



دليل مستخلصات رسائل الدكتوراه (٢٠٠٩ - ٢٠١٨ م)

إنتراف ومراجعة

أ.د. ليلى عبد المجيد

مدير وحدة الجودة
والعميد الأسبق لكلية

الإنتراف العام

أ.د. هويدا مصطفى

عميد الكلية

أ.د. هبة الله السمري
وكيل الكلية لتتئون الدراسات
العليا والبعوث

سبتمبر ٢٠١٩

دليل
مستخلصات رسائل الدكتوراة
(2009 – 2018م)

الإشراف العام
أ.د. هويدا مصطفى
عميد الكلية

إشراف ومراجعة
أ.د. ليلى عبد المجيد
مدير وحدة الجودة
والعميد الأسبق للكلية

أ.د. هبة الله السمري
وكيل الكلية
لشئون الدراسات العليا والبحوث

سبتمبر 2019

فريق العمل:

الأشراف العام:

أ.د. ليلى عبد المجيد مدير وحدة الجودة

جمع المادة العلمية:

د. سلمى شاهين

أ. مرفت عبد الحميد

أ. عبير يحيى سليم

أ. هدى حسن

أ. نهاد فتحى

وحدة المطبوعات والنشر العلمي:

أ. يحيى سليم موسى مدير وحدة المطبوعات والنشر العلمي

أ. أحمد فكري مصمم الجرافيك بوحدة المطبوعات والنشر العلمي

الفهرس:

5	رؤية تحليلية
1	رسائل الدكتوراة (قسم الصحافة)
92	رسائل الدكتوراة (قسم الإذاعة والتلفزيون)
145	رسائل الدكتوراة (قسم العلاقات العامة والإعلان)

رؤية تحليلية للإنتاج العلمي لكلية الإعلام
رسائل الماجستير والدكتوراة خلال عشر سنوات
(2009 – 2018)

أ.د/ ليلي عبد المجيد

منذ عشر سنوات (2009م) أصدرت الكلية في ثلاثة مجلدات ضخمة مستخلصات لرسائل الماجستير والدكتوراة التي قدمها الباحثون بالكلية منذ نشأتها في أوائل السبعينيات من القرن الماضي حتى عام 2009، واليوم تصدر مستخلصات الرسائل التي تم إعدادها خلال السنوات العشر الماضية (2009 – 2018) في مجلدين، الأول خاص بمستخلصات رسائل الماجستير والثاني خاص بمستخلصات رسائل الدكتوراة.

وقد تم إنجاز (677) رسالة ماجستير ودكتوراة خلال هذه السنوات العشر بالأقسام العلمية الثلاثة (صحافة، إذاعة وتلفزيون – علاقات عامة وإعلان) أي بما يعادل 67,7 رسالة علمية في المتوسط سنوياً، وهذا جهد علمي كبير بذله أساتذة الكلية في مجال البحث العلمي الإعلامي بإشرافهم على طلاب الدراسات العليا بمرحلتى الماجستير والدكتوراة، وأغلب هؤلاء الطلاب من خريجي الكلية، بالإضافة إلى خريجي كليات وأقسام الإعلام بالجامعات الأخرى، وبين هؤلاء عدد من الطلاب العرب الذين أتوا إلى مصر لاستكمال دراساتهم العليا تحت إشراف أساتذتها.

والجدول التالي يوضح توزيع هذه الرسائل وفقاً للمستوى والتخصص:-

جدول رقم (1)
التوزيع حسب مستوى الرسالة

التكرار النسبي المستوى	ك	%
ماجستير	436	64,4%
دكتوراة	241	35,6%
إجمالي	677	100%

جدول رقم (2)
التوزيع حسب التخصص

المستوى التخصص	ماجستير		دكتوراة		إجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
صحافة	138	31,7	79	32,8	217	32,1
إذاعة وتلفزيون	201	46,1	114	47,3	315	46,5
علاقات عامة وإعلان	97	22,2	48	19,9	145	21,4
الإجمالي	436	100%	241	100%	677	100%

وكما هو واضح من الجدول كان أكثر رسائل الماجستير والدكتوراة التي تم منحها من قسم الإذاعة والتلفزيون يليه قسم الصحافة، ثم قسم العلاقات العامة والإعلان. وتسعى هذه الرؤية إلى تحليل هذه البحوث من عدة زوايا سعياً لاستخلاص بعض المؤشرات العامة، التي قد تكون مفيدة لرسمى السياسات البحثية للكلية، ووضع الخطط المستقبلية لما ينبغي التركيز عليه في البحوث والدراسات التي يقدمها طلاب الدراسات العليا في التخصصات المختلفة – وهذه الزوايا هي:

- 1- تصنيف البحوث حسب الاهتمامات البحثية.
- 2- تصنيف ما تم تقديمه من رسائل للماجستير والدكتوراة حسب المجالات البحثية في كل تخصص.
- 3- الأطر النظرية التي استندت إليها البحوث.
- 4- المناهج البحثية التي تم الاعتماد عليها.
- 5- أدوات ووسائل جمع البيانات.
- 6- العينات التي تم التطبيق عليها.
- 7- تصنيف البحوث حسب الدول التي تم دراسة وسائل إعلامها.

أولاً: تصنيف البحوث حسب الاهتمامات البحثية:

جاءت بحوث التلفزيون في الترتيب الأول بنسبة 28,7% من إجمالي كل رسائل الماجستير والدكتوراة التي أنجزتها الكلية بأقسامها العلمية الثلاثة – وتجدر الإشارة إلى أن إحدى رسائل الدكتوراة في قسم العلاقات العامة والإعلان ركزت على دراسة التلفزيون. ويتضح ذلك من الجدول التالي:-

جدول رقم (3)

القسم الاهتمام البحثي	صحافة		إذاعة وتلفزيون		علاقات عامة وإعلان		إجمالي	
	ماجستير	دكتوراة	ماجستير	دكتوراة	ماجستير	دكتوراة	ك	%
بحوث الصحافة	80	49	-	-	7	2	138	20,4
بحوث الإذاعة	-	-	6	1	-	-	7	1
بحوث التلفزيون	-	-	120	173	-	1	194	28,7
بحوث السينما	-	-	11	5	-	-	16	2,4
التسويق والإعلان	4	5	13	-	17	7	46	6,8
العلاقات العامة والاتصال التنظيمي	-	-	-	-	25	14	39	5,8
الإعلام الجديد	40	18	40	10	22	8	138	20,4
بحوث مقارنة (بين أكثر من اهتمام بحثي)	13	7	11	25	15	15	86	12,7
بحوث الرأي العام	1	-	-	-	4	-	5	0,7
بحوث الإعلام الدولي	-	-	-	-	2	-	2	0,3
بحوث العلاقات العامة الدولية	-	-	-	-	2	-	2	0,3
بحوث الاتصال المباشر	-	-	-	-	2	1	3	0,4
أخرى	-	-	-	-	1	-	1	0,1
إجمالي	138	79	201	114	97	48	677	100

ويلاحظ من الجدول السابق ما يلي:

- جاءت بحوث الصحافة، الإعلام الجديد في الترتيب الثانى بنسبة 20,4% لكل منهما. وفى هذا المجال يظهر أن عدداً من الباحثين فى قسم العلاقات العامة والإعلان أجروا بحوثاً مركزة على الصحافة (تسعة باحثين، سبعة فى الماجستير واثنين فى الدكتوراة).
 - أن بعض الباحثين فى الأقسام الثلاثة اهتموا بإجراء بحوث حول الإعلام الجديد، وأيضاً فى التسويق والإعلان، وكذلك البحوث التى اهتمت بالمقارنة بين وسائل مختلفة (صحف ورقية، محطات إذاعية، قنوات تلفزيون، صحف الكترونية ووسائل التواصل الاجتماعى).
 - ندرة البحوث التى اهتمت بالإذاعة، لم تتجاوز نسبتها 1% من الإجمالى، وكذلك بحوث العلاقات العامة الدولية وبحوث الاتصال المباشر.
- ثانياً: تصنيف ما تم تقديمه من رسائل للماجستير والدكتوراة حسب المجالات البحثية فى كل تخصص:

1- الصحافة:

بلغ عدد المجالات البحثية التى تناولتها رسائل الماجستير فى تخصص الصحافة 22 مجالاً بحثياً، وفى رسائل الدكتوراة 14 مجالاً بحثياً، وجاءت البحوث التى ركزت على الاتصال السياسى فى الترتيب الأول بين مجالات تخصص رسائل الماجستير بنسبة 15,9%، وجاءت البحوث التى ركزت على الصحافة العربية فى إطار مجال (الإعلام العربى) فى الترتيب الأول بين رسائل الدكتوراة بنسبة 17,2%.

والجدول التالى يوضح ذلك:

جدول رقم (4)

توزيع بحوث الصحافة (ماجستير ودكتوراة) حسب مجال البحث

المستوى	ماجستير		دكتوراة		إجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الاتصال السياسي	22	15,9	7	8,5	29	13,2
الرأى العام ودراسات الصورة	15	10,9	90	11	24	10,9
الإعلام والشباب	13	13,1	2	2,4	15	6,8
الصحافة المتخصصة	11	8	1	1,2	12	5,5
الإعلام الجديد	9	6,5	6	7,3	15	6,8
الإعلام والمرأة	9	6,5	2	2,4	11	5
الصحافة العربية	9	6,5	14	17,2	23	10,5
التصميم والإخراج الصحفى	7	5,1	4	4,9	11	5
الكتابة الصحفية والتحرير الصحفى	6	4,3	13	15,9	19	8,6
تشريعات الإعلام وأخلاقياته	6	4,3	2	2,4	8	3,6
الصحافة الدولية	5	3,6	6	7,3	11	5
القائم بالاتصال والأداء المهني	5	3,6	8	9,8	13	5,9
الصحافة والسياسة الخارجية المصرية	4	2,9	-	-	4	1,8
استخدامات وسائل الإعلام	2	1,4	-	-	2	0,9
تاريخ الصحافة	2	1,4	-	-	2	0,9
الإعلام والطفل	2	1,4	-	-	2	0,9
التسويق والإعلان	2	1,4	3	3,7	5	2,3
الإعلام وإدارة الأزمات	2	1,4	-	-	2	0,9
الإعلام المقارن	1	0,7	-	-	1	0,5
اقتصاديات الإعلام	1	0,7	-	-	1	0,5
إدارة المؤسسات الصحفية	1	0,7	-	-	1	0,5
أخرى	4	2,9	5	6	9	4
الإجمالي	138	%100	82(*)	%100	220	%100

ويلاحظ من الجدول السابق ما يلى:

- أن البحوث التى ركزت على الاتصال السياسى (ويتضمن ذلك علاقة الصحافة بالأحزاب، الصحافة وحقوق الإنسان، الصحافة والمشاركة السياسية، الأداء الوزارى ومعالجة الصحف له، الصحافة والانتخابات الرئاسية والبرلمانية) جاءت فى الترتيب

(*) بعض البحوث جمعت بين أكثر من مجال.

- الأول بنسبة 13,2% من إجمالي المجالات البحثية برسائل الماجستير والدكتوراة معاً.
- كانت أقل المجالات البحثية من حيث اهتمامات الباحثين، اقتصاديات الإعلام، إدارة المؤسسات الصحفية، تاريخ الصحافة، الإعلام والطفل.
- هناك اتجاه بارز للاهتمام ببحوث الإعلام الجديد، فبالإضافة إلى البحوث التي تناولت ذلك بشكل مباشرة، هناك عدد من البحوث أشار إليها وتناولها بشكل غير مباشر وقد اهتمت بحوث الإعلام الجديد بموضوعات عدة منها صحافة الفيديو، البوابات الإلكترونية، تصميم صحف المواطن، شبكة الإنترنت واستخداماتها في الصحافة.
- تناولت الرسائل التي درست تشريعات الإعلام وأخلاقياته عدة مشاكل بحثية منها أخلاقيات الإعلان، قضايا النشر، أخلاقيات نشر أخبار الجريمة، الحق في الخصوصية.
- اهتمت البحوث التي درست الصحافة المتخصصة ببعض أنواع هذه الصحف منها العلمية، الصحافة الاقتصادية، الصحافة الرياضية، الصحافة المدرسية، الصحافة الإقليمية، صحف الحوادث.
- اهتم البحث الذي اتجه لمجال الإعلام المقارن بدراسة الخطاب الصحفي الفلسطيني والإسرائيلي.
- كانت هناك بعض المجالات الأخرى التي تم تناولها بتكرار أو تكرارين على الأكثر منها الخطاب الصحفي وقضايا الفساد، قارئية الصحف، الإنتاج الصحفي، الأطر الإخبارية لدور الجهاز المركزي للمحاسبة في الصحافة، الخطاب الصحفي لقضايا التنمية بدول شرق آسيا، الصحافة والتنمية المستدامة.

2- الإذاعة والتلفزيون:

- بلغ عدد المجالات البحثية التي تناولتها رسائل الماجستير في تخصص الإذاعة والتلفزيون 18 مجالاً بحثياً، وفي رسائل الدكتوراة 18 مجالاً بحثياً، وجاءت البحوث التي ركزت على الرأي العام في الترتيب الأول بين مجالات تخصص رسائل الماجستير بنسبة 13,4%.
- وجاءت البحوث التي ركزت على الرأي العام أيضاً في الترتيب الأول بين رسائل الدكتوراة بنسبة 17,2%.

والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (5)

توزيع بحوث الإذاعة والتلفزيون حسب مجال البحث

المستوى مجال البحث	ماجستير		دكتوراة		إجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الرأي العام	27	13,4	23	17,8	50	15,2
الإعلام والطفل	24	11,9	1	0,8	25	7,6
الاتصال السياسي	23	11,4	13	10,2	36	10,9

المستوى		ماجستير		دكتوراة		إجمالي
مجال البحث		%	ك	%	ك	%
الكتابة للراديو والتلفزيون		-	-	2,3	3	0,9
الإعلام والشباب		10,9	22	7	9	9,4
الإذاعات والقنوات المتخصصة		7	14	0,8	1	4,5
الإعلام والمرأة		6,5	13	2,3	3	4,8
الإعلام السينمائية الروائية		5,5	11	7,8	10	6,4
إدارة المؤسسات الإعلامية		-	-	1,5	2	0,6
الإعلام العربي		5,5	11	11,6	15	7,9
الدراما التلفزيونية		4,5	9	8,5	11	6,1
الإعلام الجديد		4,5	9	8,5	11	6,1
الإعلام الدولي		2,9	6	5,4	7	3,9
القائم بالاتصال والأداء المهني		2,5	5	1,5	2	2,1
التسويق والإعلان		2,5	5	3,9	5	3
الأفلام التسجيلية والوثائقية		2	4	-	-	1,2
الإعلام والسياسة الخارجية المصرية		2	4	-	-	1,2
تشريعات الإعلام وأخلاقياته		1,5	3	-	-	0,9
استخدامات وسائل الإعلام		1,5	3	3,1	4	2,1
الإعلام والأزمات		1	2	3,1	4	1,8
أخرى		3	6	3,9	5	3,3
الإجمالي		201	100%	129(*)	100%	330

ويلاحظ من الجدول السابق ما يلي:

- جاء في الترتيب الأول بين المجالات البحثية لرسائل الماجستير والدكتوراة في الإذاعة والتلفزيون بحوث الرأي العام (ومن نماذج ذلك البحوث التي اهتمت بدراسة الصورة مثل صورة الموظف، والبحاث التي سعت لتحديد دور التلفزيون في تشكيل اتجاهات الجمهور وبحوث المصادقية) وذلك بنسبة 13,4% من إجمالي بحوث الماجستير، و 17,8% من بحوث الدكتوراة.
- كانت أقل المجالات البحثية من حيث اهتمامات الباحثين إدارة المؤسسات الإعلامية، الكتابة للراديو والتلفزيون، تشريعات الإعلام وأخلاقياته (ومن ذلك دراسة أخلاقيات الإعلان في التلفزيون، أخلاقيات البرامج الرياضية، المسؤولية الاجتماعية للتلفزيون).
- جاء مجال الاتصال السياسي في الترتيب الثاني، ومن نماذج ذلك البحوث التي تناولت الدعاية السياسية، ثقافة الحوار، التسويق للبرامج السياسية للأحزاب.

(*) بعض البحوث جمعت بين أكثر من مجال.

- اهتمت البحوث التي درست الإذاعات والقنوات المتخصصة بدراسة قناة النيل الثقافية، القنوات الإسلامية، الإذاعات الموجهة، البرامج الكوميدية، المواقع الإسلامية، الإعلام العلمي.
- كانت هناك بعض المجالات الأخرى التي تم تناولها بتكرار واحد منها: دور القنوات الفضائية العربية في نشر الفكر الخرافي، معالجة التلفزيون لقضية مياه النيل، تأثير أدوات جمع البيانات على إجابات المبحوثين في البحوث والدراسات التلفزيونية، السينما المستقلة الرقمية، دور التلفزيون في تعريف الجمهور بتقنيات المعلومات الحديثة، ودور التلفزيون في دعم المشاركة الاجتماعية.

3- العلاقات العامة والإعلان:

بلغ عدد المجالات البحثية التي تناولت رسائل الماجستير في تخصص العلاقات العامة والإعلان 17 مجالاً، وفي رسائل الدكتوراة 14 مجالاً، وجاءت البحوث التي ركزت على مجال التسويق والإعلان (ودخلها الاتصالات التسويقية المتكاملة) في الترتيب الأول بين مجالات تخصص رسائل الماجستير بنسبة 17,5% وجاءت كل من البحوث الخاصة بالإعلام العربي، والرأي العام ودراسات الصورة في الترتيب الأول بين مجالات تخصص رسائل الدكتوراة بنسبة 15,4% لكل منهما.

والجدول التالي يبين ذلك:

جدول رقم (6)

توزيع مجالات البحوث في رسائل الماجستير والدكتوراة بقسم العلاقات العامة والإعلان

المستوى	ماجستير		دكتوراة		إجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
التسويق والإعلان	17	16,7	7	11,9	24	14,9
الرأى العام ودراسات الصورة	12	11,8	8	13,6	20	12,4
الاتصال السياسى	11	10,9	7	11,9	18	11,3
القائم بالاتصال والأداء المهنى	8	7,8	4	6,8	12	7,5
العلاقات العامة وإدارة علاقات المنظمة	13	12,7	6	10,2	19	11,8
الإعلام الجديد	7	6,9	4	6,8	11	6,8
العلاقات العامة الدولية	2	2	-	-	2	1,2
الإعلام العربى	6	5,8	8	13,6	14	8,7
الإعلام وإدارة الأزمات	6	5,8	1	1,7	7	4,4
الإعلام والشباب	5	4,8	1	1,7	6	3,7
تشريعات الإعلام وأخلاقياته	3	2,8	-	-	3	1,9
استخدامات وسائل الإعلام	2	2	1	1,7	3	1,9
الاتصال وإدارة التغيير والصراع	2	2	-	-	2	1,2
إدارة اتصالات تنمية المنظمات	2	2	-	-	2	1,2
الإعلام والطفل	2	2	-	-	2	1,2
الإعلام الدولى	1	1	-	-	2	1,2
الإعلام والمرأة	1	1	1	1,7	1	0,6
الأنشطة الاتصالية المتكاملة	-	-	5	8,5	5	3,1
التربية الإعلامية	-	-	2	3,3	2	1,2
أخرى	2	2	4	1,6	6	3,7
الإجمالي	102	100%	59	100%	161	100%

ويلاحظ من الجدول السابق ما يلى:

- جاء فى الترتيب الأول بين المجالات البحثية لرسائل الماجستير والدكتوراة فى العلاقات العامة والإعلان بحوث التسويق والإعلان (و من نماذج ذلك ما يتصل بالاتصالات التسويقية المتكاملة، التسويق الاجتماعى، الأساليب الترويجية ورعاية الأحداث الرياضية من قبل بعض الجهات كمنشآت لإدارات العلاقات العامة بالمنظمات). وذلك بنسبة 16,7% من إجمالى بحوث الماجستير، 11,9% من بحوث الدكتوراة.
- كانت أقل المجالات البحثية من حيث اهتمامات الباحثين: الاتصال وإدارة التغيير والصراع، العلاقات العامة الدولية، إدارة اتصالات تنمية المنظمات، الإعلام الدولى، الأنشطة الاتصالية المتكاملة، الاتصالات الترويجية وسمعة المنظمة.

