)، إلا أنه في أحيان كثيرة كان القائم بالاتصال يفتقد للموضوعية، وكذلك كان يستخدم لغة غير محايدة في إدارة النقاش من خلال توجيه أسئلة إيحائية للضيوف والجمهور المشارك في النقاش.

6-دراسة هبة حسين عبد الوهاب (2010م)

بعنوان: " مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة " دراسة مقارنة .(

سعت هذه الدراسة إلى الوصول لهدف رئيسي وهو معرفة مستويات المصداقية للقنوات الإخبارية الفضائية العربية والأجنبية كما تراها عينة من الصفوة. تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وهي من البحوث الكمية، اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح بالعينة، وقد أجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة قوامها 155 مفردة من الصفوة المصرية.

وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

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

ثانياً: الدراسات المتعلقة بتشكيل اتجاهات الرأي العام:

1-دراسة يوسف محمد يوسف (2016م): -

بعنوان: "اعتماد الإعلاميين الفلسطينيين على القنوات الفضائية الفلسطينية كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الوحدة الوطنية".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الإعلاميين الفلسطينيين على القنوات الفضائية الفلسطينية كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الوحدة الوطنية.

استخدم الباحث المنهج الوصفي والمسحي والتي اعتمد فيها على المقابلة والدراسة الميدانية لعدد 350 مفردة من الإعلاميين الفلسطينيين.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من بينها:

- 1- تعود أهم أسباب اعتماد الإعلاميين في الضفة الغربية على القنوات الفضائية الفلسطينية كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الوحدة الوطنية، إلى قيام الفضائيات بتحليل الأحداث الجارية وتقديمها للجمهور لحظة وقوعها.
- 2- مساحة الحرية لدى القنوات الفضائية الفلسطينية محدودة فيما يتعلق بالقضايا الوطنية، ما ينعكس سلباً على الأداء الإعلامي، وهو ما يدفع الإعلاميين لمتابعة فضائيات غير فلسطينية لتلبية احتياجاتهم المعرفية حول قضايا الوحدة الوطنية.
- 3- أظهرت الدراسة أن 55.7% من الإعلاميين الفلسطينيين في الضفة الغربية يشاهدون القنوات الفضائية الفلسطينية أقل من ساعتين يومياً، بينما يشاهدها 24.1% أكثر من أربع ساعات.

2-دراسة يحيى محمد محسن (2016م): -

بعنوان: "دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية".

هدفت الدراسة إلى قياس دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي العراقي نحو القضايا السياسية المعاصرة من وجهة نظرهم، من خلال بيان درجة اعتمادهم على الفضائيات العراقية، وتحديد القضايا، والدوافع، والإشباع المتحققة من تلك المشاهدة، وبيان الفروق الدالة إحصائياً على عدد من المتغيرات. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي مستخدماً أداة الاستبيان لعينة بلغت 612 مفردة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من بينها:

- 1- دوافع متابعة عينة الدراسة للفضائيات العراقية التي جاءت بمستوى مرتفع هي أنها تعالج القضايا اليومية وتنقل النزاعات والخلافات السياسية وسرعة تغطية الأحداث.
- 2- أثبتت الدراسة أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لدور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية تعزى للعوامل الديموغرافية (الجنس، العمر، نوع الدراسة، المرحلة الدراسية).

3-دراسة هشام أحمد عبد العاطي فايد (2015م): -

بعنوان: "دور خطاب الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا السياسة العامة".

تهدف هذه الدراسة في التعرف على خصائص وسمات الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت، بالإضافة لتفسير الدور الذي يلعبه هذا الخطاب السياسي في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا السياسة العامة في، وتعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية حيث تعتمد على المنهج التجريبي.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، ومن بينها:

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

4-دراسة هبة صلاح الدين قطب عبد المطلب (2014م): -

بعنوان: " دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في اتجاهات الشباب الجامعي نحو بعض قضايا الإصلاح السياسي في مصر عقب ثورة 25 يناير: دراسة تحليلية ميدانية":

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في اتجاهات الشباب الجامعي نحو بعض قضايا الإصلاح السياسي عقب ثورة 25 يناير 2011م، وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وفي إطارها استخدمت الباحثة المنهج الوصفي باستخدام اسلوب المسح، والمنهج المقارن، واستخدم في ذلك استمارة تحليل مضمون للبرامج الحوارية عينة الدراسة، واستمارة استبيان لجمع البيانات. واستخدمت الباحثة في ذلك عينة عشوائية قوامها من 400 طالب وطالبة من الشباب الجامعي المصري من بين طلاب جامعتي 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.

5-دراسة مايا أحمد البيضا (2012م).

بعنوان: " التغطية التليفزيونية للقضايا اللبنانية السياسية وعلاقتها باتجاهات الرأي العام اللبناني نحوها ".