• جاءت بعض المجالات بتكرار واحد فقط وهي الإعلام والمرأة، وناقش بحثان موضوعين آخرين صعب تصنيفهما ضمن الفئات السابقة، وهو معايير الحكم الرشيد لدى وسائل الإعلام المصرية بالتطبيق على الصحف، الرضا الوظيفي لدى أعضاء هيئة التدريس الأكاديمي بمجال الاتصال.

• تناولت بعض البحوث أكثر من مجال في دراستها.

ثالثاً: الأطر النظرية التي استندت إليها البحوث:

كانت نظرية تحليل الأطر الخبرية والإعلامية هي أكثر الأطر النظرية التي استندت إليها البحوث بشكل عام وذلك بنسبة 20.7%.

وهناك 27 إطاراً نظرياً استندت إليه بحوث رسائل الماجستير والدكتوراة في الأقسام العلمية الثلاثة، وهناك بعض الأطر النظرية التي استخدم كل منها بتكرار واحد أو تكرارين، وانفرد بالاستناد إليها الباحثون في كل قسم علمي.

والجدول التالي يوضح الأطر النظرية التي استندت إليها البحوث بشكل عام:-

جدول رقم (7)

الأطر النظرية التي اعتمدت عليها رسائل الماجستير والدكتوراة

إجمالي		علاقات عامة وإعلان	إذاعة وتلفزيون	صحافة	الأطر النظرية
%	ك	ك	ك	ك	
20,7	65	5	23	37	تحليل الأطر الإعلامية والخبرية
13,7	43	7	26	10	نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
12,3	38	7	22	9	نظرية الاستخدامات والإشباع
7,7	24	2	12	10	نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة)
7,1	22	-	22	-	نظرية الغرس الثقافي
6,1	19	1	10	8	نظرية المسؤولية الاجتماعية
4,2	13	11	2	-	نظرية الهوية الاجتماعية
2,9	9	1	3	5	نظرية ثراء الوسيلة
2,3	7	-	1	6	مدخل تحليل النظم
2,3	7	-	-	7	مدخل التحليل الثقافي
2,2	7	-	6	1	نظرية تأثير الشخص الثالث
1,9	6	-	5	1	نظرية التهيئة المعرفية لوسائل الإعلام
1,6	5	3	1	1	نظرية المجال العام
1,2	4	-	1	3	حارس البوابة
1,2	4	1	1	2	التلقى - القبول - العينة
1,6	5	1	3	1	نظرية فجوة المعرفة
1,2	4	1	3	-	النظرية المعرفية الاجتماعية
1,2	4	4	-	-	نظرية الاتصال الحوارى عبر الإنترنت
1	3	-	1	2	الصورة الإعلامية
1	3	-	2	1	انتشار المستحدثات
1,2	4	-	3	1	نظرية التعلم الاجتماعي
1,2	4	-	1	3	مدخل تحليل الخطاب
1	3	1	-	2	مدخل التسويق السياسى
1	3	-	1*	2	نظرية تمثيل المعلومات
1	3	1**	2	-	نظرية التسويق الاجتماعي

(*) مدخل السعة المحدودة لتمثيل الرسائل عبر وسيط كأحد فروع هذه النظرية.

إجمالي		علاقات عامة وإعلان	إذاعة وتلفزيون	صحافة	الأطر النظرية
%	ك	ك	ك	ك	
0,6	2	-	1	1	نظرية البناء الاجتماعي للواقع
0,6	2	1	1	-	النموذج البنائي لمستويات المصادقية
100	313	47	153	113	إجمالي

ويلاحظ مما سبق ما يلي:

- إن هناك بعض الأطر النظرية استند إليها نسبة أكبر من الباحثين في الأقسام الثلاثة، وهي:
 - تحليل الأطر الإعلامية والخبرية.
 - نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
 - نظرية الاستخدامات والإشباع.
 - نظرية ترتيب الأولويات أو وضع الأجندة.
 - نظرية الغرس الثقافي.
 - نظرية المسؤولية الاجتماعية.
- أن بعض المداخل النظرية تم استخدامها بشكل أقل ومحدود حسب طبيعة البحث.
- أن بعض باحثي الإعلام لجأوا إلى بعض الأطر النظرية التي تستخدم في العلوم الاجتماعية والإنسانية الأخرى مثل علم الاجتماع وعلم النفس والعلوم السياسية وعلم الإدارة وعلوم اللغة.
- أنه في كثير من الأحيان يفرد الباحث فصلاً أو مبحثاً أو مساحة في الجزء المنهجي والإجرائي للحديث عن النظرية أو المدخل النظرى الذى تبناه فى دراسته، غير أنه فى حقيقة الأمر قد يكتب فى ذلك، ولا يظهر فى دراسته استناده لفروض أو فرضيات الخاصة بهذا الإطار أو المدخل النظرى فى فروضه أو تفسير نتائجه.
- هناك بعض الأطر أو المداخل النظرية استخدمها بعض الباحثين وانفرد بها قسم علمى من الأقسام الثلاثة، ولم تستخدم على الإطلاق من جانب الباحثين فى القسمين الآخرين، كما يظهر فيما يلى:

الأطر النظرية التي انفردت رسائل الماجستير والدكتوراة بقسم الصحافة بالاستناد إليها:

- 1- مدخل يورجين هابر ماس فى تفسير الفضاء العام الديمقراطى.
- 2- مدخل تحليل الشبكات الاجتماعية.
- 3- نظرية تمثيل المعلومات (تكراران).

(**) استخدم باحث مدخل أطلق عليه الأبواب السبعة للتسويق الاجتماعى.

- 4- نظرية المنافسة السوقية.
 - 5- نظرية البناء المعرفى.
 - 6- مدخل الأطر المصورة.
 - 7- نظرية الاغتراب السياسى.
 - 8- نظرية تدفق الأخبار الدولية.
 - 9- نظرية ثقافة غرف الأخبار.
 - 10- نموذج الاتصال الأسرى.
 - 11- نظرية الحضور الاجتماعى.
 - 12- نظرية تطور وسائل الإعلام.
 - 13- النموذج التطورى أو مدخل التطور (تكراران).
 - 14- نظرية الإعلام الجديد.
 - 15- المدخل النقدى أو النظرية النقدية (تكراران).
 - 16- نموذج تولمن للحجج.
 - 17- نظرية التفسير الخلاق.
 - 18- أسلوب المنظور المستقبلى.
 - 19- مدخل دورية الخدمة الإعلامية.
 - 20- نظرية التماس المعلومات.
 - 21- التحدى / الاستجابة.
 - 22- التحليل السيميولوجى.
 - 23- الأطر البصرية.
 - 24- نظرية السلطة.
 - 25- المدخل المهنى.
- الأطر النظرية التى انفردت رسائل الماجستير والدكتوراة بقسم الإذاعة والتلفزيون بالاستناد إليها:**

- 1- فعالية التوقعات الإعلامية.
- 2- نموذج احتمالية إعمال العقل.
- 3- المدخل الوظيفى.
- 4- التهديدات المجتمعية.

- 5- الحظر المجتمعي.
- 6- مدخل السياق الثقافي الاجتماعي.
- 7- نموذج ماكويل لابراز تأثير عدد من المتغيرات على التخطيط البرامجي.
- 8- نظرية دافعية الاستنتاج السياسي.
- 9- نظرية الذكاء الوجداني.
- 10- نموذج كيم وروبين للاستخدامات والتأثيرات (تكراران).
- 11- نظرية التنافر المعرفي.
- 12- نظرية دوامة الصمت.
- 13- نظرية المزاج العام.
- 14- نظرية البناء الاجتماعي.
- 15- نظرية الإجماع الزائف.
- 16- نظرية التوقع - القيمة.
- 17- نظرية النموذج.
- 18- نظرية التعلم بالملاحظة.
- 19- نظرية البيئة الإعلامية.
- 20- نظرية التفاعلية.
- 21- نظرية المكون الذهني للنوع الاجتماعي.
- 22- نموذج إعلام المواطن.
- 23- FDI (يجمع بين نظرية الأطر ومدخل تحليل الخطاب والصورة الإعلامية).
الأطر النظرية التي انفردت رسائل الماجستير والدكتوراة بقسم العلاقات العامة والإعلان بالاستناد إليها:-

- 1- نظرية إصلاح الصورة الذهنية.
- 2- نماذج استراتيجيات العلاقات العام (تكراران).
- 3- نموذج تقبل أو تفضيل التكنولوجيا (تكراران).
- 4- نموذج المعتقد الصحي.
- 5- نموذج السلوك المخطط.
- 6- المدخل السوسبيولوجي.

- 7- نموذج عملية الاتصالات التسويقية.
- 8- نظرية التغيير الاجتماعي.
- 9- نموذج ماكجويد للإقناع.
- 10- نظرية المنفعة.
- 11- نموذج التفاعلية المدركة.
- 12- نموذج استجابة المستهلك لأساليب تنشيط المبيعات.
- 13- النموذج المتكامل للتصفح والبحث عن المعلومات عبر الويب.
- 14- نموذج ستانفورد لمصادقية المواقع الأليكترونية.
- 15- نموذج المدى الكامل للقيادة.
- 16- نظرية الحوار.
- 17- نموذج إدارة أزمات الصورة الذهنية للدول.
- 18- نموذج دراسة الخطاب الأيديولوجي.
- 19- المشاركة السياسية على الفيس بوك.
- 20- المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- 21- نظرية ذات العاملين.
- 22- الممارسة المتميزة لاستخدام رسائل التواصل الاجتماعي.
- 23- اتصالات الأزمات.
- 24- نموذج اتصالات الأزمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- 25- نموذج الاستجابة الإعلانية.
- 26- نموذج مواطنة المنظمة.
- 27- نموذج إطار القيم المتنافسة.
- 28- نظرية إدارة خصوصية الاتصال.
- 29- نظرية تهيئة الاتصال.
- 30- نموذج العوامل الحاكمة للسلوك التفاعلي لمستخدمات الصفحات الأليكترونية.
- 31- المداخل المفسرة لسلوك الإنسان فى وقت الفراغ.
- 32- مدخل إدارة العلاقات.
- 33- النظرية المعيارية لإدارة العلاقات الداخلية والخارجية.
- 34- مدخل الاتصال السياسى.

- 35- النماذج المعيارية لممارسة العلاقات العامة.
- 36- نماذج تعليم حقوق الإنسان (القيم والوعي – المسؤولية – التحول).
- 37- نظرية السلوك المخطط.
- 38- النموذج المعدل لقيمة المنتج عبر الوسيلة الإعلانية.
- 39- مفهوم الارتباط الوظيفي.
- 40- النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.
- رابعاً: المناهج البحثية التي تم الاعتماد عليها:-**
- كان المنهج السائد في معظم رسائل الماجستير والدكتوراة بالأقسام العلمية الثلاثة هو منهج المسح كما يظهر من الجدول التالي:-
- 1- رسائل الماجستير في الأقسام الثلاثة:**

جدول رقم (8)
المناهج التي اعتمدت عليها رسائل الماجستير

إجمالي		علاقات عامة وإعلان		إذاعة وتليفزيون		صحافة		القسم العلمي
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	المنهج
417	83,5	92	88,4	194	91,9	131	70,9	المسح
57	11,5	2	1,9	10	4,7	45	24,4	المقارن (أسلوب المقارنة المنهجية)
3	0,6	-	-	-	-	3	1,6	دراسة مستقبلية وبناء السيناريوهات
4	0,8	1	1	1	0,5	2	1,1	التجريبي
5	1	1	1	3	6,3	1	0,5	الوصفي (التحليلي)
1	0,2	-	-	-	-	1	0,5	التاريخي (تحليلي وتفسيري)
10	2	7	6,7	2	0,9	1	0,0	دراسة الحالة
-	-	-	-	-	-	-	-	وصفي تطوري
-	-	-	-	-	-	-	-	البنوي
1	0,2	-	-	1	0,5	-	-	شبه تجريبي
-	-	-	-	-	-	-	-	منهج البحوث الكيفية
-	-	-	-	-	-	-	-	مقاييس الدراسة الكمية
-	-	-	-	-	-	-	-	المنهج الكيفي
1	0,2	1	1	-	-	-	-	تحليل الخطاب
500	100	104	100	211	100	185	100	إجمالي

2- رسائل الدكتوراة فى الأقسام الثلاثة:

جدول رقم (9)

المناهج التى اعتمدت عليها رسائل الدكتوراة

القسم العلمى		صحافة		إذاعة وتليفزيون		علاقات عامة وإعلان		إجمالى	
المنهج		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
المسح		61,9	60	93	107	75	39	78	206
المقارن (أسلوب المقارنة المنهجية)		19,6	19	3,4	4	8	4	10,2	27
دراسة مستقبلية وبناء السيناريوهات		5,2	5	-	-	-	-	1,9	5
التجريبى		4,1	4	1,6	2	-	-	2,3	6
الوصفى (التحلى)		1	1	-	-	-	-	0,4	1
التارىخى (تحلى وتفسيرى)		3,1	3	-	-	-	-	1,1	3
دراسة الحالة		1	1	1	1	8	4	2,3	6
وصفى تطورى		1	1	-	-	-	-	0,4	1
البنىوى		1	1	-	-	-	-	0,4	1
شبه تجريبى		2,1	2	1	1	-	-	1,1	3
منهج البحوث الكيفية		-	-	-	-	5,6	3	1,1	3
مقاييس الدراسة الكمية		-	-	-	-	1,7	1	0,4	1
المنهج الكيفى		-	-	-	-	1,7	1	0,4	1
تحليل الخطاب		-	-	-	-	-	-	-	-
إجمالى		100	97	100	115	100	52	100	264

ومن الجدولين السابقين يلاحظ ما يلى:-

- أن منهجى التجريبى ودراسة الحالة استخدمهم الباحثون فى كل الأقسام العلمية، وأن كان ذلك بنسب محدودة.
- إن بعض الأقسام انفردت باستخدام بعض المناهج التى لم تستخدمها الأقسام الأخرى، على النحو التالى:-
انفرد قسم الصحافة باستخدام الدراسة المستقبلية وبناء السيناريوهات والمنهج التارىخى.
- كما انفرد قسم العلاقات العامة والإعلان باستخدام بعض المناهج - كما أورد ذلك الباحثون - وهى: منهج البحوث الكيفية، مقاييس الدراسة الكمية، المنهج الكيفى.
- استخدمت بعض البحوث أكثر من منهج فى الدراسة، وغالباً كان هذا المنهج هو ما

أطلقوا عليه المنهج المقارن، وأسماه آخرون أسلوب المقارنة المنهجية.
خامساً: أدوات ووسائل جمع البيانات:-

استعان أغلب الباحثين فى الأقسام العلمية الثلاثة بشكل رئيسى بصحيفة الاستبيان أو الاستقصاء أو ما أطلق عليه البعض الاستبانة كأداة لجمع بيانات دراستهم، وتلى ذلك فى الترتيب الثانى أسلوب تحليل المضمون (كمى وكيفى).

ويظهر ذلك من الجدول التالى:-

أولاً: رسائل الماجستير في الأقسام الثلاثة:-

جدول رقم (10)

أدوات جمع البيانات المستخدمة في رسائل الماجستير

القسم العلمي	صحافة		إذاعة		علاقات عامة		إجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
أدوات جمع البيانات							
صحيفة استبيان	59	28,1	159	53,5	71	51,2	289
تحليل المضمون	42	20	94	31,6	25	18	161
تحليل كفي	26	12,4	13	4,5	15	10,8	54
تحليل الخطاب	25	11,9	5	1,8	4	2,9	34
المقابلة المتعمقة المقننة	24	11,4	9	3,1	14	10,1	47
استمارة تحليل الشكل	6	2,8	-	-	-	-	6
تحليل القوى الفاعلة	7	3,3	-	-	-	-	7
مقابلة غير مقننة	4	1,9	4	1,3	2	1,4	10
مجموعات تجريبية	3	1,4	-	-	1	0,7	4
التحليل السيميولوجي	3	1,4	-	-	-	-	3
أسلوب ديلفي	2	0,8	-	-	-	-	2
استبيان أليكتروني	2	0,8	1	0,3	2	1,4	5
مقابلة غير مقننة	2	0,8	-	-	2	1,4	4
التحليل البنائي	-	-	1	0,3	-	-	1
الملاحظة بالمشاهدة والملاحظة	1	0,6	1	0,3	1	0,7	3
التحليل الثانوي على- مستويين	-	-	1	0,3	-	-	1
مجموعات شبه تجريبية	-	-	1	0,3	-	-	1
أداة التحليل الدلالي	-	-	1	0,3	-	-	1
أختبار الاتجاهات- المضطربة	-	-	1	0,3	-	-	1
اختبارى الدوائر والخطوط	-	-	1	0,3	-	-	1
اختبار رسم الرجل	-	-	1	0,3	-	-	1
مجموعات النقاش المركزة- والبؤرية	-	-	1	0,3	1	0,7	2
استبيان مترجم	-	-	1	0,3	-	-	1
مقياسى الإدراك لمحتوى- الإنترنت	-	-	1	0,3	-	-	1

القسم العلمي		صحافة		إذاعة وتلفزيون		علاقات عامة وإعلان		أدوات جمع البيانات	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
-	-	1	0,3	-	-	1	0,1	-	-
-	-	1	0,3	-	-	1	0,1	-	-
-	-	-	-	1	0,7	1	0,1	-	-
1	0,6	-	-	-	-	1	0,1	-	-
1	0,6	-	-	-	-	1	0,1	-	-
1	0,6	-	-	-	-	1	0,1	-	-
1	0,6	-	-	-	-	1	0,1	-	-
210	100	298	100	139	100	647	100		

ثانيا: رسائل الدكتوراة في الأقسام الثلاثة:-

جدول رقم (11)

أدوات جمع البيانات المستخدمة في رسائل الدكتوراة

القسم العلمي	صحافة		إذاعة وتلفزيون		علاقات عامة وإعلان		أدوات جمع البيانات	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
صحيفة استبيان	39	27,9	95	48,5	37	47,4	171	41,3
تحليل المضمون	33	23,6	77	39,3	19	24,4	129	31,2
تحليل كفي	11	7,9	5	2,6	5	6,4	21	5,1
تحليل الخطاب	13	9,2	8	4	1	1,3	22	5,3
المقابلة المتعمقة المقننة	11	7,9	3	1,5	7	8,9	21	5,1
المقابلة غير المقننة	6	4,4	1	0,5	-	-	7	1,7
استبيان أليكترونى	-	-	1	0,5	1	1,3	2	0,5
مقاييس التحليل الكمي والكيفي للشكل	3	2,1	-	-	-	-	3	0,7
الملاحظة بالمشاركة	4	2,8	-	-	2	2,6	6	1,5
التحليل الثانوى على مستويين	-	-	-	-	1	1,3	1	0,2
أداة التحليل الدلالي	2	1,4	-	-	-	-	2	0,5
جماعات النقاش المركزة البورية	-	-	1	0,5	5	6,4	6	1,5
أداة التحليل الوثائقي	2	1,4	-	-	-	-	2	0,5
التحليل الأسلوبى	2	1,4	-	-	-	-	2	0,5
مقياس علمى لتحليل السمات	1	0,7	-	-	-	-	1	0,2
تحليل المهام	1	0,7	-	-	-	-	1	0,2
التقويم المعتمد على الخطوط الإرشادية	1	0,7	-	-	-	-	1	0,2
أسلوب التصميم العاملى	1	0,7	-	-	-	-	1	0,2
الملاحظة الحقلية المباشرة داخل غرف الأخبار	1	0,7	-	-	-	-	1	0,2
مجموعات تجريبية	3	2,1	5	2,6	-	-	8	1,9
استمارة ديلفى	6	4,4	-	-	-	-	6	1,5
إجمالى	140	100	196	100	78	100	414	100

ويلاحظ من الجدولين السابقين:-

- انفراد الباحثين في بعض الأقسام باستخدام بعض الأدوات التي لم يستخدمها الباحثون في القسمين الآخرين، من ذلك استخدام الباحثين في قسم **الصحافة** لبعض الأدوات وهي استمارة تحليل الشكل، التحليل السيميولوجى، أسلوب ديلفى، أسلوب التحليل

المورفولوجي، أدوات المنهج التاريخي، مقياس جودة الخدمة الإعلامية، أداة التحليل الوثائقي، التحليل الأسلوبي، الملاحظة الحقلية داخل غرف الأخبار.