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

أجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة قوامها 400 مفردة بنظام العينة العمدية من أفراد المجتمع اللبناني ممن يشاهدون القنوات الفضائية اللبنانية، وقد اعتمدت في دراستها على المنهج المقارن لإخضاع الظاهرة محل البحث لعملية المقارنة، وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- تختلف معدلات مشاهدة المبحوثين باختلاف 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 الاقتصادية التي جاءت في الترتيب الرابع ثم البرامج ذات الطابع الترفيهي في المركز الخامس.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في النقاط التالية ومنها:

- 1- 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 ما يتعلق بما يدور حوله من أحداث.
- 2- أهمية دراسة القنوات الفضائية المصرية التي تعد بمثابة المنفذ على المجتمع والبيئة المحيطة.
- 3- معرفة اهم القضايا السياسية على الساحة المصرية والتي يتم تناولها من قبل القنوات الفضائية وتشل بال الرأي العام.
- 4- تحقيق فهم أكبر للمتغيرات الكامنة في تشكيل الرأي العام في مصر والتي تتمثل في الاتجاهات الكامنة لجمهور المصريين. مما يضيف جديدا الى الدراسات الحالية ونتائجها.
- 5- المتغيرات الديموغرافية العديدة التي تتناولها الدراسة وكذلك المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية ستسهم بشكل كبير في معرفة الفئات الأكثر تأثراً بتلك القنوات ومن ثم تشكيل آرائهم بنسبه أكبر.

أهداف الدراسة:

إن الهدف الرئيسي للدراسة هو تحليل قدرة القنوات الفضائية المصرية في التأثير على اتجاهات الجمهور تجاه القضايا السياسية، ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية التي تحاول الدراسة التوصل إليها:

- 1- التعرف على مدى اعتماد المواطن المصري على هذه القنوات في الحصول على المعلومات التي تهمة والمرتبطة بالقضايا السياسية.
- 2- التعرف على الموضوعات والقضايا التي تعالجها القنوات الفضائية المصرية وذلك للتعرف على أبرز المفاهيم وحالات المشاركة السياسية التي تعالجها تلك القنوات.
- 3- التعرف على مدى قدرة المواطن المصري في تشكيل اتجاهاته من خلال متابعه القنوات الفضائية.
- 4- التعرف على الكيفية التي تشكل اتجاهات المشاهدين وجماعاتهم تجاه ما يعرض في هذه القنوات من قضايا سياسية تحمل آراء معينة لمن يناقشها.
- 5- التعرف على الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية المطروحة على الساحة.
- 6- دراسة تأثير العوامل الديموغرافية للمجتمع المصري والمتمثلة في (السن - النوع - المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي والاقتصادي) على قدرتهم في تكوين اتجاه معين تجاه إحدى القضايا التي تتناولها تلك القنوات الفضائية.

تساؤلات الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بوضع مجموعة التساؤلات الآتية:

إلى جانب التساؤل الرئيسي السابق وهو:

ما هو دور القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية؟

قام الباحث بوضع مجموعه من التساؤلات الفرعية هي:

- 1- ما هو مستوى تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للقنوات الفضائية المصرية بشكل عام والإخبارية بشكل خاص؟
- 2- ما مستوى المعرفة السياسية لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) وما اتجاهاته نحو المشاركة السياسية؟
- 3- ما هي درجة اعتماد الجمهور المصري (عينة الدراسة) على القنوات الفضائية في الحصول على معلوماتهم السياسية نحو القضايا الحالية؟

- 4- ماهي القنوات الفضائية الأكثر مشاهدة من جانب الجمهور المصري (عينة الدراسة)؟
- 5- مدى تناول القضايا الأساسية بصوره موضوعيه في القنوات الفضائية موضوع الدراسة لدى الباحثين؟
- 6- ما السمات الديموغرافية للجمهور عينة الدراسة والذي يتابع القنوات الفضائية المصرية محل الدراسة؟
- 7- ما مدى مساهمة القنوات الفضائية المصرية في تشكيل الرأي العام للجمهور المصري (عينة الدراسة) وتكوين آراءه وأفعاله؟
- 8- ما هو مدى قدره القنوات الفضائية على توجيه الرأي العام نحو قضايا معينة وعدم النظر لقضايا اخرى وتهميشها وتأثير ذلك على إدراك الباحثين؟

فروض الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لاختبار عدد من الفروض من أجل تحقيق أهدافها وهي:

الفرض الاول:

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

الفرض الثاني:

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

الفرض الثالث:

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

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

1- توجد علاقة ارتباطه طردية بين معدل تعرض الباحثين (عينة الدراسة) للقنوات

الفضائية وطبيعة الاتجاه نحو قضية الانتخابات البرلمانية

2- توجد علاقة ارتباطه طردية بين معدل تعرض الباحثين (عينة الدراسة) للقنوات

الفضائية وطبيعة الاتجاه نحو قضية سد النهضة

- 3-توجد علاقة ارتباطه طردية بين معدل تعرض المبحوثين (عينة الدراسة) للقنوات الفضائية وطبيعة الاتجاه نحو قضية قناة السويس الجديدة
- 4-توجد علاقة ارتباطه طردية بين معدل تعرض المبحوثين (عينة الدراسة) للقنوات الفضائية وطبيعة الاتجاه نحو قضية محاربة الإرهاب
- 5-توجد علاقة ارتباطه 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 على القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات السياسية وطبيعة الاتجاه نحو القضايا موضوع الدراسة.