- وانفرد الباحثون في قسم الإذاعة والتلفزيون باستخدام بعض الأدوات التي لم يستخدمها الباحثون في القسمين الآخرين، وهي: مجموعات شبه تجريبية، أخبار الاتجاهات المضطربة، مقياس الإدراك لمحتوى الإنترنت، تحليل الإطار، مقياس الإنطواء.
- واستخدام الباحثون في قسم العلاقات العامة والإعلان، دليل دراسة الحالة.
- يلاحظ أن بعض الباحثين استخدموا أكثر من أداة بحثية لجمع مادة دراساتهم.
- استفاد بعض الباحثين من بعض الأدوات البحثية التي تستخدم في بعض العلوم الاجتماعية أخرى مثل اختبارى الدوائر والخطوط، اختبار رسم الرجل، تحليل المهام، مقياس علمي لتحليل السمات.

سادساً: العينات التي تم التطبيق عليها:

تنوعت العينات التي استخدمتها البحوث، وكانت **الصحف** هي أكثر العينات التي طبقتها رسائل الماجستير والدكتوراة في قسم الصحافة، في حين كان كل من **الجمهور العام** و**المؤسسات والشركات والمنظمات والبنوك والوزارات** هما أكثر العينات التي طبقتها الرسائل في قسم العلاقات العامة والإعلان، وكانت القنوات التليفزيونية هي أكثر العينات المستخدمة في قسم الإذاعة والتليفزيون:-

والجدول التالي يوضح ذلك:-

جدول رقم (12)

العينات التي طبقت عليها رسائل الماجستير والدكتوراة في الأقسام العلمية الثلاثة

إجمالي		علاقات عامة وإعلان		إذاعة وتليفزيون		صحافة		القسم العلمي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العينات
11,3	140	8,2	23	0,6	3	31,5	114	الصحف
8,7	107	8,5	24	5,4	31	14,4	52	القائم بالاتصال
13,2	163	13	37	9,5	55	19,7	71	المواقع الإلكترونية ووسائط التواصل الاجتماعي
(16,6)	204	(18)	51	18,8	109	12,2	44	الجمهور العام
9,3	114	5,3	15	12,1	70	8	29	الشباب
3,7	45	6	17	3,4	20	2,2	8	النخبة أو الصفوة
11,1	136	1,7	5	(22,4)	120	0,3	1	قنوات تليفزيونية
3,5	43	-	-	7,3	42	0,3	1	أفلام سينمائية
2,4	30	-	-	5,3	30	-	-	مسلسلات تليفزيونية
4,2	52	(18)	51	-	-	0,3	1	مؤسسات وشركات ومنظمات وبنوك ووزارات
1,6	20	2,1	6	1,7	10	1	4	إعلانات
1,5	18	0,4	1	1,2	7	2,8	10	خبراء
0,5	6	-	-	0,2	1	1,4	5	مؤسسات صحفية وإعلامية
0,3	3	-	-	-	-	0,8	3	وكالات الأنباء
0,6	8	1,7	5	0,5	2	0,3	1	حملات إعلانية وحملات تسويق إجتماعية
0,2	2	-	-	-	-	0,5	2	تشريعات
0,7	9	-	-	6,5	8	0,3	1	آباء وأمهات
0,6	8	-	-	1	6	0,5	2	ذوى الاحتياجات الخاصة
0,8	10	-	-	1,6	9	0,3	1	مراهقون
0,4	4	1	3	-	-	0,3	1	طلاب

إجمالي		علاقات عامة وإعلان		إذاعة وتلفزيون		صحافة		القسم العلمي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العينات
0,1	1	-	-	0,2	1	-	-	برامج إذاعية
1,5	18	-	-	2,8	16	0,5	2	أطفال
0,8	10	0,4	1	1,6	9	-	-	محطات إذاعية
1,2	15	-	-	2,6	15	-	-	برامج تلفزيونية
0,3	3	1	3	-	-	-	-	برامج إعلامية وبرامج علاقات عامة
0,3	3	1	3	-	-	-	-	مديرو التسويق
0,3	3	1	3	-	-	-	-	عملاء مرتقبون
1,1	14	4,9	14	-	-	-	-	عاملين
0,8	10	3,5	10	-	-	-	-	عينة من وسائل الاتصال ككل
0,3	3	1	3	-	-	-	-	الإدارة العليا
0,2	2	-	-	-	-	0,5	2	قضايا
0,1	1	-	-	-	-	0,3	1	نقابة
0,1	1	-	-	0,2	1	-	-	أفلام تسجيلية
0,1	1	-	-	0,2	1	-	-	برامج وثائقية
0,1	1	0,4	1	-	-	-	-	قنوات الاتصال المباشر
0,2	2	0,4	1	0,2	1	-	-	مسنون وكبار السن
0,2	2	0,4	1	0,2	1	-	-	مدمنون ومتعافون
1,2	15	2,1	6	0,5	3	1,6	6	أخرى
100	1227	100	284	100	581	100	362	إجمالي

ويلاحظ من الجدول السابق ما يلي:-

- هناك عدة عينات استخدمها الباحثون في كل الأقسام العلمية وهي الجمهور العام، المواقع الأليكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، الصحف، القنوات التلفزيونية، الشباب، القائم بالاتصال من الصحفيين والإعلاميين وممارسي العلاقات العامة، النخبة أو الصفوة، والإعلانات والخبراء والحملات الإعلانية وحملات التسويق الاجتماعي.
- انفرد كل قسم ببعض العينات، نظراً لطبيعة تخصصه، حيث انفرد الباحثون في قسم **الصحافة** باختيار عينات من وكالات الأنباء، النشرية الصحفية، القضايا، النقابات.
- وانفرد الباحثون في قسم الإذاعة والتلفزيون باختيار عينات من المسلسلات التلفزيونية، البرامج الإذاعية، البرامج التلفزيونية، الأفلام التسجيلية، البرامج الوثائقية.
- وانفرد الباحثون في قسم **العلاقات العامة والإعلان** باختيار عينات من مديري التسويق، العملاء، العاملين، وسائل الاتصال ككل، الإدارة العليا، قنوات الاتصال المباشر.
- أختار بعض الباحثين أكثر من عينة مثل الصحف، القائم بالاتصال من الصحفيين،

القنوات التليفزيونية وعينة من الجمهور العام أو الشباب.

- هناك بعض الرسائل لجأت إلى نوع معين من العينات وذلك بتكرار واحد مثل الجامعات، مدونون، رجال شرطة، علامات تجارية، مستثمرون، رسوم أطفال، أسر ريفية، استطلاعات رأى عام، شائعات، تطبيقات الهاتف الخلوى الذكى، معلمون.

سابعاً: تصنيف البحوث حسب الدول التي تم دراسة وسائل إعلامها:

ركزت غالبية البحوث الخاصة بالماجستير والدكتوراة على دراسة وسائل الإعلام فى مصر بنسبة 61,2% من الإجمالى، والجدول التالى يوضح تفصيلاً الدول التى تم دراسة وسائل إعلامها:-

جدول رقم (13)

الدول التي تم دراسة وسائل إعلامها في الأقسام العلمية الثلاثة

الدول المدروسة	القسم العلمي		صحافة		إذاعة وتلفزيون		علاقات عامة وإعلان		إجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مصر	112	57,5	193	59,4	96	66,1	401	61,2		
دول عربية وأجنبية	26	13,3	33	10,2	7	4,8	66	10,1		
فلسطين	8	4,2	1	0,3	-	-	9	1,4		
دول أجنبية	12	6,2	15	4,6	3	2,1	30	4,6		
أكثر من دولة عربية معاً	15	7,7	41	12,6	2	1,4	58	8,9		
ليبيا	9	4,6	7	2,1	4	2,8	20	3,1		
العراق	3	1,5	3	0,9	1	0,7	7	1,1		
الكويت	3	1,5	1	0,3	5	3,4	9	1,4		
سوريا	2	1	1	0,3	1	0,7	4	0,6		
السعودية	2	1	7	2,1	9	6,3	18	2,7		
سلطنة عمان	-	-	2	0,6	1	0,7	3	0,4		
الأردن	2	1	-	-	-	-	2	0,3		
اليمن	1	0,5	7	2,1	8	5,5	16	2,5		
لبنان	-	-	1	0,3	-	-	1	0,2		
البحرين	-	-	1	0,3	1	0,7	2	0,3		
الإمارات	-	-	-	-	5	3,4	5	0,8		
الجزائر	-	-	1	0,3	-	-	1	0,2		
غير محدد	-	-	1	0,3	2	1,4	3	0,4		
إجمالي	195	100	315	100	145	100	655	100		

ومن الجدول السابق يتضح ما يلي:-

- أن أكثر الدول التي تم دراسة وسائل إعلامها من خلال باحثين ينتمون إليها هي ليبيا بنسبة 3,1%.
- إن ما يزيد عن 10% من البحوث أجريت بأسلوب مقارنة بين وسائل الإعلام العربية وخاصة في مصر ودول أجنبية مختلفة مثل الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة.
- والأمل أن تكون هذه الدراسة التحليلية ودليل المستخلصات مفيدة لكل الباحثين وصانعي القرار الخاص برسم سياسات البحث العلمي في كلية الإعلام جامعة القاهرة وكليات وأقسام الإعلام في مختلف الجامعات المصرية.

رسائل الدكتوراة

(قسم الإذاعة والتلفزيون)

بنية الخطاب الدينى الإسلامى بالقنوات التليفزيونية (الحكومية والخاصة) والعوامل المؤثرة فيه، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2009.

تهدف هذه الرسالة إلى رصد سمات ومقومات الخطاب الدينى الإسلامى المقدم عبر القنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة وذلك من خلال ثلاث دراسات : دراسة تحليلية لمحتوى الخطاب الدينى الإسلامى المقدم فى البرامج الدينية بالقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة ودراسة مسحية (ميدانية) على القائمين بالاتصال شملت مئة مفردة من العاملين فى مجال البرامج الدينية ودراسة مسحية (ميدانية) على عينة من النخبة من الخبراء شملت مئة مفردة لمعرفة تقييمهم للخطاب الدينى الإسلامى

توصلت الرسالة إلى مجموعة من النتائج منها :

1. تركيز الخطاب الدينى الإسلامى على القضايا والموضوعات الإجتماعية والأحوال الشخصية مثل الزواج والطلاق والعلاقات الزوجية
2. عدم الإهتمام بقضايا الواقع المعاش للناس وإصرار الخطاب الدينى على أن يبدأ نقد الأوضاع الحالية للمسلمين من حقل الثقافة والتربية ومسئولية الأسرة دون أى ذكر لدور مطلوب من الحكومات أو الأنظمة السياسية
3. عدم تنوع القوالب البرمجية المقدم بها الخطاب الدينى

4. فيما يتعلق بالقائمين بالاتصال فى القنوات الحكومية تعرضهم لمجموعة

من الضغوط المهنية مثل تدخل رئيس القناة ووجود قائمة محددة بأسماء الضيوف وضعف الإمكانيات الإنتاجية وعدم الرضا الوظيفى.

5. بالنسبة للخبراء من وجهة نظرهم أن أهم نقد موجه للخطاب الدينى فى القنوات الحكومية هو عدم تعرضه بالنقد للمسؤولين إلى جانب عدم عرضه فى الأوقات المناسبة

دور القنوات الفضائية العربية فى دعم الهوية والانتماء لدى المواطن العربى: دراسة مسحية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2009.

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور القنوات الفضائية العربية فى ترسيخ مفهوم الوحدة العربية وذلك من خلال رصد قدرتها على غرس ثقافة عربية مشتركة بين المشاهدين وإمداد المواطن العربى بمعلومات وانطباعات حقيقية عن مختلف البلاد والشعوب العربية. فى هذا الإطار، قامت الباحثة بإجراء دراسة وصفية لعينة من خمس قنوات فضائية وملازمتها بدراسة تحليلية لخمس برامج تليفزيونية. برنامج عن كل قناة، وذلك لمدة دورة تليفزيونية أى ستون حلقة بمجموع ستة وسبعون ساعة. هذا بالإضافة إلى دراسة ميدانية على عينة من (400) مبحوث من العرب والمصريين المقيمين بالقاهرة.

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها:

أولاً، تقوم القنوات الفضائية العربية بدعم

الشعور بالهوية العربية لدى المواطن العربي، حيث يوجد علاقة ارتباطية إيجابية دالة بين حجم المشاهدة وقوة الشعور بالهوية العربية.

ثانياً، تقوم القنوات الفضائية العربية بتعريف الشعوب العربية بعضها البعض وغرس انطباعات ايجابية عن البلاد العربية.

ثالثاً، تقوم القنوات الفضائية العربية بتوحيد الاهتمامات العامة بين المشاهدين، خاصة فيما يتعلق بالقضايا السياسية. كما توصلت الدراسة إلى بعض الاستنتاجات الخاصة بنظرية "الغرس الثقافي" فيما يتعلق بنوع التعرض المؤدي للغرس، وحدود أثر الغرس، ووحدة قياس الغرس بالمقارنة مع نظرية "التجاذب".

111/1

على طاهر إسحاق مبارك

دور الإدارة الحديثة في تطوير المخرجات البرمجية والفنية لإتحاد الإذاعة والتلفزيون، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2009.

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الإدارة في اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ودور الإدارة الحديثة في تطوير المخرجات البرمجية والفنية لاتحاد الإذاعة والتلفزيون. استخدمت الدراسة مدخلي تحليل النظم، ودراسة الحالة للتعرف على واقع الإدارة في اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ومدى اتفاقها مع مفاهيم الإدارة الحديثة، كما اعتمدت على دراسة ميدانية على العاملين في الاتحاد بنظام الاستبيان على عينة من (400) مفردة منهم مائة من الإدارة العليا ومائة من الإدارة الوسطى ومائتين من بقية العاملين، وكان نصف العينة ذكور والنصف الآخر إناث.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها :

-أن مهارات المدير في اتحاد الإذاعة والتلفزيون متوسطة، وأن هناك انخفاضاً في مستوى تطبيقات الأساليب الإدارية الحديثة، وأن المستوى العام للمدخلات والمخرجات في الاتحاد هو المستوى المتوسط، وانتهت الدراسة إلى بناء نموذج مقترح للإدارة لتطوير المخرجات البرمجية والفنية بالاتحاد.

-تبين أن نمط الإدارة والقيادة التسلطية أو الفردية هي النمط الإداري السائد في قطاعات الاتحاد بنسبة (69%)، يليه نمط الإدارة والقيادة غير الموجهة التي تتخلى فيها الإدارة عن مسؤولياتها وتتركها للأفراد وذلك بنسبة (11.3%)، ثم نمط الإدارة الديمقراطية (6.3%).

-تبين أن المهارات الفنية، والفكرية والشخصية، ومهارات التعامل مع الآخرين لدى المديرين الحاليين باتحاد الإذاعة والتلفزيون هي مهارات "متوسطة" وأن مهاراتهم للارتقاء بالمؤسسة هي مهارات "ضعيفة".

112/1

ندى محيي الدين الساعي

دور التلفزيون في تعريف الجمهور المصري بتقنيات المعلومات الحديثة، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2009.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى قيام التلفزيون المصري بالتعريف بتقنيات المعلومات والإنترنت ، عبر البرامج المتخصصة التي يقدمها ، كما تهدف إلى الكشف عن مدى اعتماد الجمهور المصري على هذه البرامج للحصول على معلوماته في هذا المجال ، وعن الدوافع والتأثيرات

الناجمة عن هذا الاعتماد ، وتحاول الدراسة التعرف على مؤهلات وقدرات القائمين بالاتصال في هذه البرامج ، وذلك بالاعتماد على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وعلى المدخل الوظيفي، مستخدمة منهج المسح عبر استمارة استقصاء طبقت على (400 مبحوث) من سكان القاهرة الكبرى الذين يتابعون هذه البرامج ، وعبر استمارة استقصاء للقائم بالاتصال طبقت على المقدمين والمعددين والمخرجين في هذه البرامج ، وعبر استمارة تحليل المضمون لعينة من برامج تقنيات المعلومات والإنترنت ، التي يقدمها التلفزيون المصري خلال دورة برامجية .

أسفرت نتائج الدراسة عما يلي:

- اعتماد الجمهور المصري على البرامج المتخصصة في مجال تقنيات المعلومات والإنترنت التي يقدمها التلفزيون المصري للحصول على معلومات في هذا المجال وجاء ذلك متفوقاً على وسائل أخرى (كالإنترنت مثلاً)، ويكشف ذلك عن أهمية التلفزيون كمصدرٍ من مصادر الحصول على معلوماتٍ في هذا المجال .

- وبالتالي الاهتمام بشكلٍ أكبر بهذا النمط من البرامج، ومنح القائمين بالاتصال فيها الإمكانيات الفنية والتقنية اللازمة لتقديمها بما يساهم بشكلٍ أكبر في الاستفادة من خصائص التلفزيون المتعددة الفنية والتقنية .

113/1

هويدا محمد رضا الدر

معالجة الأفلام والمسلسلات العربية التي يقدمها التلفزيون المصري لموضوع تعاطي وإدمان المخدرات وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي للمدمنين،

رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2009.

تهدف الدراسة إلى التعرف على أبعاد الواقع الاجتماعي لشخصية متعاطي ومدمن المخدرات في الأفلام والمسلسلات العربية التي يعرضها التلفزيون المصري، بالإضافة إلى محاولة التعرف على علاقة هذا الواقع الاجتماعي الدرامي بإدراك المشاهدين للدراما التلفزيونية للواقع الاجتماعي الفعلي ومدمن ومتعاطي المخدرات، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي من خلال إجراء مسح لعينة عمدية من الأفلام والمسلسلات العربية التي عرضتها كل من القناة الأولى والقناة الثانية بالتلفزيون المصري على مدى دورتين برامجيتين كاملتين لمدة ستة شهور متتالية شملت (12 مسلسلاً) و(47 فيلماً) تعرضت لموضوع تعاطي وإدمان المخدرات، كما قامت الباحثة بتطبيق الدراسة الميدانية على عينة طبقية عمدية قوامها (400 مفردة) من مشاهدي الأفلام والمسلسلات العربية في محافظتي القاهرة والجيزة. وقد أسفرت نتائج الدراسة عما يلي:

- ارتفاع نسبة مشاهد التعاطي والإدمان بأنواعه المختلفة وفي مقدمتها مشاهد التعاطي المنتظم للسجائر والكحوليات من خلال أسلوب التدخين وارتبط ذلك بمظاهر السعادة والسرور والنشوة والاستمتاع للشخصيات المتعاطية. مما يعد ملمحاً سلبياً قد يشجع الأفراد على التعاطي والإدمان للمخدرات.

- ارتفاع نسبة ادراك المشاهدين لواقعية المضمون المقدم عن متعاطي المخدرات كما اثبتت الاختبارات الاحصائية وجود علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض للأفلام والمسلسلات العربية وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي لمتعاطي ومدمن المخدرات. كما يتم تقديمه من خلال الأعمال الدرامية التلفزيونية.

معالجة الإذاعة والتلفزيون لقضايا العمل في المجتمع المصري ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2009.

تحدد المشكلة البحثية في هذه الدراسة في معالجة الإذاعة والتلفزيون لقضايا العمل في المجتمع المصري ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحوها وذلك من خلال وصف وتحليل مضمون البرامج الإذاعية والتلفزيونية محل الدراسة والوقوف على طريقة طرح ومعالجة ومناقشة هذه القضايا وحجم الاهتمام الإعلامي بها ومدى فاعلية الرسائل المطروحة وتأثيرها على الجمهور. وقد تمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في سكان مدينة القاهرة ممن يقعون في سن العمل (15-59) وقد طبقت هذه الدراسة على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من سكان القاهرة مقسمة إلى 200 من الإناث و 200 من الذكور ممن يقعون في سن العمل حيث يُعد هذا الحجم ملائماً لتمثيل المجتمع. وفيما يتعلق بمجتمع الدراسة التحليلية فقد تمثل في جميع البرامج المذاعة على قنوات الإذاعة والتلفزيون المصرية التي تعالج قضايا العمل والبطالة وقد قامت هذه الدراسة لتحليل مضمون عينة من البرامج الاجتماعية والإخبارية والترفيهية والسياسية التي تعرض على القناة الأولى والثالثة بالتلفزيون المصري وإذاعة الشباب والرياضة والبرنامج العام بالإذاعة المصرية. وقد قامت الباحثة بتسجيل عينة الدراسة والتي بلغ عددها 70 حلقة من عدد 16 برنامج مقسمة إلى 10 برامج تلفزيونية و6 برامج إذاعية وذلك خلال الدورة الإذاعية والتلفزيونية من أول يناير حتى آخر مارس 2009.

معالجة الدراما العربية التي يعرضها التلفزيون المصري لقضايا الفساد في المجتمع وعلاقتها بإدراك الجمهور واتجاهاته نحوها، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2009.

تمثلت المشكلة البحثية في تحليل ورصد واقع قضايا الفساد كما تصورها الدراما العربية التي يعرضها التلفزيون المصري من خلال المسلسلات والأفلام العربية، ومن ناحية أخرى رصد ما أحدثته هذه الصورة المنقولة درامياً عن الفساد لدى الجماهير، ومدى تطابق واقع قضايا الفساد الذي يعيشه الجمهور والصورة المنقولة من خلال عالم الدراما، وذلك من خلال نظرية الغرس.

وأجريت عينة الدراسة على الأفلام والمسلسلات العربية التي عرضت على القناة الأولى والقناة الثانية وقناة النيل للدراما بالتلفزيون المصري، لمدة دورتين برامجين متكاملتين، ومدتها ستة أشهر متتالية، في الفترة من 2008/1/1 إلى 2008/6/30، كما أجريت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور المصري.

أهم النتائج:

1. أوضحت الدراسة عدم وجود فرق دال إحصائياً بين المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين وبين حجم التعرض للتلفزيون المصري.
2. عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في الدوافع الطقوسية والنفعية لمشاهدة الدراما العربية.
3. أظهرت النتائج التحليلية للدراسة أن فساد رجال الأعمال والفساد السلوكي احتل المركز الأول بنسبة 27.3%، يليه الغش بنسبة 11.6%.

العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري واتجاهاته نحوها ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2010.

تهدف هذه الدراسة لمعرفة تأثير الاعتماد على الفضائيات الإخبارية العربية في مستوى معرفة الجمهور المصري بالقضايا الداخلية واتجاهاته نحوها وذلك من خلال اختبار فروض نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام وفجوة المعرفة . واعتمدت هذه الدراسة على تحليل المضمون الإخباري (النشرات والبرامج) لقناتي الجزيرة الإخبارية والنيل الإخبارية باستخدام استمارتي تحليل مضمون واحدة للبرامج والأخرى للنشرات وكذلك أجريت دراسة ميدانية على عينة من الجمهور قوامها 450 مسحوبة بطريقة التوزيع المتساوي للمتغيرات الدراسة.

وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها:

-ميل قناة الجزيرة لعرض الأخبار المصرية بشكل سلبي عكس قناة النيل التي تتبنى الجانب الإيجابي.

-هناك علاقة بين الاعتماد على قناة الجزيرة ومستوى معرفة المبحوثين بالقضايا في حين لا توجد علاقة بين الاعتماد على قناة النيل ومستوى معرفة المبحوثين بالقضايا.

-يزداد اعتماد الجمهور المصري على قناة الجزيرة وقت الأزمات في حين أن درجة الاعتماد على قناة النيل لا تتأثر بوجود أزمات مصرية.

-هناك علاقة بين اسم القناة واتجاه المعالجة حيث تميل قناة الجزيرة لعرض الأخبار

المصرية بشكل سلبي عكس قناة النيل التي تفضل دائما الجانب الإيجابي.

-اختلاف القنوات الإخبارية (الجزيرة والنيل) في الفئات الخاصة بقضايا الدراسة حيث أبرزت كل قناة الفئات المرتبطة بالاتجاه الذي تركز عليه.

توظيف الإنترنت في تطوير الخدمات الإخبارية بالقنوات الأمريكية المتخصصة : مدخل لتطوير الخدمة الإخبارية في القنوات المصرية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2010.

تنطلق الدراسة من تصور مؤداه ان الانترنت ادت الى تطوير الخدمات الاخبارية بالقنوات الاميريكية المتخصصة وكيف يمكن الاستفادة من تجربة القنوات الاخبارية الاميريكية وعلاقتها بالانترنت في وضع نموذج لتطوير الخدمات الاخبارية في القنوات المصرية وذلك بالتطبيق على محطات وقناة النيل للاخبار CNN, MSNBC, FOX NEWS CHANNEL، من خلال مسح المحتوى المقدم من النشرات والبرامج الاخبارية وكذلك مسح عينة من القائمين بالاتصال في هذه القنوات الاميريكية والمصرية

وقد توصلت الدراسة إلى :

أن الانترنت تعد المصدر الاساسي لزيادة معارف القائمين بالاتصال واستخدامهم للانترنت بشكل يومي في عملهم الاخباري.

تصدر الموقع الاخباري للقناة مقدمة المواقع التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال في عملهم الاخباري وذلك بحكم ان الموقع يتم تحديثه ربما كل ساعة.

-ان القائمين بالاتصال يستخدمون الانترنت بشكل يومي في عملهم الاخباري حيث اصبحت الانترنت متغلطة في حياة القائمين بالاتصال ولاسيما مع النمو المتزايد في طبيعة وحكم المعلومات والاخبار علي الشبكة

معالجة قضايا المجتمع السعودي في قناتي الإخبارية والعربية واتجاهات الشباب الجامعي نحوها ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2010.

استهدفت هذه الدراسة رصد طبيعة الدور الذي تقوم به قناتي الإخبارية والعربية في طرح القضايا المرتبطة بالمجتمع السعودي ومعالجتها وأثر هذا الدور في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو هذه القضايا. وقد أجرى الباحث دراسة تحليلية على عينة من النشرات والبرامج، حيث قام بتحليل مضمون (122) نشرة إخبارية موزعة بالتساوي بين قناتي الدراسة، كما قام بتحليل مضمون (٣٤) برنامجاً بالقناتين في الفترة من الأول من أكتوبر ٢٠٠٩ وحتى ٣٠ نوفمبر خلال عام ٢٠٠٩ م. كما أجرى دراسة ميدانية على عينة عشوائية طبقية من الشباب الجامعي السعودي قوامها (٤٠٠) مفردة تم سحبها من ثلاث جامعات في المملكة هي جامعات: الملك فيصل، والملك سعود، والملك عبد العزيز.

توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها:

- اهتمام النشرة الإخبارية في قناتي الدراسة بالقضايا والموضوعات التي تتناول العلاقات السعودية العربية في المرتبة الأولى، ثم بروز العلاقات السعودية الأمريكية في المرتبة الثانية، ثم العلاقات السعودية الأوروبية في المرتبة الثالثة.
- التفوق الكبير والواضح للشكل الحوارية في البرامج المقدمة في قناتي الدراسة.
- يرى المبحوثون أهمية معالجة القضايا السعودية بقناتي الإخبارية والعربية.

- يرى المبحوثون أن البرامج هي التي تحظى بالمكانة الأولى لديهم عند متابعتهم قضايا المجتمع السعودي بقناتي الإخبارية والعربية، بينما احتلت النشرات الإخبارية المرتبة الثانية.

تأثير المعالجة التليفزيونية للقضايا السكانية على معارف واتجاهات الجمهور اليمني، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2010.

تتحدد مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على طبيعة المعالجة التليفزيونية للقضايا السكانية، وتأثيرها على معارف واتجاهات الجمهور، وتأتي أهمية الدراسة من أهمية القضايا التي تدرسها وتأثيرها على كل جوانب حياة الفرد، ومن دراستها للقضايا من خلال نظرة كلية للتداخل فيما بينها تأثيراً وتأثيراً، ويشمل مجتمع الدراسة التحليلية كل المضامين التي تناولت القضايا السكانية في التليفزيون اليمني لمدة ستة أشهر، وطبقت الدراسة المسحية على عينة عشوائية من 465 مبحوثاً من العاصمة صنعاء.

ومن أهم نتائج الدراسة :

- عدم كفاية البرامج المنتظمة التي تتناول القضايا السكانية، وعدم التوازن في توزيع المضامين خلال أيام الأسبوع وفترات البث اليومي.
- كما أظهرت الدراسة القصور في مخاطبة الرجال كجمهور مستهدف، وتصدرت البرامج الحوارية قائمة الأشكال البرمجية في إطار العينة، كما تصدرت قضية الصحة الإنجابية قائمة القضايا المطروحة، وفيما يخص الدراسة المسحية للجمهور.
- أظهرت النتائج تركيز مشاهدة المبحوثين عند المستوى المتوسط للتليفزيون اليمني،

وحرص المبحوثين على الحصول على معلومات حول القضايا السكانية بغض النظر عن المصدر، وخلصت الدراسة إلى ارتفاع مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا السكانية، كما غلب الاتجاه الإيجابي على اتجاهات المبحوثين نحو تلك القضايا.

119/1

رباب السيد عبد العزيز

دور الأفلام السينمائية والمسلسلات التي يعرضها التلفزيون في معالجة المشكلات الاجتماعية والاقتصادية للمرأة المصرية: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2010.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه الأفلام السينمائية والمسلسلات التي يقدمها التلفزيون في معالجة المشكلات الاجتماعية والاقتصادية للمرأة المصرية وأنماط تعرض المشاهدين للدراما المقدمة بالإضافة إلى معرفة أوجه الاختلاف والتشابه بين الواقع التليفزيوني لمشكلات المرأة والواقع الفعلي وفي هذا الإطار اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال تحليل مضمون عينة من الدراما التليفزيونية والتي شملت 45 فيلماً وخمسة مسلسلات أذيعت على القناة الأولى وكذلك قناة روتانا سينما، بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية بسيطة من الجمهور العام قوامها 400 مفردة من سكان محافظات القاهرة والجيزة وحلوان.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

بالنسبة للدراسة التحليلية: شغلت مشكلة الخلافات الزوجية مقدمة المشكلات الاجتماعية التي تعاني منها المرأة وتليها تربية الأبناء.

- جاءت المشكلات الخاصة بعمل المرأة في

مقدمة المشكلات الاقتصادية التي تعاني منها المرأة وتليها التطلعات المادية.

- بالنسبة للدراسة الميدانية: جاءت مشكلة الخلافات الزوجية في مقدمة المشكلات الاجتماعية التي تعاني منها المرأة المصرية وتليها الخيانة الزوجية.

- جاءت مشكلة ارتفاع تكاليف المعيشة في المركز الأول ضمن المشكلات الاقتصادية وتليها مشكلة الفقر.

- يمكن للأفلام السينمائية والمسلسلات أن تقوم بدور في معالجة مشكلات المرأة عن طريق عرض المشكلة وتحليلها

120/1

مجيب أحمد حازم الشميري

دور برامج الرأي في الفضائيات الإخبارية العربية في تدعيم المشاركة السياسية لدى طلاب الجامعات في اليمن، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2011.

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين التعرض لبرامج الرأي في القنوات الإخبارية العربية وتأثيرها على المشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي اليمني، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال إجراء مسح تحليلي لعينة من برامج الرأي على قناتي الجزيرة والعربية الإخباريتين بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية من الشباب الجامعي اليمني في جامعتين حكوميتين هما جامعتي صنعاء وتعز.

أشارت نتائج الدراسة إلى:

- وجود أدوار هامة تقوم بها برامج الرأي في القنوات الإخبارية العربية في معالجة مفاهيم ومجالات المشاركة السياسية، كما

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التعرض لبرامج الرأي في القنوات الإخبارية العربية ومستويات المشاركة السياسية .

- كشفت الدراسة عن أهمية برامج الرأي في زيادة المعرفة السياسية والاهتمام السياسي وتكوين الاتجاهات السياسية التي تعد متغيرات وسيطة في العلاقة بين الاعتماد على برامج الرأي وسلوك المشاركة السياسية لدى شباب الجامعات في اليمن .

- وجود علاقة ارتباطية بين التعرض لبرامج الرأي في القنوات الإخبارية العربية ومستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي اليمني.

- وجود علاقة ارتباطية بين مستوى التعرض لبرامج الرأي في القنوات الإخبارية العربية ومستوى المشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي اليمني.

اليوتيوب والفيس بوك بلغت في حجمها النهائي 400 طالب وطالبة .

وخلصت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي :

• قضاء طلاب الجامعة فترات طويلة في استخدام موقع الفيس بوك وهو ما يساهم في حشد موقف جمعي لصالح قضية أو فكرة ما .

• وجود علاقة داله إحصائياً بين نوعية الجامعة ومعدل استخدام موقع الفيس بوك، فطلاب جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا وطلاب الجامعة الأمريكية يستخدمون موقع الفيس بوك أكثر من مرة في اليوم الواحد بنسبة أكبر من طلاب جامعتي القاهرة والأزهر .

• جاءت دوافع استخدام موقع اليوتيوب من قبل طلاب جامعة الأزهر في التعلم والمعرفة مرتفعة عن دوافع استخدام طلاب جامعة القاهرة والجامعة الأمريكية .

123/1

طارق محمود يوسف الشوربجي

المعالجة الإخبارية لقضايا العالم الإسلامي في التلفزيون المصري ودورها في تشكيل معرفة الجمهور واتجاهاته ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2011.

سعت الدراسة إلي التعرف علي سمات المعالجة الإخبارية بالتلفزيون المصري لقضايا ودول العالم الإسلامي ، والدور الذي تلعبه هذه المعالجة في تشكيل معرفة واتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا . تضمنت الدراسة تحليل محتوى نشرة التاسعة مساءً بالقناة الأولى والبرامج الإخبارية المذاعة في الفترة من 2009/10/1 حتي 2009/11/30 ، بالإضافة إلي دراسة ميدانية علي عينة قوامها 400 مفردة من البالغين المصريين. وتوصلت الدراسة إلي أن معالجة التلفزيون المصري لقضايا العالم الإسلامي لعبت دوراً

122/1

عمرو محمد أسعد

العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية : دراسة على موقعي اليوتيوب Youtube والفيس بوك Facebook ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2011.

استهدفت الدراسة اختبار العلاقة بين معدل ودوافع استخدام الشباب المصري لموقعي يوتيوب (YouTube) والفيس بوك (Facebook) ، وقيمهم المجتمعية ، بالإضافة إلى دراسة المتغيرات الديمغرافية وتأثيرها على دوافع استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية علي الانترنت . وتم إجراء هذه الدراسة باستخدام منهج المسح ، من خلال استبيان رأي عينة من طلاب الجامعات المصرية مُستخدمي موقعي

كبيراً في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو هذه القضايا ، حيث تبني غالبية المبحوثين أطر معالجة قضايا العالم الإسلامي الثلاث محل الدراسة (القضية الفلسطينية، الملف النووي الإيراني و قضية قانون الانتخابات العراقية) .

124/1

الأميرة سماح فرج عبد الفتاح
معالجة التليفزيون والصحف للأزمات في المجتمع المصري وعلاقتها بتشكيل الإحساس بالخطر الاجتماعي ، رسالة
دكتوراه، قسم الإذاعة، 2011.

سعت الدراسة الحالية إلى التعرف على دور المعالجة الإعلامية للأزمات في إدراك الأزمات والإحساس بالخطر والتهديد وعدم الأمان لدى الجمهور المصري عبر أسلوبيين متكاملين هما كالتالي: الوقوف على الطريقة التي يتم بها تكوين الأزمات عبر الوسائل الإعلامية محل الدراسة ؛ حيث يتم في هذه المرحلة التعرف على الطرق والأساليب والكيفية التي تتناول بها هذه الوسائل الأزمة أو الموقف المجتمعي المشكل، وكيف تخرج هذه الصورة للجمهور في النهاية، كما تسعى هذه المرحلة إلى معرفة إلى أي مدى يبدو مفيداً تطبيق نظريتي التهديدات المجتمعية والخطر المجتمعي عند السعي لفهم العمليات التي تقوم بها وسائل الإعلام لخلق وتشكيل حالة الذعر والتهديد بين أفراد المجتمع ثم تبني والإبقاء على هذه الحالة. وتسعى الدراسة كذلك للتعرف على العمليات التي تؤدي إلى تحويل المعلومات الأولية الخام لأي أزمة إلى مادة إعلامية رائجة من خلال الممارسات الإعلامية في كل من التليفزيون والصحف (قومية/ حزبية/ خاصة) ، وذلك من خلال الدراسة الميدانية التي ستجرى على القائم بالاتصال . ولما كان الرابط الأساسي بين الدراسات الاجتماعية

والإعلامية المختلفة هو تبعات المضامين الإعلامية على الجمهور .

اتضح من نتائج الدراسة الميدانية:

-أن هناك ارتباطاً بالفعل بين معدل تعرض المبحوثين للوسائل الإعلامية محل الدراسة، وبين الإحساس بالخطر الجمعي لديهم، وذلك فيما يخص التعرض لوسائل الإعلام محل الدراسة مجتمعة، والصحف الخاصة محل الدراسة بمفردها، فضلاً عن التعرض لبرامج الأحداث الجارية.

بينما ثبت خطأ الفرض فيما يخص التعرض لكل من التعرض لبرامج الأحداث الجارية، والصحف القومية والصحف الحزبية محل الدراسة كل على حده.