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

- 1- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات السياسية وطبيعة الاتجاه نحو قضية الانتخابات البرلمانية
- 2- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات السياسية وطبيعة الاتجاه نحو قضية سد النهضة
- 3- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات السياسية وطبيعة الاتجاه نحو قضية قناة السويس الجديدة
- 4- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات السياسية وطبيعة الاتجاه نحو قضية محاربة الإرهاب
- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات السياسية وطبيعة الاتجاه نحو قضية تصحيح الخطاب الديني.

الإجراءات المنهجية للدراسة: -

نوع ومنهج الدراسة: نوع الدراسة: أعتد الباحث على الدراسة الوصفية.
منهج الدراسة: استخدم الباحث فيها منهج المسح بالعينة (قياس الاتجاهات).

مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة الميدانية:

ويتمثل مجتمع الدراسة من الجمهور المصري في سن ما بين 18: 60 عاماً فأكثر، وهو متوسط الأعمار التي من الممكن لها مشاهدة تلك القنوات الفضائية والمتمثلة في 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 (CBC -On E -Extra - النيل للأخبار - الفضائية المصرية).

عينة الدراسة:

1-عينة الدراسة التحليلية:

قام الباحث باختيار عدد من القنوات الفضائية المصرية الأكثر مشاهدة من جانب الجماهير وقد تمثلت في:

- قنوات خاصة (قناة On E، قناة CBC)، وقنوات حكومية (القناة الفضائية المصرية، قناة النيل للأخبار)

- البرامج الحوارية والإخبارية التي جاءت في تلك القنوات الفضائية عينة الدراسة والتي تمثلت في برامج (كل يوم لقناة On E -لقناة CBC- من القاهرة لقناة النيل للأخبار - مباشر من مصر لقناة الفضائية المصرية).

وقد تم إجراء الدراسة التحليلية على عدد من القضايا الهامة التي تشغل بال الرأي العام في الوقت الحالي والمتمثلة في (قضية سد النهضة - قضية الانتخابات البرلمانية - قضية تجديد الخطاب الديني - قضية مشروع تطوير قناة السويس الجديدة - قضية محاربة الإرهاب).

2-عينة الدراسة الميدانية:

حيث تتمثل عينة الدراسة في عينة عشوائية طبقية بسيطة، حيث تتكون العينة من 450 مفردة وذلك باستخدام أسلوب التوزيع المتساوي من عموم الشعب المصري، ممثلون الذكور والإناث

ممن يشاهدون القنوات الفضائية المصرية وموزعون على محافظات مصر المختلفة (القاهرة، الدقهلية، المنيا).

أدوات وأسلوب جمع البيانات:

استمارة تحليل المضمون:

اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لبرامج 4 قنوات من القنوات الفضائية المصرية الأكثر مشاهدة من جانب.

استمارة الاستبيان:

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

الإطار النظري للدراسة:

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

وهذه النظرية يُقصد بها الاعتماد على وسائل الإعلام درجة أهمية وسيلة معينه لأفراد كمصدر عن الأحداث والقضايا المثارة، ولا يرتبط الاعتماد علي وسيلة باستخدامها، فقد يقضي الفرد فترة طويلة في استخدام وسيلة معينة بينما يعتمد علي أخرى كمصدر لمعلوماته، فالاستخدام يعني معدل المتابعة، أما الاعتماد فيعنى درجة أهمية هذه الوسيلة في تلقى الفرد لها كمصدر لمعلوماته واختياره وتفضيله لها ومدى تأثيره بها.

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

وتتمثل افتراضات هذه النظرية فيما يلي :-

- 1- يفترض من وسائل الإعلام أن تحقق قدراً كبيراً من التأثيرات السلوكية والعاطفية والمعرفية ، واحتمال تزيد هذه التأثيرات عندما تمد نظم وسائل الإعلام الأفراد بخدماتها وتوصل لهم معلومات رئيسية وفريدة .
- 2- أن احتمال زيادة هذه التأثيرات أصبح أمراً وارداً خاصة عندما توجد هناك درجة عالية من عدم

الاستقرار في المجتمع والذي يؤدي إلى الصراع والتغيير .
3- 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. وتبرز مدى نجاح وفعالية نظرية الاعتماد في قدرة وسائل الإعلام على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والسلوكي والعاطفي وذلك عندما تقوم وسائل الإعلام بوظيفة نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف وفعال .

ثانياً: نظرية الفجوة المعرفية: KNOWLEDGE GAP

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

فرض فجوة المعرفة:

مع تزايد انتشار المعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام في المجتمع، فإن الفئات الأعلى في المستوى الاجتماعي والاقتصادي قادرة على أن تكتسب هذه المعلومات بمعدل أسرع من الفئات ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض مما يؤدي إلى اتساع فجوة المعرفة بين الطبقات المختلفة بدلاً من تضيقها.

ويمكن قياس فروض فجوة المعرفة بأسلوبين هما:

1- خلال فترة زمنية محددة: حيث يتضح الارتباط الأكبر بين التعليم واكتساب المعرفة عن الموضوعات التي تعكسها وسائل الإعلام، ويمكن في هذه الحالة أن تبرز فجوة المعرفة بسبب متغير أو أكثر من متغيرات الخبرات السابقة. ومهارات الاتصال، والتفاعل الاجتماعي، والتعرض الانتقائي حيث تزيد الفجوة مع زيادة تدفق المعلومات من وسائل الاتصال.

2- خلال فترة زمنية طويلة نسبياً: حيث يمكن أن يحدث اكتساب المعرفة عن موضوع تنشره وسائل الاعلام، ويكون الربط بين المستوى التعليمي واكتساب المعرفة أقل منه في الحالة السابقة.

ولأغراض اختبار فروض الفجوة المعرفية يرى تنتور وزملاؤه أنه يمكن إتمام ذلك منهجياً

من خلال الطريقتين التاليين: -

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

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

نتائج الدراسة:

أولاً نتائج الدراسة الميدانية:

1- هل تشاهد القنوات الفضائية المصرية؟

جدول رقم (1)

مدى مشاهدة القنوات الفضائية

ك	%	مدى مشاهدة القنوات الفضائية المصرية
259	57.6	أحياناً
149	33.1	دائماً
42	9.3	نادراً
450	100	الإجمالي

توضّح بيانات الجدول السابق أن أغلب عينة الدراسة بنسبة 57.6% يشاهدون القنوات الفضائية المصرية أحياناً، بينما يشاهدها دائماً قرابة ثلث العينة بنسبة 33.1%، على حين لم تزد نسبة من لا يشاهدونها إلا نادراً عن 9.3%. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة عبد العزيز قبلان، وذلك في مدى مشاهدة المجتمع المصري للقنوات الفضائية وتفوقه واحتلاله مركزاً متقدماً على باقي الوسائل الإعلامية والاتصالية في مشاهدتهم له، وجاءت نسبة 40.6% من -عينة الدراسة- (أحياناً) ممن يشاهدون القنوات الفضائية التليفزيونية منهم 56.2% من الذكور و43.8% من الإناث.

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

2- ما هو معدل مشاهدتك لتلك القنوات الفضائية المصرية؟

جدول رقم (2) معدل مشاهدة القنوات الفضائية

معدل مشاهدة القنوات الفضائية المصرية	ك	%
من ساعة: 3 ساعات	339	75.3
من 3 ساعات: 5 ساعات	81	18
5 ساعات فأكثر	30	6.7
الإجمالي	450	100

توضّح بيانات الجدول السابق أن ثلاثة أرباع عينة الدراسة بنسبة 75.3% يشاهدون القنوات الفضائية المصرية من ساعة إلى 3 ساعات، بينما يشاهدها 18% من عينة الدراسة من 3 ساعات إلى 5 ساعات، على حين لم تزد نسبة من يشاهدونها 5 ساعات فأكثر عن 6.7%. وهذا يفسر أيضا بيانات الجدول السابق من حيث درجة التعرض للقنوات الفضائية حيث يؤكد ارتفاع نسبه التعرض لتلك القنوات حيث يشاهد المبحوثين عينة الدراسة القنوات الفضائية لمدة تقرب 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 المصري للقنوات الفضائية يوميا (أقل من ساعة) في المقدمة بنسبة (47,2%).

3- ما هي أهم القنوات الفضائية التي تحرص على متابعتها بشكل عام؟ حدد من فضلك مدى مشاهدتك للقنوات التالية: (ن=450)

جدول رقم (3) أهم القنوات التي تحرص على متابعتها بشكل عام

الترتيب	الوزن النسبي	نادراً		أحياناً		دائماً		معدل المشاهدة القناة
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	71.6	22	99	41.3	186	36.7	165	On E
2	61	38.9	175	39.1	176	22	99	CBC
3	69	22.2	100	48.4	218	29.3	132	النهار
4	61.6	36.7	165	41.8	188	21.6	97	دريم
5	54.7	47.1	212	41.6	187	11.3	51	المحور
6	53.5	53.3	240	32.9	148	13.8	62	الفضائية المصرية
7	52.6	52.4	236	37.3	168	10.2	46	صدى البلد
8	52.5	56.9	256	28.4	128	14.7	66	النيل للأخبار

توضّح بيانات الجدول السابق تصدّر القنوات الفضائية المصرية الخاصة لأولويات المشاهدة لدى أغلب عينة الدراسة، حيث جاءت قناة On E في صدارة القنوات الفضائية التي يحرص أغلب المحوتين على متابعتها بشكل عام بوزن نسبي قدره 71.6%، تليها قناة CBC بوزن نسبي قدره 61%، ثم قناة النهار بوزن نسبي قدره 69%. ولعل أهم ما يفسر ذلك هو

اعتماد تلك القنوات على العديد من الأساليب المختلفة مثل استضافة 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 تصدرها لقائمة ترتيب القنوات الفضائية الأكثر اعتماداً من قبل الجمهور عينه البحث.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أشرف جلال حسن، حيث كانت قناتي دريم والمحور في مقدمة القنوات الفضائية الخاصة ومدى التأثير التي كانت تتفرد به عن القنوات الأخرى، ويرجع ذلك إلى ما أصبحنا نتمتع به حالياً من طفرة هائلة في زيادة إطلاق الاقمار الصناعية وزيادة عدد القنوات الفضائية التي 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 الذي يحدث بين كل فترة والأخرى عن صدارة نوعية معينة من القنوات على الأخرى يرجع ذلك إلى ما تشمله هذه القنوات الجديدة التي تظهر مؤخراً على الساحة الإعلامية من ميزانية كبيرة تفوق سابقتها من هذه القنوات وما تمتلكه من أدوات تكنولوجية حديثة متطورة تكون أكثر كفاءه منها أيضاً ومما تقدمه من جديد لدى الجمهور ومدى القرب منهم هو الذي يحقق صدارة القناة عن الأخرى.