-أوضحت بيانات الدراسة وجود اختلاف واضح في أنماط تناول الإعلام لأزمات الدراسة بين كل من برامج الأحداث الجارية محل التحليل، والصحف القومية، والحزبية، والخاصة. وعلى الرغم من تأكيد بعض الدراسات السابقة على أن الوسائل الإعلامية عادة ما تتبع أنماطاً وممارسات شائعة في تقديم القصص الإخبارية ذات الصلة بالأزمات حيث تمتاز هذه النوعية من القصص الإخبارية بأنها تحوى الكثير من القيم الإخبارية الغربية كالإثارة والصراع والتشويق... وهكذا.

125/1

ماريان إيليا زكي تادرس

معالجة الجريمة في الأفلام السينمائية العربية المقدمة في قنوات الدراما المتخصصة وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو واقع الجريمة في المجتمع المصري: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة
دكتوراه، قسم الإذاعة، 2011.

- تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية عرض ومعالجة الجريمة في أفلام السينما العربية المقدمة في قنوات الدراما المتخصصة ، كذلك معرفة تأثير تعرض الجمهور للجريمة في تلك الأفلام السينمائية على اتجاهاته نحو واقع الجريمة في المجتمع المصري. وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بالتحليل الكمي لدراسة أبعاد الظاهرة وذلك في إطار منهج المسح بالعينة الذي تم استخدامه كالتالي:
- أ - اشتملت عينة الدراسة التحليلية على (310) فيلما سينمائيا في قنوات (روتانا سينما- ميلودي افلام- نايل سينما) في الفترة من 2009/7/1 إلى 2009/9/30.
- ج- اقتصرت عينة الدراسة الميدانية على 400 مفردة من مشاهدي الأفلام السينمائية العربية، وتم اختيارهم من محافظات (القاهرة - الجيزة- 6 أكتوبر) من خلال استخدام استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.
- ارتفاع نسبة الدوافع الاقتصادية بالنسبة إلى إجمالي دوافع ارتكاب الجريمة حيث جاءت في المركز الأول بنسبة 43.76% من إجمالي الدوافع عينة الدراسة التحليلية، وفي مقدمتها جاء دافع "الحصول على المال" بنسبة 65.39%.
- جاء صدور الأحكام القانونية في المرتبة الأولى بواقع (125) حكم قانوني وبنسبة 57.34% من إجمالي أساليب المواجهة ، وهي أحكام قليلة إذا ما قورنت بعدد المجرمين البالغ 1704 مجرم، عدد مشاهد الجريمة البالغ 3465 مشهد.
- ارتفاع نسبة الجهود الرسمية لمكافحة الجريمة حتى بلغت نسبتها 74.08%، وتأتي في مقدمة الجهود الرسمية أن "الشرطة تكشف الجريمة" بنسبة 24.35%.

126/1

ميرال مصطفى عبد الفتاح

صورة العرب كما تعكسها القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية وعلاقتها باتجاهات الجمهور الأجنبي نحوها ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2011.

تحددت مشكلة الدراسة في تحليل سمات الصورة الإعلامية التي تقدمها المواد الإخبارية في القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية عن العرب والدول العربية وتأثير هذه الصورة على اتجاهات الجمهور الأجنبي نحو العرب والدول العربية وذلك لتقييم الدور الذي تقوم به هذه الفضائيات في بناء صورة ذهنية عن العرب والدول العربية لدى الجمهور الأجنبي، وذلك بالتطبيق على نظرية الغرس الثقافي. واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة،

أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

- ارتفاع نسبة الأفلام السينمائية التي تتناول الجريمة (محورا أساسيا) للفيلم بنسبة 83.87%.
- ارتفاع نسبة الجريمة في المجتمعات الحضرية حيث جاءت في المركز الأول بنسبة 93.08%، يليها المجتمعات الريفية في المركز الثاني بنسبة 4.51%.
- ارتفاع نسبة "جرائم القتل والشروع فيه" من إجمالي الجرائم الموجهة ضد الأفراد في عينة الأفلام السينمائية حيث احتلت المركز الأول بنسبة 34.36%، بينما جاءت جرائم "السراقات والنشل" في المركز الأول في تقرير الأمن العام بنسبة 55.04%.

برلنت نزيه محمد قابيل

أولويات واتجاهات الجمهور نحو قضايا المرأة المقدمة في الصحف والتلفزيون المصري : دراسة مسحية ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2011.

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية ترتيب أولويات الجمهور وتشكيل اتجاهاته، فيما يتعلق بقضايا المرأة المقدمة في الصحف والتلفزيون مركزة على قضيتي المشاركة السياسية وختان الإناث، مستخدمة نموذجي وضع الأجندة Agenda Setting واحتمالية إعمال العقل Elaboration Likelihood Model. حيث أجريت العينة التحليلية على كل المواد الإعلامية التي تناولت قضايا المرأة في كل من التلفزيون والصحافة خلال الفترة من فبراير 2010 إلى يوليو 2010، كما أجريت العينة الميدانية على أربعين مفردة، عشرون منهم من الشخصيات القيادية في جماعات المصالح المهتمة بالمرأة، وعشرون غيرهم من الإعلاميين المهتمين بقضايا المرأة.

أهم النتائج:

1. أظهرت النتائج صحة الفرض القائل بتأثير عملية وضع الأجندة على اتجاهات الجمهور محل الدراسة.
2. تصدرت القضايا الاجتماعية قائمة أهم القضايا المطروحة على أجندة الجمهور بنسبة 31.5%، تلتها قضايا العنف ضد المرأة بنسبة 21.6%.
3. توجد علاقة إيجابية ضعيفة بين متغير النوع ومستوى المعرفة بقضية المشاركة السياسية، حيث تراوح مستوى معرفة الإناث بقضية المشاركة السياسية بين المستوى المتوسط والمستوى المرتفع، في حين كان 16.7% من الذكور لديهم مستوى منخفض بالمعرفة بهذه القضية.

حيث تم تحليل مضمون عينة من النشرات والبرامج الإخبارية في قناتي . BBC World News , CNN International وذلك لمدة ستة اشهر، كما تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية تتكون من 200 مبحوث في الولايات المتحدة وبريطانيا بواقع 100 مبحوث في كل بلد من المتابعين للقنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية محل الدراسة .

أهم نتائج الدراسة :

- اهم السمات السلبية للدول العربية في النشرات الإخبارية هي وجود العديد من الحركات المتطرفة في الدول العربية وانتشار الحوادث الإرهابية .

- اهم السمات الإيجابية للشخصية المحورية في النشرات محل الدراسة هي سمتي ودود وطيب ، واهم السمات السلبية للشخصية المحورية في النشرات محل الدراسة هي متعصب وارهابي .

- اتضح سيطرة الإتجاه السلبي على اتجاه التناول الإخباري للموضوعات والقضايا العربية .

- تصدرت الموضوعات الاقتصادية قائمة الموضوعات التي تناولتها برامج القنوات محل الدراسة .

- اهم السمات الإيجابية للدول العربية في البرامج الإخبارية هي تمتع الدول العربية بوجود العديد من الأماكن السياحية ، وكذلك اهم السمات السلبية للدول العربية في البرامج الإخبارية هي تدهور الأوضاع الاقتصادية .

- كانت اهم السمات الإيجابية للعرب من وجهة نظر المبحوثين هي التدين وتصدرت سمة فقير قائمة السمات السلبية .

4. لم يظهر أي تأثير لمتغير النوع الاجتماعي على اتجاهات المبحوثين نحو قضية المشاركة السياسية، في حين ظهر تأثير هذا المتغير على شدة الاتجاه نحو قضية ختان الإناث.

128/1

عبير محمد حمدي

تأثير طرق العرض في إدراك وتذكر المضمون الإخباري : دراسة تجريبية مقارنة بين التليفزيون والوسائط المتعددة عبر الإنترنت ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2011.

تناولت الدراسة تأثير طرق العرض في إدراك وتذكر المضمون الإخباري من خلال التليفزيون مقابل الإنترنت عبر الوسائط المتعددة، في إطار مدخل نظري حديث وهو مدخل السعة المحدودة لتمثيل الرسائل عبر وسيط، والذي طرحته، Lang, et al. لانج وزملائها باعتباره أحد فروع نظرية تمثيل المعلومات، كما اختبرت الدراسة بعض المتغيرات الوسيطة التي قد تدعم أو تضعف من دور وسائل الإعلام في إدراك وتذكر المضمون المقدم مثل: الاهتمام واستخدام وسائل الإعلام والنوع.

أهم النتائج التطبيقية التي تم التوصل إليها:

- ارتفاع نسبة الوقت المستغرق في استخدام شبكة الإنترنت كمصدر رئيس لاستقاء الأخبار والمعلومات عن الأحداث الجارية المحلية والعالمية خاصة بين فئة الشباب أكثر من كبار السن.

- لازالت الدراما تحتل المرتبة الأولى في قائمة المضمون التليفزيوني الذي يحرص الأفراد على مشاهدته.

- هناك مقاييس تسهم في قياس جودة الموقع

منها: الفائدة- سهولة الاستخدام- السرعة- التصميم المناسب- الاستخدام الواضح للألوان والأشكال- بساطة شكل الموقع.

-تساعد الوسائط المتعددة المستخدمة في الموقع في زيادة معدلات الإدراك ومن ثم التذكر للمعلومات الواردة؛ حيث إنها آليات تدعم تمثيل المعلومات الواردة بالموقع واستقرارها في الذاكرة.

129/1

عائشة بنت سعيد بن محمد الغابشي

دور الفضائيات الإخبارية العربية في ترتيب أولويات القضايا الخليجية لدى الجمهور العماني ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2011.

تهدف هذه الدراسة لمعرفة دور القضايا الإخبارية العربية في ترتيب أولويات الجمهور العماني نحو قضايا الخليج العربي، حيث يتم التعرف من خلال هذه الدراسة على العلاقة التي تربط الجمهور العماني بالفضائيات الإخبارية . كذلك تسعى الدراسة إلى تحديد أهم قضايا دول مجلس التعاون لدول الخليج العربي، و التي تشغل الجمهور العماني والفضائيات العربية الإخبارية وبخاصة التي ترتبط ملكيتها بدول أو أفراد من مجلس التعاون. واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح، وتضمنت الدراسة صحيفة استقصاء ميداني على عينة من الجمهور العماني بلغت 400 مفردة، 300 ذكور و 100 إناث، وصحيفة تحليل مضمون تم تطبيقها على عينة من النشرات الإخبارية لقناتي الجزيرة والعربية الإخباريتين خلال الفترة من 1-28 فبراير 2010 .

أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

- أكثر القنوات مشاهدة من الجمهور العماني كانت الجزيرة في الترتيب الأول تليها العربية ثم قناة BBC العربي .

- توجد علاقة ارتباط إيجابية بين ترتيب أولويات القضايا الخليجية في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة ، و ترتيب أولويات تلك القضايا لدى الجمهور العماني.

- تتأثر قوة العلاقة بين ترتيب القضايا الخليجية كما تعكسها الفضائيات الإخبارية عينة الدراسة و ترتيب تلك القضايا لدى الجمهور العماني بالعوامل الديموغرافية (النوع ، العمر ، الحالة الاجتماعية، مستوى التعليم ، المستوى الاقتصادي) .

- تتأثر قوة العلاقة بين ترتيب القضايا الخليجية كما تعكسها الفضائيات الإخبارية عينة الدراسة و ترتيب تلك القضايا لدى الجمهور العماني بالعوامل الوسيطة (حجم التعرض، مستوى المصادقية، الاتصال الشخصي)

-**خلصت الدراسة الميدانية إلى:** أن التلفزيون يحتل مكانة مرتفعة في البيئة الاتصالية للمبشرين عينة الدراسة، حيث اتضح أن البرامج الإخبارية (نشرات الأخبار والبرامج) هي المصدر الرئيسي للمعرفة السياسية لنسبة كبيرة منهم، كما تبين احتفاظ الصحافة التقليدية الورقية بمكانتها المتميزة رغم ظروف العصر الذي يتميز بالسرعة والفورية في نقل الأحداث.

-وجود تناقض واضح بين إجابات القائمين بالاتصال في قناة النيل وواقع الممارسة الإعلامية للقناة، والذي ظهر بشكل جلي في التغطية الإعلامية للقناة خلال أحداث 25 يناير 2011 م، وما تلاها من احتجاجات ومظاهرات أدت إلى سقوط النظام الحاكم في مصر، حيث ظهر فشل المنظومة الإعلامية الحكومية في التعامل مع هذه الأحداث

-**خلصت الدراسة التحليلية إلى:** وجود فروق واضحة بين القنوات الإخبارية الثلاثة في أساليب معالجتها للقضايا السياسية والأمنية، كما تبين عدم وجود اختلافات واضحة بين القنوات الإخبارية الثلاثة حسب طبيعة ووظائف الأطر الإخبارية المستخدمة في المعالجة الإخبارية، وكذلك عدم وجود اختلافات بين القنوات الثلاثة في استخدام الأطر المرجعية للأفكار الرئيسية المتعلقة بقضايا الشرق الأوسط السياسية الأمنية موضع الدراسة.

131/1

مايا أحمد البيضا

التغطية التلفزيونية للقضايا اللبنانية السياسية وعلاقتها باتجاهات الرأي العام اللبناني نحوها، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2012.

130/1

فاطمة شعبان محمد حسن صالح

المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط السياسية والأمنية : دراسة مقارنة بين قنوات الحرة الأمريكية والعالم الإيرانية والنيل للأخبار المصرية وإنعكاسها على الجمهور المصري، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2011.

تتناول الدراسة المعالجة الإعلامية لقضايا الشرق الأوسط والأمنية في قنوات الحرة الأمريكية والعالم الإيرانية والنيل وقناة مصر الإخبارية، بالإضافة إلى التعرف على أجندة اهتمامات الجمهور المصري الخاصة بقضايا الشرق الأوسط والأمنية في منطقة الشرق الأوسط والأطر التي يتبناها، في ضوء الاعتماد على نظريتي الأطر الإعلامية ووضع الأجندة مدخلا نظريا للدراسة.

أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

مرودة رجاء رضوان شافعي المتعافي
(باللغة الإنجليزية)

دور التلفزيون في تشكيل الوعي السياسي لدى المرأة المصرية: دراسة مسحية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2012.

تمر مصر بحالة من الحراك والإصلاح السياسي منذ منتصف العقد الأول من القرن الواحد والعشرين.. ولما كانت النساء في مصر من الفئات المهمشة سياسياً برغم كل جهود المجلس القومي للمرأة وما شابهه من منظمات تهتم بالمرأة.. ولما كان للتلفزيون من دور مهم في بلد ترتفع فيه نسبة الأمية.. كان من الضروري معرفة الدور الذي تقوم به القنوات الحكومية الأرضية في نشر الوعي السياسي بين نساء مجتمع القاهرة الكبرى قبل ثورة 25 يناير. وفي بلد ترتفع فيه نسبة الأمية وبناء على ما سبق من دراسات في مجال الإعلام فان التلفزيون هو الوسيلة الأكثر انتشاراً وجاهية. لذا فان الباحثة قامت بدراسة تحليلية لما يقدمه تلفزيون الدولة من خلال قنواته الرئيسية لمعرفة ما يقدمه في هذا المجال. كما اعتمدت الدراسة على اجراء استبيان على عينة من النساء المصريات في منطقة القاهرة الكبرى لمعرفة انماط تعرضهن للتلفزيون ومستوى معلوماتهن السياسية وما اذا كانت الدراما تؤثر في حياتهن بشكل أو آخر.

أهم نتائج الدراسة:

-من أهم نتائج الدراسة التحليلية هي ارتفاع نسبة المضامين الاجتماعية مثل الهجرة غير الشرعية والأدمان في البرامج والدراما المقدمة من خلال شاشات التلفزيون المصري الأرضي، بينما قلة نسبة المضمون السياسي في الدراما بشكل ملحوظ.

-وفي الدراسة الميدانية تبين للباحثة ان المشاركة السياسية بالنسبة للنساء -اثناء اجراء الاستبيان في 2009- ما هي الا

استهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل التغطية الخبرية في نشرات الأخبار، والبرامج الإخبارية المقدمة في القنوات الفضائية اللبنانية "المنار"، و"المستقبل الإخبارية"، و"تلفزيون لبنان"، وعلاقة دور هذه المادة الخبرية باتجاهات الرأي العام اللبناني نحو القضايا السياسية اللبنانية، اعتمدت الدراسة على أسلوب المسح، حيث استخدم هنا المسح بمستوييه التحليلي، والميداني، لتوصيف معالجة القضايا اللبنانية السياسية وملامح هذه المعالجة وأساليبها بقنوات الدراسة الثلاث، والتحليل لرصد وقياس العلاقات بين أساليب وملامح هذه المعالجة وبين اتجاهات الرأي العام اللبناني نحو القضايا نفسها. وتعتمد الدراسة على المنهج المقارن عند رصد أوجه التشابه والاختلاف على المستويين التحليلي والميداني. اما في إطارها النظري والتطبيقي تعتمد الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وقد تمثلت عينة الدراسة التحليلية في نشرات أخبار وبرامج إخبارية، حيث تم التركيز على النشرة الرئيسية في كل قناة من القنوات الثلاثة عينة الدراسة، فتم تحليل محتوى النشرات عينة الدراسة والتي غطت فترة خلال شهرين، من أول آذار/ مارس 2010م، وحتى نهاية نيسان/ أبريل 2010م. أما بالنسبة للبرامج الإخبارية، فقد طبق البحث على سبع برنامج وهي بالنسبة لقناة المنار: مع الحدث، وحديث الساعة، وبين قوسين، وفي قناة المستقبل الإخبارية برامج: الاستحقاق، وستديو 24، Interviews، ومن قناة تلفزيون لبنان تم اختيار برنامج لبنان اليوم، وذلك خلال نفس الفترة الزمنية التي تم فيها التطبيق على النشرات الإخبارية. وقد طبقت الدراسة في شقها الميداني على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الجمهور اللبناني

مصدر للمشاكل. وبالرغم من وجود المجلس القومي لحقوق الانسان والمجلس القومي للمرأة وغيرهما من المنظمات التي طالما دافعت ونادت بأهمية مشاركة المرأة السياسية فإن دل ذلك على شيء فهو يدل على ان الواقع والبيئة السياسية في تلك الفترة لم تكن مشجعة للسيدات.

لذا فمع تطور الوضع السياسي بعد ثورة 25 يناير وتغير اقبال السيدات المصريات على المشاركة في الانتخابات البرلمانية والاستفتاءات فان من توصيات هذه الدراسة ان يتم تطوير شكل البرامج السياسية لتلقى قبولا لدى المشاهدات. حيث ان الدراسة اثبتت ان مع وجود الاهتمام السياسي فان التعرض للبرامج السياسية يكون بنسبة أعلى. لذا فان تطوير البرامج السياسية من حيث الشكل والمضمون واسلوب التقديم يساعد بشكل كبير على تحفيز السيدات لتلقي المعلومات مما يساعدهن في عملية اتخاذ القرار عند المشاركة. وهناك علاقة ايجابية بين عوامل المستوى التعليمي والاجتماعي ومستوى الوعي السياسي لدى المبحوثات عينة الدراسة

133/1

زينب محمد حامد حسن

تأثير الاعتماد على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية على معارف وسلوكيات الجمهور المصري، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2012.