4- فيما يلي مجموعة من العبارات حول أسباب مشاهدتك القنوات الفضائية المصرية؟ من فضلك حدد

درجة موافقتك على كل عبارة من العبارات الآتية: (ن=450)

جدول رقم (4) أسباب مشاهدة القنوات الفضائية

الترتيب	الوزن النسبي	غير موافق		موافق لحد ما		موافق تماماً		معدل المشاهدة	العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك		
1	68	25.8	116	44.4	200	29.8	134	وجود مراسلين يقدمون تغطية فورية للأحداث من موقعها	
2	67.3	29.6	133	38.9	175	31.6	142	لأنني تعودت على مشاهدتها	
3	66.6	28.2	127	43.8	197	28	126	تتميز بالسرعة والدقة في نقل الأخبار	
4	66.2	27.1	122	47.1	212	25.8	116	تقدم برامج مميزة وذات أهمية بالنسبة لي	
5	65.2	32.2	145	40	180	27.8	125	تكسبني القدرة على الحوار مع الآخرين حول القضايا السياسية	
6	64.4	34	153	38.9	175	27.1	122	تساعدني في تكوين رأى حول القضايا السياسية المصرية	
7	61.9	32.4	146	49.3	222	18.2	82	أشعر بمصداقيتها في عرض الأحداث ومناقشة القضايا	
8	61.5	35.1	158	45.3	204	19.6	88	مثيرة ومشوقة على قدر عالٍ من الجاذبية	
9	60.7	37.6	169	42.9	193	19.6	88	تقدم تحليلات عميقة وتعليقات فورية	
10	59.9	38.2	172	43.8	197	18	81	تعمل على إيجاد الحلول لما يواجه الوطن من مشاكل	

الترتيب	الوزن النسبي	غير موافق		موافق لحد ما		موافق تمامًا		معدل المشاهدة		العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
11	59.7	39.8	179	41.3	186	18.9	85	تحافظ على المهنية في 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 68%، ثم يليها في المركز الثاني التعود على مشاهدة تلك القنوات الفضائية بوزن نسبي قدره 67.3%، ثم السرعة والدقة في نقل الأخبار بوزن نسبي قدره 66.6%، ثم تقدم برامج مميزة وذات أهمية بوزن نسبي قدره 66.2%. 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 95.9 ثم 59.7.

5- ماهي أهم البرامج الحوارية التي تفضل مشاهدتها في تلك القنوات الفضائية؟ (ن=450)
جدول رقم (5) أهم البرامج الحوارية التي تفضل مشاهدتها

الترتيب	الوزن النسبي	لا أشاهد		نادرًا		أحيانًا		دائمًا		معدل المشاهدة البرنامج
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	66.5	22.7	102	14.2	64	37.6	169	25.6	115	برنامج كل يوم
2	59.1	31.8	143	18.2	82	32	144	18	81	برنامج هنا العاصمة
3	57.1	38	171	15.1	68	27.3	123	19.6	88	برنامج ممكن
4	53.5	39.8	179	20.7	93	25.3	114	14.2	64	برنامج القاهرة 360
5	53.4	40.9	184	19.1	86	25.3	114	14.7	66	برنامج مباشر من مصر
6	53.3	42.4	191	17.1	77	25.3	114	15.1	68	برنامج مصر اليوم
7	51.3	44.7	201	18.4	83	23.8	107	13.1	59	برنامج من القاهرة
8	48.1	51.8	233	16	72	20.4	92	11.8	53	برنامج الطبعة الأولى
9	47.8	51.8	233	16	72	21.6	97	10.7	48	برنامج نبض القاهرة
10	45.9	53.3	240	19.3	87	17.6	79	9.8	44	برنامج صباح أون
11	42.5	56.9	256	22.4	101	14.4	65	6.2	28	برنامج دائرة الضوء

توضّح بيانات الجدول السابق أن أهم البرامج الحوارية التي يفضل المبحوثين مشاهدتها في تلك القنوات الفضائية هي برنامج كل يوم على قناة On E بوزن نسبي قدره 66.5%، 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.

6- هل حدث وأن غيرت رأيك السياسي نحو إحدى هذه القضايا عقب مشاهدتك لأحد البرامج؟

جدول رقم (6) مدى تغيير الرأي السياسي نحو القضية

الرقم	ك	%
أحياناً	310	68.9
لم يحدث أبداً	104	23.1
دائماً	36	8
الإجمالي	450	100

توضّح بيانات الجدول السابق أن 68.9% من المبحوثين عينة الدراسة ذكروا أنهم أحياناً يغيرون رأيهم السياسي نحو إحدى القضايا المطروحة للدراسة عقب مشاهدة أحد البرامج المفضلة لديهم، بينما ذكر 23.1% أن ذلك لم يحدث أبداً وأن غيروا رأيهم في هذه القضايا، على حين لم تزد نسبة من ذكروا أن هذا التغيير يحدث دائماً عن 8%.

7- ماهي هذه القضية التي قمت بتغيير رأيك بها عقب مشاهدتك لأحد البرامج؟ (ن=346)

جدول رقم (7) القضية التي قمت بتغيير رأيك فيها

الرقم	ك	%
مشروع تطوير وتنمية قناة السويس	125	36.1
الانتخابات البرلمانية	84	24.3
محاربة الإرهاب بكافة أنواعه	80	23.1
تصحيح الخطاب الديني	78	22.5
سد النهضة	75	21.7

توضّح بيانات الجدول السابق أن الموضوع الذي كان للبرامج الحوارية السياسية بالقنوات الفضائية الدور الأكبر في تغيير آراء المبحوثين بشأنه كان مشروع تطوير وتنمية قناة السويس عند 36.1% من المبحوثين عينة الدراسة، يليه موضوع الانتخابات البرلمانية عند 24.3%، ثم محاربة الإرهاب بكافة أنواعه عند 23.1% من المبحوثين، ثم تصحيح الخطاب الديني بنسبة 22.5% من المبحوثين، ثم جاء في الترتيب الأخير من حيث الموضوعات التي ساعدت القنوات الفضائية على تغيير رأي الجمهور عينة الدراسة عقب مشاهدته أحد البرامج هو موضوع سد النهضة بنسبة 21.7%.

8- ماهي أنسب الطرق التي يمكن أن تؤثر على اتجاهك نحو القضية السياسية التي تعرض في القنوات الفضائية؟

جدول رقم (8) أنسب الطرق للتأثير على الرأي العام

ك	%	أنسب الطرق للتأثير على الاتجاه السياسي
266	59.1	استخدام الأدلة والبراهين العلمية
190	42.2	عرض وجهات النظر المختلفة
174	38.7	النقل عن مصادر موثوق فيها وشخصيات في مواقع المسئولية
144	32	استخدام الإحصائيات والأرقام
75	16.7	استخدام الرسوم والخرائط والصور
44	9.8	استمالة مشاعر الجمهور نحو قضية أو موضوع أو رأي أو شخصية

توضّح بيانات الجدول السابق أن استخدام الأدلة والبراهين العلمية يعد أنسب الطرق التي يمكن أن تؤثر على الاتجاه نحو القضية السياسية التي تعرض في القنوات الفضائية عند 59.1% من المبحوثين عينة الدراسة، يليه عرض وجهات النظر المختلفة بنسبة 42.2%، ثم النقل عن مصادر موثوق فيها وشخصيات في مواقع المسئولية بنسبة 38.7%، ثم استخدام الإحصائيات والأرقام بنسبة 32%، ثم استخدام الرسوم والخرائط والصور بنسبة 16.7%، وأخيراً استمالة مشاعر الجمهور نحو قضية أو موضوع أو رأي أو شخصية بنسبة 9.8%.

9- في رأيك ماهي مقترحاتك لتطوير القنوات الفضائية لتكون أكثر تأثيراً في الرأي العام؟

جدول رقم (9) مقترحات لتطوير القنوات الفضائية

ك	%	مقترحات لتطوير القنوات الفضائية
250	55.6	عرض الحقائق والوقائع كما هي على أرض الواقع
166	36.9	النقل الحي للوقائع والأحداث من مكان الحدث
124	27.6	عرض وجهات النظر المختلفة للموضوعات المقترحة
122	27.1	استضافة خبراء أو متخصصين ممن لهم عرقة بشأن القضية المطروحة
93	20.7	الآنية والفورية في معالجة الأحداث

توضّح بيانات الجدول السابق مقترحات المبحوثين لتطوير القنوات الفضائية لتكون أكثر تأثيراً في الرأي العام، حيث جاء على رأس هذه المقترحات عرض الحقائق والوقائع كما هي على أرض الواقع بنسبة 55.6%، يليه النقل الحي للوقائع والأحداث من مكان الحدث بنسبة 36.9%، ثم عرض وجهات النظر المختلفة للموضوعات المقترحة بنسبة 27.6%، ثم استضافة خبراء أو متخصصين ممن لهم عرقة بشأن القضية المطروحة بنسبة 27.1%، وأخيراً الآنية والفورية في معالجة الأحداث بنسبة 20.7%.

النتائج العامة للدراسة: -

1-أغلب عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية أحياناً بنسبة 57.6%، بينما يشاهدها دائماً ما يقرب من ثلث العينة بنسبة 33.1%، ولم تزد نسبة من يشاهدونها نادراً عن 9.3%. وبذلك يتضح ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية بصفة دائمة لدى عينة الدراسة مما يدل على تفضيلهم لتلك القنوات كمصدر رئيسي للمعلومات لديهم.

2-البرامج السياسية تأتي على رأس البرامج الأكثر تفضيلاً لدى المبحوثين عينة الدراسة بنسبة 38.9%، يليها وبفارق بسيط البرامج الترفيهية بنسبة 36.2%، ثم البرامج الرياضية بنسبة 33.6%، فالبرامج الاجتماعية بنسبة 25.3%، ويعد تفضيل المبحوثين عينة الدراسة للبرامج السياسية يرجع لطبيعة المرحلة التي تعيشها مصر الآن ووجود تلك القضايا الهامة التي تشغل بال الرأي العام.