التعرف على "تأثير الاعتماد على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية على معارف وسلوكيات الجمهور المصري" وذلك من خلال تحليل عينة من برامج الإفتاء المقدمة على الفضائيات العربية بناء على دراسة استطلاعية للجمهور، هذا

بالإضافة إلى دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري المتابع لتلك البرامج للتعرف على مدى اعتماده على تلك البرامج واثار ذلك على معارفه نحو تلك الفتاوى، وتطبيق تلك الفتاوى في سلوكياته اليومية. وذلك من خلال دراسة ميدانية بلغت (400 مفردة) من محافظات (القاهرة - الجيزة - القليوبية) وتوصلت الباحثة للنتائج التالية:

أهم النتائج العامة للدراسة الميدانية:-
غالبية العينة من المبحوثين تعتقد أن برامج الفتاوى الدينية تقدم لهم دانماً معلومات يمكنهم استعمالها في حياتهم اليومية بنسبة بلغت (27.7%)، وأخيراً هناك بعض أفراد العينة يرون أنها لا تقدم لهم معلومات يمكنهم استعمالها في حياتهم اليومية بنسبة بلغت (2.5%).

-أعلى نسبة ثقة من المبحوثين للفتاوات الفضائية العربية التي تقدم برامج للفتاوى الدينية هي لقناة "اقرأ" الفضائية بنسبة بلغت (75.7%)، تليها في الترتيب قناة "المجد الفضائية" بنسبة بلغت (75.4%)، تليهم قناة "الرسالة" بنسبة بلغت (72.6%)، ثم قناة "المحور" بنسبة بلغت (42.9%)، ثم قناة "الحياة 1" بنسبة بلغت (39%) وأخيراً "قناة دريم 2" بنسبة بلغت (38.4%).

-أهم الحلول العملية من وجهة نظر المبحوثين للتصدي لظاهرة تعدد الفتاوى الدينية وتضاربها يكمن في جميع الحلول المطروحة وهي (وجود مرجعية واحدة للإفتاء متمثلة في الأزهر الشريف- الاعتماد على أشخاص مؤهلين للفتوى- التصدي لمحاربة الفتاوى الخاطئة) بنسبة بلغت (68.9%)، تليها "وجود مرجعية واحدة للإفتاء" بنسبة بلغت (24.2%)، ثم "الاعتماد على أشخاص مؤهلين للإفتاء" بنسبة (14.6%)، وأخيراً "التصدي

لمحاربة الفتاوى الخاطئة" بنسبة بلغت (7.1%)، وأيضًا هناك أخرى تذكر وتتضمن حلول أخرى للتصدي لهذه الظاهرة ومنها (الاختلاف في الرد على الفتاوى وارد وهذه سنة الله في خلقه- عرض الرأي المرجح وعمل برامج مخصصة لعرض الآراء الفقهية- الرجوع إلى القرآن وأمّهات الكتب- الرجوع لكتاب الله والسنة المحمدية- العرض الصادق لكل القضايا الفقهية والمختلف فيها بين الفقهاء ومعرفة الرأي المستند والمتن الصحيح وما فصل فيه رسول الله ﷺ وما فصل فيه جمهور الفقهاء بالإجماع- أن يكون المفتي له تصريح لأن يفتي الناس سواء في الواقع أو من خلال الفضائيات) ونسبة بلغت (2.2%).

134/1

نسرین محمد عبد العزیز

دور الدراما المصرية في الفضائيات العربية في نشر ثقافة السلام لدى طلبة الجامعات، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2013.

تتناول هذه الدراسة الدور الذي تقوم به الدراما التلفزيونية و السينمائية المصرية المقدمة في القنوات الفضائية العربية في نشر ثقافة السلام لدى طلبة الجامعات، بالإضافة إلى التعرف على الأنواع المختلفة لثقافة السلام، و أكثر أنواع ثقافة السلام ظهورا و انتشارا في الدراما المدروسة، و تأثير ذلك في إدراك طلبة الجامعات لثقافة السلام، و الاهتمام بهذه الثقافة و الاتجاه نحوها. و قد تم إجراء الدراسة التحليلية على عينة من الأفلام و المسلسلات العربية المقدمة على قناة الحياة أفلام و قناة الحياة مسلسلات، و باستخدام أسلوب تحليل المضمون توصلت الدراسة إلى أن قرابة

نصف الأفلام في العينة التي تم تحليلها تحدثت عن ثقافة السلام بشكل غير مباشر

توصلت الدراسة الى ان الطلاب عينة الدراسة كانوا واسعى الأفق إلى حد ما، فهم يدركون ثقافة السلام بالمعنى الشامل لها، وليس بالمعنى الضيق والأقرب إلى المنطق؛ فقد اعتاد البشر منذ قديم الأزل على أن السلام هو عكس الحرب، وأن فترات السلام تلي فترات الحروب، وبوجود السلام لا يوجد حروب، ولا توجد أسلحة دمار شامل، مما يشير إلى أن السلام يدرك على أنه القضاء على الحروب بين الشعوب، وهذا المعنى هو الأقرب إلى عقل الإنسان، ولكن إدراك طلبة الجامعة انصب بشكل كبير حول المعنى الشامل لثقافة السلام، فهذه الثقافة لديها عدة محاور أهمها احترام الحياة وإنهاء العنف، والاحترام الكامل لحقوق الإنسان، فالإنسان له الحق في أن يعيش ويأكل ويتعلم جيدا، وأن يكون لديه حرية سياسية وفكرية ودينية، وأن يعيش في سلام وأمان، وأن يعامل باحترام، وألا يهان، كما يجب أن تحترم آدميته، وأن يحترم دينه. وإذا احترمت حقوق الإنسان جميعها، وحصل كل فرد على حرياته، فلن تكون هناك ثقافة حرب، ولن تكون هناك ثقافة عنف، وستنتشر ثقافة السلام، ولهذا فإن هذا المعنى هو المعنى الأشمل لثقافة السلام والذي حظي في الوقت نفسه بوزن ترجيحي أعلى بالنسبة للطلبة.

ولفتت الدراسة إلى أن التسامح الديني وسيادة مشاعر الحب كمعنى لثقافة السلام قد جاء في المرتبة الثانية، مما يدل على أن عينة الدراسة أدركوا ثقافة السلام الديني؛ فباحترام الديانات والتسامح الديني لن يكون هناك عنف ولن يكون هناك تطرف ولن يكون هناك إرهاب، فالإرهاب هو أساس العنف الاجتماعي والسياسي، والتطرف الديني هو أحد محاور الحرب الطائفية

والمهددة للسلام، وبالقضاء على التطرف الديني سيتحقق السلام. أما عن خلو العالم من الحرب والبعث عن استخدام أسلحة الدمار الشامل وخصوصا الحد من التسليح النووي والذي يرسخ لثقافة السلام، فقد جاء في المرتبة الأخيرة، مما يشير إلى أن طلبية الجامعة عينة الدراسة قد أدركوا أن هذا المعنى لثقافة السلام هو المعنى الضيق، والتي يمكن اعتبارها إيجابية في حد ذاتها.

135/1

نهى سمير محجوب

المتغيرات المعرفية الاجتماعية في المضمون التليفزيوني وعلاقتها بالنوايا السلوكية الصحية للجمهور المصري، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2013.

تسعى الدراسة إلى اختبار تأثير الرسائل الصحية التليفزيونية في مقابل محاضرات التوعية على معرفة السيدات عن مرض سرطان الثدي و قياس إدراك المبحوثات لأهم متغيرات المعرفة الاجتماعية بعد التعرض للرسالة الصحية . و كذلك المقارنة بين تأثير الرسائل الصحية التليفزيونية المختلفة على إدراك المبحوثات لتهديد المرض لهن و النية للقيام بالسلوك الصحي السليم . و تعتمد الدراسة على المنهج التجريبي لاختبار تأثير المتغيرات المعرفية الاجتماعية و ذلك من خلال تصميم دراستين تجريبتين

136/1

ياسر عبد اللطيف إمام أبو النصر

تأثير السياسة الإعلامية في الأطر الإخبارية للقضايا العربية في قناة الجزيرة، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2013.

أجريت الدراسة الحالية بهدف

رصد و قياس تأثير السياسة الإعلامية في الأطر الخبرية لمعالجة القضايا العربية في قناة الجزيرة. و تندرج الدراسة الحالية ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بعمليات جمع و معالجة البيانات عن الظاهرة البحثية المعنية بغية سبر أغوارها و الوقوف على آليات عملها في المجتمع البحثي المعين. و قد استعان الباحث في هذه الدراسة بمنهج المسح بشقيه الوصفي و التحليلي من خلال إجراء دراسة مسحية على المضامين الإخبارية بقناة الجزيرة، فضلا عن مسح اتجاهات صناع الأخبار بالقناة حول الآليات التي يتم توظيفها في معالجة القضايا العربية المهمة ممثلة في القضية الفلسطينية

137/1

ريهام محمد صلاح

المشكلات الاقتصادية للأسرة المصرية كما تعكسها المسلسلات والأفلام واتجاهات الجمهور نحوها، (دراسة تحليلية وميدانية)، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2013.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية عرض و معالجة المشكلات الاقتصادية للأسرة المصرية في المسلسلات والأفلام المقدمة في قنوات الدراما المتخصصة، كذلك معرفة تأثير تعرض الجمهور لهذه المشكلات الاقتصادية في تلك المسلسلات والأفلام على اتجاهاته نحوها. وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بالتحليل الكمي لدراسة أبعاد الظاهرة و ذلك في إطار منهج المسح بالعينة الذي تم استخدامه كالتالي: اشتملت عينة الدراسة التحليلية على (5 مسلسلات) في قنوات (الحياة مسلسلات و بانوراما دراما 1) في الفترة من 11 أغسطس و حتى يوم 10 سبتمبر من عام 2010 و(50 فيلما

- يرى المبحوثون أن المسلسلات المصرية و الأفلام السينمائية العربية نجحت إلى حد ما في تقديم حلول للمشكلات الاقتصادية للأسرة المصرية بنسبة 53.8%، تلتها فئة المبحوثين الذين رأوا أن المسلسلات والأفلام لم تنجح في تقديم حلول للمشكلات الاقتصادية للأسرة المصرية وذلك بنسبة 36.3%.

- اتفقت كل من الدراستين الميدانية والتحليلية على أن المسلسلات التلفزيونية اهتمت بشكل أكبر بعرض المشكلات الاقتصادية للأسرة المصرية عن تلك التي قدمتها الأفلام السينمائية.

138/1

جمال عيسى ميلود عبد الله

دور البرامج العلمية والتكنولوجية في الفضائيات العربية في نشر الثقافة العلمية وتشجيع الابتكار لدى الشباب الجامعي الليبي، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2013.

تهدف هذه الدراسة الي التعرف على دور البرامج العلمية والتكنولوجية في القنوات الفضائية التلفزيونية العربية ومساهماتها في نشر الثقافة العلمية لدى الشباب الجامعي الليبي ، كذلك التعرف على مدى العلاقة التي تربط بين معدلات التعرض لهذه البرامج العلمية والتكنولوجية وتشجيع التفكير الابتكارى لدى الشباب الجامعي الليبي .وكذلك تحديد المتغيرات التي تؤثر في عملية نشر الثقافة العلمية وتشجيع الابتكار لدى الشباب الجامعي الليبي. واستندت الدراسة في بنائها النظري وتطوير فروضها علي المزج بين مدخلين نظريين يشكلان أساساً لبناء التساؤلات وفروض الدراسة وهما : نظرية

سينمائية) في قنوات (روتانا سينما و كايرو سينما) في الفترة من 2011/1/1 و حتى 2011/3/31، اقتصرت عينة الدراسة الميدانية على 400 مفردة من مشاهدي المسلسلات التلفزيونية المصرية و الأفلام السينمائية العربية، وتم اختيارهم من محافظات (القاهرة و الجيزة) من خلال استخدام استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.

أهم النتائج التطبيقية التي تم التوصل إليها:

- ارتفاع نسبة الأسر صغيرة الحجم أي التي تتكون من عدد قليل من الأفراد حيث بلغت نسبة الأسر المكونة من فردين 45.7% في عينة المسلسلات و 51.86% في عينة الأفلام.

- ارتفاع نسبة "رجل الأعمال" كمهنة لعائل الأسر التلفزيونية حيث احتلت المرتبة الأولى في كل من المسلسلات والأفلام وذلك بنسب 17.39% و 21.99% على التوالي.

- لم يظهر ريف الوجه القبلي في عينة المسلسلات على الإطلاق، و ذلك على الرغم من أن الفقر والمشكلات الاقتصادية للأسر المصرية في الواقع تتركز بنسبة أكبر كثيرا في ريف الوجه القبلي المصري، أما فيما يتعلق بالأفلام السينمائية في هذه الدراسة فنجد أن ريف الوجه القبلي قد ظهر بنسبة 1.65% و هي نسبة ضئيلة جدا أيضا.

- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن نسبة من يشاهدون المسلسلات المصرية و الأفلام السينمائية العربية بهدف "التسلية و ترفيهية وقت الفراغ" جاءت في المرتبة الأولى فيما يتعلق بكل من عيني الآباء و الأبناء و ذلك بنسبة 54.4% و 63.3% على التوالي.

الغرس الثقافي التي صاغها جورج جرنبر ونظرية إنتشار المستحدثات التي أسسها إيفرت روجرز . وتنتمي هذه الدراسة إلي طائفة الدراسات الوصفية التي اعتمدت علي منهج المسح الإعلامي من خلال مسح الرأي العام ، وقد تمثل مجتمع هذه الدراسة في مجتمع الشباب الجامعي في ليبيا . وقام الباحث بإجراء دراسة ميدانية باستخدام صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات من عينة عشوائية طبقية قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعي الليبي ، بهدف دراسة المتغيرات التي تلعب دورا في نشر الثقافة العلمية والتكنولوجية لديهم من خلال مشاهدة البرامج العلمية والتكنولوجية في القنوات الفضائية التلفزيونية العربية .

أهم النتائج فيما يلي.

- أوضحت نتائج الدراسة أن " القنوات الفضائية " هي المصدر الأول للمعلومات العلمية والتكنولوجية بالنسبة للمبجوثين، ويليه مواقع الإنترنت المتخصصة في المجال العلمي والتكنولوجي ، وجاء في الترتيب الثالث الكتب المتخصصة .

- بينت نتائج الدراسة أن كثافة المشاهدة لدى الشباب عينة الدراسة هي في المستوى المتوسط ، والمستوى الكثيف .

- أوضحت نتائج الدراسة إرتفاع مستوى تحصيل الثقافة العلمية والتكنولوجية لدى الشباب عينة الدراسة

- أوضحت نتائج الدراسة إرتفاع مستوى ادراك أهمية الإبتكار العلمي والتكنولوجي في المجتمع لدى الشباب عينة الدراسة .

دور القنوات الإخبارية في تشكيل الصور الذهنية عن الدول العربية لدى الجمهور المصري، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2013.

تهدف الدراسة إلى تحليل الصورة الإعلامية للدول العربية كما تعكسها المعالجة الإخبارية في الفضائيات الإخبارية العربية محل الدراسة (الجزيرة - النيل الإخبارية - العربية)، ودور هذه القنوات في تشكيل الصور الذهنية عن الدول العربية لدى الجمهور المصري -عينة الدراسة- ودراسة المتغيرات الوسيطة المؤثرة على فاعلية هذه القنوات (سواء كانت خاصة بالوسيلة أو الجمهور). وطبقت الدراسة نظريتي الأطر الإخبارية والهوية الاجتماعية .وقد استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة بشقيه: التحليلي، والميداني؛ حيث تم إجراء دراسة تحليلية باستخدام استمارتي تحليل مضمون النشرات والبرامج لعينة من النشرات و البرامج الإخبارية المذاعة على القنوات محل الدراسة في الفترة من 16- 5- 2010 إلى 30-6- 2010 ، كما أجرت الباحثة دراسة تطبيقية كيفية تضم الدول العربية عامةً ، و خمس دول عربية محددة (فلسطين - العراق- مصر - السعودية - قطر). كما تم إجراء دراسة ميدانية على عينة عمدية قوامها (432) مبحوثاً من مشاهدي الفضائيات الإخبارية العربية عينة الدراسة في محافظتي الجيزة و القاهرة .

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- جاءت سمات الدول العربية السلبية تفوق الإيجابية ، و تمثلت في انتقاد الفعل العربي الجمعي، والممارسات السياسية العربية، والتركيز على الخلافات والانقسامات العربية، والعجز العربي، والتبعية للآخر، وانتشار الفساد، وديكتاتورية الحكم،

والسيطرة على وسائل الإعلام وأجهزة الأمن ، و إهمال الشعوب العربية وعدم الالتفات إلى مشكلاتها.

- يوجد فروق دالة إحصائياً بين قنوات الدراسة في تأطير صور الدول العربية ؛ حيث يؤثر نمط ملكية القناة ، والعلاقات العربية - العربية و سياسة الدولة المالكة للقناة على إنتاج الصور الإعلامية المقدمة عن الدول العربية.

- توجد علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين التعرض لقناتي الجزيرة و العربية و الصور الذهنية عن الحكومات العربية

- تؤكد هذه الدراسة أن للأحداث الكبيرة و الأزمات الخطيرة تأثيراً على تشكيل الصور الذهنية عن الدول العربية كأحداث الثورات العربية العربية ، حيث ثبت صحة الفرض القائل: بوجود فروق في الصور الذهنية عن الدول العربية قبل وبعد ثورة 25 يناير لصالح ما قبل الثورة. أي أن صورة الدول العربية كانت أكثر سلبية بعد الثورة.

- تشير نتائج هذه الدراسة إلى تحقق صحة الفرض الرئيسي لنظرية الهوية الاجتماعية، حيث أثبتت الدراسة صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين الهوية العربية و الصور الذهنية عن الدول العربية .

140/1

علا عبد القوى عامر محمد

النماذج البشرية في الإعلانات التليفزيونية وآثارها الاجتماعية والثقافية على الجمهور المصري، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2014.

هدفت تلك الدراسة إلى تحليل وتقييم النماذج

البشرية المقدمة في الإعلانات التليفزيونية على اختلاف (أنواعها وخصائصها وفناتها ومراحلها العمرية والمستويات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية) المختلفة لها، وذلك بهدف الوقوف على كم وكيف تقديم كل من هذه النماذج في الإعلانات التليفزيونية المقدمة في كل من قناة (الحياة الأولى، MBC1 ، FOX MOVIES) ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجدت علاقة دالة إحصائياً بين "قناة البث" و جنسية النموذج (المصري والعربي والغربي)، ظهور اختلاف واضح لطبيعة الشخصيات التي يتذكرها الفرد في الإعلانات التليفزيونية حيث ظهر "الفنانين" في الترتيب الأول للشخصيات التي يتذكرها الفرد في الإعلانات "التجارية" و ظهور شخصية "العالم" لإعلانات التسويق الإجتماعي والشخصيات "العادية" لإعلانات "الخدمات".

أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

- وجدت علاقة دالة إحصائياً بين "قناة البث" و جنسية النموذج (المصري و العربي و الغربي) وقد جاءت العلاقة للنماذج الثلاثة علاقة متوسطة الدلالة.

- ظهرت الخصائص الاجتماعية والثقافية الايجابية للذكور والإناث بنسب أكبر من الخصائص الاجتماعية والثقافية السلبية.

- ظهور اختلاف واضح لطبيعة الشخصيات التي يتذكرها الفرد في الإعلانات التليفزيونية حيث ظهر "الفنانين" في الإعلانات "التجارية و "العالم" لإعلانات التسويق الإجتماعي والشخصيات العادية لإعلانات "الخدمات".