3-تتصدر القنوات الفضائية المصرية الخاصة أولويات المشاهدة لدى أغلب عينة البحث، حيث جاءت قناة On E في صدارة القنوات الفضائية التي يحرص أغلب المبحوثين على متابعتها بشكل عام بنسبة 74.1%، تليها في المرتبة الثانية وبفارق بسيط قناة CBC بنسبة 71.6%.

4-قناة CBC هي القناة الأكثر تفضيلاً في متابعة الأحداث السياسية لدى غالبية عينة الدراسة بنسبة 52.9%، يليها بفارق كبير نسبياً قناة النيل للأخبار بنسبة 19.1%، وجاءت القناة الفضائية المصرية في مؤخرة القنوات من ناحية تفضيلها في متابعة الأحداث السياسية بنسبة 12%.

5-برنامج كل يوم على قناة On E جاء في مقدمة البرامج التي يفضل المبحوثين مشاهدتها وذلك بنسبة 66.5%، يليه برنامج هنا العاصمة على قناة CBC بنسبة 57.1%، على حين جاء برنامج دائه الضوء على قناة النهار في الترتيب الأخير كأحد البرامج التي يفضل المبحوثين عينة الدراسة مشاهدتها بنسبة 42.5%.

6-68.9% من المبحوثين عينة الدراسة ذكروا أنهم أحياناً يغيرون رأيهم السياسي نحو إحدى القضايا المطروحة للدراسة عقب مشاهدتهم لأحد البرامج المفضلة لديهم، في حين ذكر 23.1% أن ذلك لم يحدث أبداً وأن غيروا رأيهم في هذه القضايا، على حين لم تزد نسبة من ذكروا أن هذا التغيير يحدث دائماً عن 8%.

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

جانب آخر، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.193 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01، ما يعني أنها علاقة شديدة المعنوية.

8- عدم وجود فروق دالة إحصائياً في درجة اعتماد الباحثين عينة الدراسة على قناة On E في الحصول على المعلومات السياسية بحسب المتغيرات الديموغرافية (وهي متغيرات: النوع، العمر، المؤهل التعليمي، مستوى الدخل الشهري للأسرة)، حيث كانت قيمة مستوى المعنوية مع جميع المتغيرات الديموغرافية أكبر من 0.05، ما يعني أن درجة الاعتماد على قناة On E لم يتدخل أي من المتغيرات الديموغرافية في تقرير الاختلافات فيها.

9- موضوع محاربة الإرهاب جاء على رأس الموضوعات التي اهتمت البرامج محل التحليل بتناولها بنسبة 44.2%، يليه موضوع مشروع تنمية وتطوير قناة السويس بنسبة 23.2%، ثم موضوع تصحيح الخطاب الديني بنسبة 21.7%، ثم موضوع الانتخابات البرلمانية بنسبة 16.7%، وأخيراً جاء موضوع سد النهضة بنسبة 4.3%.

10- أكثر عناصر الجذب استخداماً في البرامج محل التحليل كانت صور حية بنسبة 60.1%، يليها التقارير الخارجية بنسبة 34.1%، ثم المواد الوثائقية بنسبة 17.4%، ولم تزد نسبة الفقرات التي لم تستخدم أي من عناصر الجذب عن 13%.

11- أكثر أساليب الإقناع استخداماً في البرامج محل التحليل كان أسلوب الاكتفاء بالمعلومات فقط بنسبة 76.1%، يليه عرض وجهات نظر متعددة بنسبة 18.1%، ثم عرض وجهة نظر واحدة بنسبة 4.3%، وأخيراً عرض وجهتي نظر بنسبة 1.4%.

توصيات الدراسة:

1- ضرورة التعرف على خصائص الجمهور المستهدف من القنوات الفضائية ودوافعه، ويشمل ذلك معرفة النوع والسن والمستوى الاجتماعي والاقتصادي، مما يساعد على وصول الرسالة الإعلامية بصورة صحيحة.

2- ضرورة استخدام أكثر من أسلوب في تقديم البرامج وبصورة متوازنة تتفق مع طبيعة المادة المقدمة، أيضاً يجب التركيز على طرق الإيضاح المتعددة لمحاولة شرح وتبسيط المعلومة المقدمة بطريقة مثلى.

3- التركيز على وجود العناصر الأكثر جذباً للانتباه في طريقه عرض البرامج.

4- ضرورة توظيف التطور التكنولوجي الحديث بما يحقق إنتاج البرنامج بالطريقة المثلى وبأسلوب مبتكر يحقق التشويق والإثارة والجذب والتميز والتفرد.

5- ضرورة تطوير أفكار البرامج المقدمة بالقنوات الفضائية في المجال السياسي خاصة وبما يتلاءم مع المتغيرات المحلية والعالمية.

الكلمات المفتاحية:

- الدور .
- الرأي العام .
- القنوات الفضائيات المصرية .
- تشكيل الاتجاهات .
- القضايا السياسية .