- ظهرت الآثار الاجتماعية والثقافية الايجابية في الترتيب الأول مقارنة "بالآثار الاجتماعية والثقافية السلبية" مما يعكس

الدور الإيجابي الذي تعكسه مشاهدة الإعلانات التليفزيونية على الفرد والمجتمع.

141/1

بسنت مراد فهمى حسن

تناول القضايا العربية فى الخطاب التليفزيونى الأوروبى الموجه باللغة العربية وعلاقة الصفوة به، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2014.

سعت الدراسة إلى تحليل القضايا العربية بالخطاب التليفزيونى الأوروبى وذلك بقنوات ، DW"العربية، روسيا اليوم، ودوتيش فيله "BBC الموجه باللغة العربية بهدف التعرف على علاقة الصفوة بالخطاب الإخبارى المقدم. وتم الاعتماد على نظرية تحليل الأطر الخبرية، وطبقت الدراسة منهج المسح. وتم تحليل ٧٥ حلقة (٨٢ فقرة) فى ستة برامج إخبارية بالقنوات الثلاث، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على ١٨٠ مفردة من الصفوة المصرية

وأهم ماتوصلت له الدراسة التحليلية من نتائج أنه بالنسبة لعنصر التوازن فى عرض القضية بينما جاءت BBC بالمقدمة بالنسبة "لعرض جوانب الصراع المختلفة" بنسبة ٧٦ % ثم قناة DW وجاءت قناة روسيا اليوم الأقل فى ذلك.

وبالنسبة لنتائج التحليل الكيفى اتضح وجود تأثير من سياسية الدولة الباتة للقناة"روسيا-بريطانيا-ألمانيا" على طريقة معالجة بعض القضايا العربية وظهر هذا التأثير فى القضايا التى تعد محور اهتمام الدولة الباتة، وكانت أثير الدولة أكثر مباشرة بالنسبة

كانت DW تعمل على توصيل سياسة حكومتها بشكل غير مباشر بينما كانت BBC وروسيا اليوم، أما الأكثر حيادية

وتوازناً باستثناء القضية السورية

وأشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى أنه بصفة عامة كانت نسبة مشاهدة BBC نسبة مشاهدة قناة النسبة الكبرى لمعدلات المشاهدة غير منتظمة. وارتفعت نسبة تقييم مصداقية القنوات الثلاث بدرجة مرتفعة. وبالنسبة لنتائج اختبارات الفروض اتضح عدم وجود علاقة ارتباطية دالة بين درجة مشاهدة الصفوة للقنوات الأوروبية الموجهة الثلاث وتبنيهم لأطر المعالجة الإخبارية، واتضح أيضاً عدم وجود علاقة ارتباطية دالة بين درجة اعتماد الصفوة على القنوات الأوروبية الثلاث فى الحصول على المعلومات حول القضايا العربية والآثار المعرفية والوجدانية، ووجدت علاقة ارتباطية دالة بين معدل مشاهدة القنوات ودرجة تقييم مصداقيتها وذلك بالنسبة لقناة روسيا اليوم فقط، واتضح وجود فروق معنوية فى درجة تبني الأطر بين مجموعات الصفوة حسب الانتماء السياسى ببعض القضايا. واتضح عدم وجود علاقة ارتباطية بالنسبة لدافع المشاهدة" الشعور بالغموض " ودرجة المشاهدة، بينما اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة بالنسبة لدافع" الشعور بعدم الثقة فى مصادر إخبارية أخرى " ودرجة المشاهدة.

142/1

عادل عاشور محمد المرغنى

العلاقة بين التعرض للمضامين الإخبارية فى القنوات العربية والمشاركة السياسية لدى المواطن الليبي، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2014.

تتحدد مشكلة الدراسة فى التعرف على العلاقة بين التعرض للمضامين الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية، وتأثيرها على

معدل كثافة تعرضهم متوسطة للقنوات الإخبارية، وأن قناتي الجزيرة والعربية تحصلت على أعلى نسبة مشاهدة من الجمهور الليبي، وأفاد أكثر من نصف العينة بأن لديهم دوافع تحفزهم على المشاركة السياسية بالمرحلة القادمة في ليبيا.

- تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع مشاهدي الفضائيات الإخبارية العربية، وكثافة مشاهدتهم لهذه القنوات.

- تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين فئات متغيري المرحلة العمرية لمشاهدي القنوات الإخبارية الفضائية العربية، وكثافة مشاهدتهم لهذه القنوات.

- تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة الجمهور العام في ليبيا للقنوات الإخبارية الفضائية العربية، ومستوى مشاركته في الحياة السياسية.

143/1

هبة محمد عفت خطاب

دور الدراما التي يقدمها التلفزيون المصري في نشر ثقافة التسامح الديني بين المواطنين المصريين، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2014.

تهتم هذه الدراسة بدراسة مدى مساهمة الدراما التلفزيونية في ثقافة التسامح الديني، سواء بدعم وترسيخ هذه الثقافة أو بتجاهلها أو بنشر ما يناقضها، وبالنظر إلى واقع المجتمع المصري في الظروف الراهنة، فإن هناك بعض الأفكار المؤسفة، والحماقات المتطرفة التي قد تظهر من حين إلى آخر، وتتعاكس بالسلب على الوحدة الوطنية، الأمر الذي يُلقى مسؤولية كبيرة على مؤسسات المجتمع والدولة في

المشاركة السياسية للمواطن الليبي. واعتمد الباحث على منهج المسح باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على البيانات من خلال تحليل مضمون نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية في قناتي الجزيرة والعربية، وهما الأكثر اعتماداً من جانب مجتمع الدراسة (الجمهور الليبي)، أما الفترة الزمنية للدراسة تحددت في مدة ثلاثة أشهر هي: مايو، يونيو، يوليو، 2012م، بالإضافة إلى مسح عينة عشوائية طبقية مكونة من 400 مفردة من المجتمع الليبي، وذلك في مدينتي طرابلس وبنغازي.

وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج أهمها:

- اتفقت هذه الدراسة مع العديد من الدراسات حيث جاء تقدم الأخبار السياسية في قناتي الدراسة، وجاءت النسبة الأكبر للخبر العربي في مقدمة البعد الإقليمي.

- اتفاق قناتي الدراسة في اهتمامهما بأخبار المشاركة السياسية حيث ارتفعت معالجة الأخبار المتعلقة بالاحتجاج والتظاهر السلمي، ويليها الأحزاب السياسية، وكان تفوق هاتين الفئتين واضحاً على بقية فئات التحليل الأخرى.

- احتوت نصف أخبار قناة الجزيرة موضوعات المشاركة السياسية، أما قناة العربية فتفوقت الأخبار التي بدون المشاركة السياسية.

- جاءت معالجة قضايا الثورات العربية في مقدمة الموضوعات البارزة، واعتمدت برامج القنوات على تعدد المفاهيم السياسية التي عالجتها سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وكانت أبرز مجالات المشاركة السياسية التي تم التطرق إليها في قناتي الدراسة هي: فئة حرية التعبير والرأي التي تصدرت معظم الفئات.

- ثبت أن أكثر من نصف المبحوثين كان

اتجاه نشر ثقافة التسامح وقبول الآخر.

20%.

أهم النتائج التي تم التوصل إليها:-

4. أن المواقع الإلكترونية على الانترنت قد جاءت في المرتبة الأولى وذلك بالنسبة لمصادر نشر العلاقات الطيبة بين المسلمين والمسيحيين في المجتمع المصري، وذلك بنسبة 28.2%، وفي المرتبة الثانية جاءت البرامج الدينية التلفزيونية وذلك بنسبة 27.8%، وفي المرتبة الثالثة جاءت الدراما التلفزيونية وذلك بنسبة 13.8%، وفي المرتبة الرابعة جاءت الصحف والمجلات وذلك بنسبة 12.3%، وفي المرتبة الخامسة جاءت البرامج الحوارية الإذاعية وذلك بنسبة 12%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الدراما الإذاعية وذلك بنسبة 5.9% وهذا بالنسبة لمصادر نشر العلاقات الطيبة بين المسلمين والمسيحيين في المجتمع المصري في هذه الدراسة.

144/1

ولاء عبد الرحمن عبد الغفار فودة
المعالجة الإخبارية وقضايا الدول النامية
في الفضائيات الأوربية الموجهة باللغة
العربية (دراسة تطبيقية)، رسالة دكتوراه،
قسم الإذاعة، 2014.
تتمثل مشكلة الدراسة في "المعالجة الإخبارية لقضايا الدول النامية في الفضائيات الأوربية الموجهة باللغة العربية". وقدمت هذه الدراسة تحليلاً لما قدمته كل من قناة بي بي سي العربية وفرنسا 24 وروسيا اليوم من أخبار للدول النامية في الفترة من 1/1/2011 حتى 15/2/2011، كما قدمت تحليلاً كيفياً للثلاث القضايا التي برزت خلال فترة التحليل و التي تمثلت في الثورة المصرية في 25 يناير والثورة التونسية وانفصال جنوب السودان، كما قدمت دراسة تطبيقية على عينة من جمهور الدول النامية المقيمين في مصر، بلغ قوامها 420 مفردة، موزعة على

1. أن الفيلم التلفزيوني قد جاء في المرتبة الأولى وذلك بالنسبة للقوالب الدرامية التلفزيونية التي تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها وذلك بنسبة 33.4%، وفي المرتبة الثانية جاء المسلسل التلفزيوني متتابع الحلقات وذلك بنسبة 23.8%، وفي المرتبة الثالثة جاءت سهرة من حلقة واحدة وذلك بنسبة 22%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت سلسلة تلفزيونية كل حلقة مستقلة عن الأخرى وذلك بنسبة 20.8%.

2. ارتفاع نسبة الحرص على مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تتناول العلاقة بين المسلمين والمسيحيين إلى حد ما وذلك بنسبة 65.8%، وفي المرتبة الثانية جاء عدم الحرص على مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تتناول العلاقة بين المسلمين والمسيحيين وذلك بنسبة 20.4%، وفي المرتبة الأخيرة جاء الحرص بدرجة كبيرة على مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تتناول العلاقة بين المسلمين والمسيحيين وذلك بنسبة 13.8%.

3. أن الدراما التلفزيونية التي تتناول العلاقة بين المسلمين والمسيحيين بعيدة عن الواقع قد جاءت في المرتبة الأولى وذلك بالنسبة لأسباب عدم الحرص على مشاهدة الدراما التي تتناول العلاقة بين المسلمين والمسيحيين وذلك بنسبة 29.2%، وفي المرتبة الثانية جاء أن المبحوث ليس لديه وقت وذلك بنسبة 26.2%، وفي المرتبة الثالثة جاء أن موضوعاتها مكررة وذلك بنسبة 24.6%، وفي المرتبة الأخيرة جاء أن أسلوبها لا يعجب المبحوث وذلك بنسبة

دوائر العالم النامي.

و من اهم نتائج الدراسة :

اهتمت الفضائيات الثلاث بقضايا الدول النامية مقابل قضايا الدول المتقدمة وخاصة القضايا السياسية منها ، و برزت الدائرة العربية من حيث اهتمام الفضائيات الثلاث بقضاياها و كانت مصر من ابرز الدول العربية التي اهتمت بها الفضائيات الثلاث.

ابرزت الدراسة الكيفية الاطر الرئيسية والفرعية و اطر الاسباب و الحلول و اطر الشخصيات البارزة و اطر الكلمات والعبارات المستخدمة وكذلك اطر الموقف الرسمي المعلن والاطر المصورة للقضايا الثلاث البارزة .

اثبتت الدراسة تأثير العوامل الديموغرافية على تبنى المبحوثين للاطر الاخبارية كما اثبتت تأثير الدائرة او الدولة التي ينتمون اليها على تبنيتهم للاطر التي تقدمها الفضائيات الثلاث للقضايا البارزة.

اهتمت الفضائيات الثلاث بقضايا الدول النامية مقابل قضايا الدول المتقدمة وخاصة القضايا السياسية منها ، و برزت الدائرة العربية من حيث اهتمام الفضائيات الثلاث بقضاياها .

145/1

صابر حسن محمد طر

العلاقة بين الاعتماد على المواقع الاخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية لدى الشباب اليمني، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2014.

تحدد مشكلة الدراسة في توصيف طبيعة العلاقة بين الاعتماد على المواقع الاخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية لدى الشباب اليمني.

الشباب اليمني، وتأتي أهمية الدراسة من أهمية الدور الذي تؤديه المواقع الاخبارية في تشكيل معارف ووعي جمهور الشباب اليمني في عموم مجالات الحياة والسياسية منها على وجه الخصوص، ويتضمن مجتمع الدراسة المسحية للمضمون ثلاث قضايا سياسية يمنية وأخرى عربية، وبلغ إجمالي عدد المواد الاخبارية التي تحليلها بشكل عمدي لتلك القضايا ومن خلال الصفحة الرئيسية لسبعة وعشرين موقعا إخبارياً (4744 مادة إخبارية)، وطبقت الدراسة المسحية لجمهور الشباب على عينة عمدية تكون من (459 مبحوثاً) في العاصمة اليمنية صنعاء

ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة المسحية للمضمون وجود جوانب من القصور في عدم استغلال إمكانيات التفاعلية وتطبيقات الوسائط المتعددة في جذب الجمهور إليها، ووجود فروق دالتيين جميع أنواع المواقع الاخبارية بالنسبة لفئات الوسائط المتعددة والصور المصاحبة للمادة الإخبارية

وفيما يتعلق بالدراسة المسحية للشباب بينت الدراسة تأثيرات عدد من العوامل التي قد تساعد في فهم العلاقة بين التعرض والاعتماد على المواقع الاخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية لدى الشباب اليمني، وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع الاخبارية لم تساعد في إغلاق الفجوة المعرفية بين المبحوثين بناءً على متغيرات العمر والتعليم

-بينت الدراسة تأثيرات عدد من العوامل التي قد تساعد في فهم العلاقة بين التعرض والاعتماد على المواقع الاخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية لدى الشباب اليمني.

- توصلت الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية لم تساعد في إغلاق الفجوة المعرفية بين المبحوثين بناءً على متغيرات العمر والتعليم كمتغيرات ديموغرافية، ومتغيرات التعرض، والاهتمام بالقضايا والمضامين السياسية باختلاف نوعها محلية أو إقليمية.

146/1

عماد عبد المقصود شلبي

العوامل المؤثرة في التخطيط البرامجي للقنوات المصرية الحكومية والخاصة في ضوء المنافسة، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2014.

سعت الدراسة إلى توصيف وتحليل وتقييم قرارات عملية التخطيط البرامجي بالقنوات المصرية الحكومية مقارنة بالقنوات الخاصة، من خلال دراسة العوامل والمتغيرات المؤثرة في هذه العملية، وعلاقتها بتحديد بنية البرامج وطريقة وأسلوب تنظيمها بالخرائط البرمجية لتلك القنوات، بهدف تحديد استراتيجيات الجدولة المطبقة. واعتمدت الدراسة في بناءها على نموذج ماكويل McQuail لإبراز تأثير عدد من المتغيرات على عملية التخطيط البرامجي والنتائج النهائي للخريطة البرمجية. وبالتالي تؤثر بشكل مباشر على قرارات التخطيط البرامجي المسؤولة عن شكل ومحتوى برامج القنوات التلفزيونية وأهمها " نمط الملكية، المعلنون، رغبات الجمهور، مصالح المالك، نمط التمويل، المنافسة، ثقافة وشخصية المخطط".

واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وفي إطار هذا المنهج تم استخدام منهج مسح أساليب الممارسة الإعلامية. وغطت الدراسة في رسدها لواقع عملية التخطيط البرامجي للقنوات التلفزيونية المصرية التالية كمجتمع للبحث الميداني والتحليلي: الأولى، الثانية، الحياة، المحور، دريم2، CBC، تم تطبيقها على عينة حصرية

قوامها 200 مفردة من القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة.3. المقابلات المتعمقة مع رؤساء القنوات التلفزيونية، ومديري الإعداد والتنفيذ، وعدد من القيادات الإعلامية بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة.

أهم نتائج الدراسة:

■ ارتفاع عدد المواد المدرجة في الخرائط البرمجية للقنوات الحكومية مقارنة بالقنوات الخاصة التي تعتمد على إدراج عدد قليل من المواد البرمجية في خرائطها، يتم التركيز عليها بشكل كبير سواء من خلال إعدادها أو التنويه المستمر عنها على مدار اليوم، كما أن إنتاج عدد كبير من المواد البرمجية وبثها يتطلب أعداد كبيرة من العاملين ومبالغ مالية ضخمة توجهها هذه القنوات إلى عدد محدود من البرامج.

■ وفيما يتصل بالعوامل والضغوط المؤثرة في قرارات التخطيط البرامجي. أظهرت النتائج أن الإمكانيات المالية والإعلان هما أكثر العوامل المؤثرة على محتويات خرائط برامج القنوات التلفزيونية المصرية. وتبين أن الاستجابة لضغوط الإعلان في القنوات الحكومية تزيد من خلال تدخل المعلنين في تحديد توقيت إذاعة بعض البرامج في ضوء تفضيلاتهم الإعلانية. وفي القنوات الخاصة من خلال تأثير المعلنين على طبيعة المحتوى المقدم في القناة وزيادة نسبة أنواع معينة مثل المواد الترفيهية.

■ كما كشفت النتائج عن تراجع تأثير عامل ثقافة وشخصية المخطط للترتيب الخامس في القنوات الحكومية والترتيب السادس في القنوات الخاصة. وهو ما يتفق مع الفرضية الرئيسية لنموذج ماكويل McQuail من أن مضمون وسائل الإعلام يتأثر بالقوى والعوامل الأخرى بدرجة أكبر من العوامل والمحددات الشخصية للقائمين بالعمل. كما

تراجع تأثير عامل الجمهور في الترتيب السابع لكلا النمطين. وهو ما يؤكد على أن تلك القنوات تتعامل مع المشاهدين باعتبارهم مستهلكين وليسوا مشاركين أو محاورين.

147/1

أبو بكر مصطفى الوصيف

العلاقة بين التعرض للقنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستويات المعرفة السياسية لدى الجمهور الليبي ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2014.

سعت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التعرض للقنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستويات المعرفة السياسية لدى الجمهور الليبي وتم الاعتماد على نظرية فجوة المعرفة. وطبقت الدراسة منهج المسح. وتم تحليل عينة من نشرات الأخبار في قناتي الجزيرة العربية بمعدل (61نشرة) من كل قناة بالإضافة لتحليل مضمون (50) حلقة برامجية من القناتين، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عشوائية من الجمهور الليبي قوامها 400 مفردة بمحافظة طرابلس العاصمة .

وأهم ما توصلت له الدراسة:

- عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين مستويات تعرض الجمهور الليبي للفضائيات الإخبارية العربية ومستويات المعرفة السياسية من حيث الخصائص الديموغرافية حسب متغير العمر.

-وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض الجمهور الليبي للفضائيات الإخبارية العربية ومستويات المعرفة السياسية لديهم من حيث متغيرات - الانتباه - درجة الثقة في الفضائيات الإخبارية العربية - الانتماء السياسي - الاهتمام

--كانت أهم أسباب مشاهدة المبحوثين

للقنوات الفضائية الإخبارية العربية، هي متابعة الأخبار والأحداث الجارية في العالم العربي في الترتيب الأول بنسبة ٨٧.٥ %، ومتابعة الأخبار والأحداث الجارية في ليبيا في الترتيب الثاني، بنسبة ٧٩ %، ثم ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل ٣٤ %، والتغطية الفورية للأحداث ٣٢%.