مراجع الدراسة:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

الرسائل العلمية:

- (1) أسيل وليد أبو سليم، اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام، جامعة اليرموك، 2017م).
- (2) أيمن فيصل محمود، دور النشرات الإخبارية بقناة الجزيرة في ترتيب أولويات النخبة تجاه القضايا السياسية: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام، جامعة اليرموك، 2017م).
- (3) زينب الحسيني رجب بلال ربحان، " الاساليب الإقناعية في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في معالجة أحداث المرحلة الانتقالية "، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2014م).
- (4) السيد محمد أبو شعشع حسن، " دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير "، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2012م).
- (5) هبة صلاح الدين قطب عبد المطلب، "دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في اتجاهات الشباب الجامعي نحو بعض قضايا الإصلاح السياسي في مصر عقب ثورة 25 يناير: دراسة تحليلية ميدانية "، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2014م).
- (6) هشام أحمد عبد العاطي فايد، "دور خطاب الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا السياسة العامة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015م).
- (7) ياسمين محمد عبد المنعم، " علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التلفزيونية "، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015م).

- (8) يحيى محمد محسن، دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2016م).
- (9) يوسف محمد يوسف، اعتماد الإعلاميين الفلسطينيين على القنوات الفضائية الفلسطينية كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الوحدة الوطنية: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2016م).

الكتب:

- (1) حسن عماد مكاي وليلي حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، (القاهرة - الدار المصرية اللبنانية. الطبعة الثانية. 2001م).
- (2) حميدة سميسم: **نظرية الرأي العام**، الدار الثقافية للنشر، ط 1، 2005م.
- (3) خالد محمد ميلاد: **الفضائيات العربية والأجنبية، الواقع - الأهداف - التحديات**، (القاهرة، دار النهضة العربية، 2009م).
- (4) عاطف عدلي العبد: **الرأي العام وطرق قياسه** (القاهرة، دار الفكر العربي، 2000م).
- (5) عاطف عدلي العبد: **القنوات المتخصصة، أنواعها، جمهورها، بحوثها وأخلاقياتها**، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2006م).
- (6) عاطف عدلي العبد: **مدخل إلى الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات العربية**، (القاهرة، دار الفكر العربي، 1998م).
- (7) عبد الله محمد زلطة: **الرأي العام والإعلام**، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2002م).
- (8) عدلي العبد: **الرأي العام وطرق قياسه الأسس النظرية والجوانب المنهجية، النماذج التطبيقية والتدريبات العملية**، ط 1 (القاهرة: دار الفكر العربي، 2002م).
- (9) عدلي رضا، عاطف العبد: **إدارة المؤسسات الإعلامية**، ط 2، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2000م).
- (10) الفين توفلر: **تحول السلطة**، ترجمه لبنى الريدى (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الجزء الثاني، 1996م).

البحوث المنشورة في الدوريات والمجلات العلمية:

- (1) إيناس محمد أبو يوسف: **الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات**، دراسة ميدانية على طلاب جامعة القاهرة (مجلة **الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يناير 2001م).
- (2) عادل عبد الغفار: **الشباب المصري والتلفزيون محددات السلوك الاتصالية وعاداته** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام بحث منشور **بالمجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد الثالث، العدد الثالث يوليه 2002م).

- (3) عادل فهمي البيومي: دور القنوات الفضائية في زيادة المشاركة الجماهيرية (مجلة البحوث المصرية الاعلامية، العدد السادس عشر، اكتوبر 2001م).
- (4) محمد عتران: استخدامات وإشاعات برامج التوعية الصحية في التلفزيون العماني، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 23، ديسمبر 2004م).

ج) التقارير والنشرات:

- (1) الكتاب السنوي (القاهرة، الهيئة العامة للاستعلامات، 2008م).
- (2) الكتاب الإحصائي السنوي لاتحاد الإذاعة والتلفزيون 2001-2002، (القاهرة: اتحاد الإذاعة والتلفزيون 2002م، 2001م).
- (3) كلمة السيد صفوت الشريف وزير الإعلام المصري في الحلقة النقاشية حول تحديات القنوات المتخصصة في مصر، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، وحدة التدريب والتوثيق والإنتاج الإعلامي، 30 نوفمبر 1998م).

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية:

- 1- Albert C. Gunther and Stella Chi- Yun Chia (2001) Predicting Pluralistic Ignorance: The Hostile Media Perception and Its Consequences. **Journalism & Mass Communication Quarterly**. 2001 ،Vol.78 ،No.4.
- 2- Carpenter, Niko, "The Discursive Articulation of Audience participation in four TV Talk show", **PH.D Dissertation**, (Belgium: University Instilling Antwerp), 2001.
- 3- Denis Quail, Seven Windfall. Communication models. For the **study of communications**. Second (New York, long man 1995) p.112.
- 4- Eve land, William P., Jr., and Die tram A. Scheele. 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- Rosslea, Patrick; Broses, 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, Recital, "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 Eclogues, Keith 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 president's performance". **Communication research**. vol. 24 ,No.1 ,PP. 3-30.

المواقع الإلكترونية:

- 1- <http://www.selfhelpmagazine.com/artictes/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/>