-جاءت قناة الجزيرة في صدارة القنوات الإخبارية العربية التي يحرص المبحوثون على متابعتها بنسبة ٥٤.٢ % .

148/1

فتحي محمد شمس الدين

معالجة القضايا السياسية في الافلام السينمائية العربية المقدمة على الفضائيات المتخصصة وادراك الشباب المصري لمفهوم الديمقراطية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2014.

استهدفت هذه الدراسة اختبار نظرية الغرس الثقافي والنظريّة المعرفيّة الاجتماعيّة على استخدام الشباب المصريّ للافلام العربيّة التي تعرضها القنوات الفضائية المتخصصة وعلاقتها بأدراكهم للمفاهيم السياسيّة وخاصة مفهوم الديمقراطية وذلك من خلال التعرف على العلاقة بين كثافة مشاهدتهم للمضمون الدرامي في الافلام السينمائية العربيّة ودوافع تعرضهم لذلك المضمون (الدوافع النفعيّة والدوافع الطقوسية) ودورها في التأثير على اكتساب القيم السياسيّة

149/1

صالح على مسعود قحوص

دور الخطاب الديني بالفضائيات الليبية في معالجة القضايا الاجتماعية : دراسة

تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2014.

تناولت هذه الدراسة دور الخطاب الديني بالفضائيات الليبية في معالجة القضايا الاجتماعية، واعتمدت في إطارها النظري وبناء فروضها على نظرية وضع الأجنحة، وطبق الباحث منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني من خلال تحليل مضمون البرامج الدينية بالفضائيات الليبية الحكومية والخاصة من القنوات عينة الدراسة، إلى جانب مسح عينة عشوائية طبقية من الجمهور قوامها 400 مفردة من مختلف شرائح المجتمع الليبي

150/1

خالد يحيى محمد هادي

دوافع استخدام الشباب اليمني للقنوات الفضائية الدرامية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2014

جاءت الدراسة لمعرفة دوافع واستخدام وأنماط وعادات تعرض الشباب اليمني للقنوات الفضائية الدرامية العربية والأجنبية، ومعرفة أهم المضامين الدرامية التي يفضلون مشاهدتها، ومعرفة الدوافع التي تلبي احتياجاتهم النفسية والاجتماعية، ومعرفة الفروق بين دوافع استخدام الشباب اليمني للفضائيات الدرامية لكلا الجنسين والتأثيرات الناتجة عن هذه المشاهدة. وتم اختيار عينه عمديه من الشباب اليمني من كلا الجنسين ممن يشاهدون القنوات الفضائية الدرامية العربية والاجنبية، وتتمثل في 384 مفردة. واستخدم أسلوب العينة من خلال قتره التحليل لمدة شهرين والذي بدأ من يوليو 2013 حتى نهاية اغسطس 2013 وقد بلغ عدد الأفلام 40 فليما موزعة بالتساوي بين القنوات الفضائية الدرامية

العربية والاجنبية المختارة مع مراعاة استبعاد الأفلام التي تكرر عرضها خلال الفترة الزمنية المحددة من خلال قناتي روتانا سينما و MBC2

أوضحت نتائج الدراسة الى :

أن البيئة أو المجتمع التي ينتمي إليها الشباب من خلال الأفلام العربية والأجنبية بشكل عام هي بيئة الحضر النسبة الأعلى التي ظهر فيها الشاب في الأفلام حيث بلغ نسبة الحضر (47.8%) تليها نسبة المناطق الريفية (36.6%) ثم تليها المناطق الشعبية وذلك بنسبة (9.1%) أما بيئة البدو الرحل بلغ نسبتها (4.2%). وتعتبر النسب في هذه البيانات منخفضة وهذا يدل على عدم اهتمام القائمين في الدراما بهذه المناطق رغم كثرة المشاكل والقضايا والموضوعات المتعلقة بهذه المناطق فلا بد على القائمين الاهتمام بهذه المناطق لكي يعطى حقها في عرض مشاكلها.

-أكدت نتائج الدراسة أن أهم القوالب الدرامية التي وردت في العمل الدرامي (فيلم) عينة الدراسة ما يلي: حيث وردت قالب التراجيديا في مقدمة العمل الدرامي (فيلم) حيث جاءت نسبتها (45,5%) حيث جاءت نسبة القالب التراجيديا في الأفلام الأجنبية أكثر من القالب التراجيديا في الأفلام العربية وذلك بنسبة (37,5%) مقابل نسبة الأفلام العربية (7,5%) وهذا يدل على أن الأفلام الأجنبية أكثر اهتماما بالموضوعات والقضايا بعيداً عن الكوميديا في مقابل العمل الدرامي العربي

● وأكدت نتائج الدراسة أن الشباب لا يتأثرون معرفياً في الحصول على المعلومات من القنوات الفضائية الدرامية حيث بلغ نسبة الذين لا يتأثرون معرفياً (80,7%) وهي نسبة مرتفعة والسبب يعود إلى أن العينة من فئة الشباب تبحث عن المتعة والتسلية

والإثارة العاطفية أكثر من الحصول على المعلومات التي ربما تحتوي على قيم وسلوكيات خاطئة، بينما بلغ نسبة من يتأثرون معرفياً في الحصول على المعلومات من مشاهدتهم للقنوات الفضائية الدرامية (19.3%).

151/1

فاطمة محمد ميلاد الشكري

دور نشرات الاخبار الفضائية اللببية في ترتيب اولويات القضايا المحلية والعربية والافريقية لدى طلبة الجامعات في ليبيا، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2014.

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تستهدف العلاقات بين المتغيرات حيث تدرس العلاقة بين ترتيب أولويات أخبار النشرات التي تقدمها قناة ليبيا الوطنية وبين ترتيب الطلبة المشاهدين لهذه القناة عينة الدراسة لنفس الأخبار حسب أهميتها لديهم وانطلاقاً من الفرض العام لنظرية وضع الأجندة وهو (كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة، زاد اهتمام الجمهور بهذه القضية والاتجاه نحوها)، وقد استخدم المنهج الوصفي لأنه يتناسب وطبيعة الدراسة والبيانات المراد الحصول عليها، وتعد نظرية ترتيب الأولويات المستخدمة في هذه الدراسة من أهم النظريات الإعلامية التي تناولت التأثيرات المترتبة على قيام وسائل الإعلام بوضع أجندة الجمهور لخلق وعي لديه ودعم إدراكه للقضايا والاتجاهات المختلفة، وهدفت هذه الدراسة في عدة فصول ومباحث إلى تناول عدة موضوعات وقضايا تخص ليبيا، تاريخياً وجغرافياً واجتماعياً وسياسياً واقتصادياً وثقافياً وفنياً وبيئياً. وأجريت دراسة تحليل المضمون على دورة تليفزيونية متكاملة من (1 مايو إلى 30

يوليو) تم من خلالها توضيح سمات الأخبار الواردة أثناء الدراسة حول القضايا المحلية والعربية والأفريقية والعالمية مع تفاصيل عن ما تحمله هذه النشرات من أخبار.

وأجريت الدراسة الميدانية على عينة من طلبة وطالبات كلية الإعلام جامعة بنغازي قوامها (400) طالب وطالبة، حيث تم عرض الأهداف الخاصة بالدراسة الميدانية، والرد على التساؤلات، وقد جاءت أغلب النتائج متقاربة بين الدراستين تحليل مضمون نشرات الأخبار وعينة الدراسة الميدانية لطلبة الجامعة من حيث التوافق في ترتيب الأخبار التي تبثها نشرات قناة ليبيا الوطنية مع ترتيب الطلبة لنفس الأخبار عينة الدراسة الميدانية وعن النتائج أيضاً أن معظم الطلبة عينة الدراسة يتابعون أخبار نشرات قناة ليبيا الوطنية بما يتناسب مع ما تتمتع به من مصداقية في نقل الأخبار عما يجرى على الساحة المحلية والعربية منذ بداية الربيع العربي في فترة الدراسة.

152/1

ابتسام محمود محمد

العلاقة بين التعرض للدراما التليفزيونية ومستوى الرضا عن صورة الجسد لدى المرأة المصرية: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2014.

تمثلت مشكلة الدراسة في اختبار العلاقة بين التعرض للمسلسلات الدرامية التليفزيونية من جهة، والرضا عن صورة الجسد لدى المرأة المصرية من جهة ثانية، وذلك من خلال التعرف على مفهوم ونماذج ومشكلات صورة الجسد في هذه المسلسلات وأبعاد وسمات الشخصيات النسائية ذات الأدوار الأساسية والثانوية، ومن ثم رصد وتحليل العلاقة بين التعرض للمسلسلات

تأثير صورة جسد المرأة على حياتها بوجه عام بشكل صريح ومباشر في بعض الحلقات أو زوايا المعالجة، وذلك فيما نسبته (28.6%) من إجمالي ما عرضه من أعمال خلال عينة الدراسة.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية: - فيما يخص الاهتمام الاجتماعي بصورة الجسد فقد تبين من الدراسة أن ما يتراوح بين (3%) إلى (11%) تقريباً من المبحوثات عبرن عن جوانب هذا الاهتمام تنطبق عليهن تماماً، أما اللاتي عبرن عن هذه الجوانب تنطبق عليهن إلى حد كبير فقد تراوحت نسبتهن ما بين (2%) إلى (11%) تقريباً، ولا يختلف مجمل الاهتمام الاجتماعي لصورة الجسد باختلاف المستوى الاقتصادي بينما يختلف باختلاف السن والتعليم والعمل والحالة الاجتماعية، إذ إن الاهتمام الاجتماعي بصورة الجسد يزداد لدى المبحوثات الأكبر سناً، وذوي التعليم الجامعي، والعاملات مقارنة بالمبحوثات الأصغر سناً، والمبحوثات الأقل تعليماً، والمبحوثات ذوات التعليم فوق الجامعي، والمبحوثات غير المتزوجات.

- أما التأثير بما تعرضه وسائل الإعلام الأخرى عن صورة الجسد، فقد كشفت الدراسة عن أن ما يتراوح بين (3%) إلى (8%) تقريباً من المبحوثات عبرن عن أن مظاهر هذا التأثير تنطبق عليهن تماماً، أما اللاتي عبرن عن هذه المظاهر تنطبق عليهن إلى حد كبير فقد تراوحت نسبتهن ما بين (8%) إلى (27%) تقريباً، ولا يختلف مجمل التأثير بما تعرضه وسائل الإعلام الأخرى عن صورة الجسد باختلاف خصائص المبحوثات من حيث السن والتعليم والعمل، والحالة الاجتماعية، بينما يختلف باختلاف المستوى الاقتصادي، إذ إن المبحوثات ذوات المستوى الاقتصادي

التلفزيونية والرضا عن صورة الجسد، مع ربط ذلك بمتغيرات أساسية هي إدراك واقعية مضمون المسلسلات التلفزيونية، الفوائد المتحققة جراء مشاهدة هذه المسلسلات، مقارنة صورة الجسد بصورة أجساد نجومات المسلسلات التلفزيونية الاتجاه نحو أهمية صورة الجسد، الاهتمام الاجتماعي بصورة الجسد، القيام بسلوكيات لتحسين صورة الجسد، التأثير بما تعرضه الوسائط الإعلامية الأخرى عن صورة الجسد، مع الأخذ بالاعتبار الخصائص الديموجرافية ممثلة في السن والتعليم والعمل والحالة الاجتماعية والمستوى الاقتصادي الاجتماعي. واعتمدت الدراسة على نظرية الغرس الثقافي باعتبارها النظرية المناسبة، واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي فقد تضمنت دراسة تحليلية على حلقات من المسلسلات الدرامية المصرية والتركية المدبلجة والتي أذيعت على قناة الحياة للمسلسلات وقناة بانوراما دراما بالتلفزيون المصري، كما تضمنت دراسة ميدانية على عينة عشوائية قوامها (420) مفردة من الفتيات والسيدات المصريات ذوات الأعمار (18) سنة فأكثر.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة تحليلية:- إن المسلسلات التلفزيونية عينة الدراسة لم تتعمق في تناول تأثير صورة جسد المرأة على حياتها، فلم تكن هناك نماذج نسائية كثيرة تتأثر حياتها إيجاباً أو سلباً ارتباطاً بمظهرها الخارجي، لكن كانت هناك الكثير من الإشارات والإيحاءات غير المباشرة التي تربط بين جمال المرأة وسلوكها في بعض المواقف على امتداد المسلسل، فعلى سبيل المثال كان جمال المرأة وجاذبيتها، هو المحدد الرئيس الذي دارت حوله الحبكة الدرامية لمسلسل "الزوجة الرابعة" الذي عرض في رمضان 2013. كما أن بعض المسلسلات تناولت

المرتفع عبرن عن تأثر أكثر بما تعرضه وسائل الإعلام الأخرى عن صورة الجسد مقارنة بالمبوحات ذوات المستوى الاقتصادي المتوسط

153/1

بسنت محمد عطية

المعالجة الإخبارية للآزمات الاقتصادية المصرية فى القنوات الموجهة بالعربية واتجاهات الجمهور حيالها، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2014.

استهدفت الدراسة معرفة درجة اعتماد الجمهور المصري على القنوات الموجهة باللغة العربية خلال الآزمات الاقتصادية المصرية، بالإضافة إلى دراسة الآثار الناتجة عن هذا الاعتماد، كما حاولت التعرف على طبيعة المعالجة الإخبارية لهذه القنوات، والدور الذي تقوم به نشرات الأخبار والبرامج بالقنوات الموجهة باللغة العربية فى تكوين اتجاهات الجمهور المصري نحو الآزمات الاقتصادية المصرية وتداعياتها المختلفة؛ من خلال دراسة مسحية لواقع المعالجة الإعلامية لهذه الآزمات بقنوات بي بي سي العربية، وروسيا اليوم، وFrance 24، بالإضافة إلى تطبيق استمارة الاستبيان على عينة عمدية يبلغ عددها (400) مبحوث،

أهم نتائج الدراسة:

- اتفقت القنوات الثلاث روسيا اليوم والبي بي سي العربية وفرنسا 24 فى تأكيد طريقة معالجتهم للآزمات الاقتصادية المصرية لسياسة بلدهم تجاه مصر، وتأتى فى مقدمة تلك القنوات قناة روسيا اليوم، حيث كان الموقف الروسى متمثلاً فى الرئيس بوتين والحكومة الروسية داعماً

للأحداث والتغييرات السياسية فى مصر ومن ثم كان عرضها للآزمات الاقتصادية من منظور إيجابى.

- برزت أطر النتائج الاقتصادية والعلاقات الدولية والضغط الخارجى فى معالجة أزمة تعليق بعض المساعدات المالية الأمريكية الممنوحة لمصر حيث ركزت القنوات على الأضرار التي ستلحق بالاقتصاد نتيجة تقليص المعونة. فى حين جاء الضغط على مصر بعد عزل الرئيس السابق مرسي أبرز أطر الضغط الخارجى التي عبرت عنها قناتا روسيا اليوم والبي بي سي العربية. وتعتبر قناة فرنسا 24 هي القناة الوحيدة التي تعرضت لأطر الاهتمامات الإنسانية، حيث ركزت على الجانب الإنسانى الذي انصب فى صالح جماعة الإخوان المسلمين من حيث الخسائر فى الأرواح وإراقة الدماء فى جانب الإخوان.

154/1

أسماء مسعد عبد المجيد أبو عيطة

الاتصال التفاعلى لدى مستخدمى مواقع الشبكات الاجتماعية فى المنطقة العربية، رسالة دكتوراه قسم الإذاعة، 2015.

تتحدد مشكلة الدراسة فى معرفة العوامل المحيطة بعملية الاتصال التفاعلى على شبكة الإنترنت لدى المستخدمين فى المنطقة العربية والتي تتحكم فى تأثير المستخدم معرفياً ووجدانياً وسلوكياً بما هو معروض من مضمون على الشبكة فى ضوء الاختلافات السياسية والاقتصادية والاجتماعية فى المجتمع العربى وعوامل أخرى خاصة بالفرد نفسه منها الضغوط النفسية والاجتماعية والاسرية الواقعة عليه وإلى أى مدى يهتم المستخدم فى المنطقة

العربية بقضايا مجتمعه المصرية التي يروج لها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

اثبتت الدراسة ان مراحل تحرك الحشد الثوري قد ظهرت في: الدعوة للثورة من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية ومن ثم التعبئة والحشد، ثم التحرك من الحشد الافتراضي إلى الحشد الواقعي في إطار الفهم والاتصال والتفاعل. وتعد حركة تمرد أحد أهم الحركات التي استخدمت موقع الفيس بوك للحشد ضد السلطة ونجحت في تجميع ملايين المصريين يوم 30 يونيو 2013م، أيضا نجح الحراك الجنوبي اليمني في زلزلة السلطة اليمنية بدعوته للانفصال بين الجنوب والشمال أو إيجاد حل وسط لحل قضية الجنوب وسيطرة أبناء الجنوب علي ثروتهم، وصولا إلى الدعوة للهبة الشعبية الكبرى في 20 ديسمبر 2013م.

المتعلقة بالنفط و الطاقة التي تتناولها الفضائيات مع ربط ذلك بالواقع المعاصر. معرفة مدى اهتمام النخبة بقضايا النفط و الطاقة كما تعرضها الفضائيات. معرفة اتجاهات النخبة نحو تناول قضايا النفط والطاقة ف الفضائيات. وتوفر هذه الدراسة رصد لاتجاهات النخبة نحو المعالجة الإخبارية لقضايا النفط والطاقة في البرامج الإخبارية في الفضائيات، وعلي ضوء ذلك توفر الدراسة خلفية معلوماتية لدى صانعي القرار حول حقيقة اتجاهات النخبة إزاء هذه القضية، وتقدم هذه الدراسة تحليلاً لأساليب الممارسة الإخبارية في الفضائيات فيما يخص قضايا النفط والطاقة مع ربط ذلك باتجاهات النخبة نحو هذه الدراسة

156/1

ريهام سامى حسين يوسف

دور التلفزيون و المواقع الاجتماعية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الجماعات الإسلامية رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2015،

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور كل من التلفزيون و المواقع الاجتماعية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الجماعات الإسلامية مستخدمة في ذلك المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني بالإضافة إلى أحد الأدوات الكيفية والتي تتمثل في مجموعات النقاش المركزة. حيث تم إجراء دراسة تحليلية على عينة من البرامج والفترات الإخبارية بقناتين تلفزيونيتين، تليها دراسة ميدانية على عينة من مشاهدي تلك القنوات. كما تم إجراء دراسة كيفية على مستخدمى موقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك. "

أهم نتائج الدراسة:

وانطلاقاً من نظرية الأطر تبين وجود علاقات دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة تلك

155/1

نهله حلمي محمد عبد الكريم

اتجاهات النخبة نحو المعالجة الإخبارية لقضايا النفط والطاقة في البرامج الإخبارية بالفضائيات العربية، رسالة دكتوراه قسم الإذاعة، 2015.

يتمثل موضوع الدراسة الحالية في خصائص المعالجة الإخبارية لقضايا النفط والطاقة في الفضائيات العربية وكذلك معرفة اتجاهات النخبة نحو هذه المعالجة، وذلك بالتطبيق على قناة مصر الاخبارية وقناة العربية وقناة بي بي سي العربية، وتتمثل أهداف الدراسة فيما يلي: معرفة مدى الاهتمام بقضايا النفط و الطاقة في المعالجة الإخبارية و ذلك حسب معايير الاهتمام الإعلامي. رصد الأساليب الفنية في تناول قضايا النفط و الطاقة في البرامج الإخبارية بالفضائيات. تحديد الموضوعات

الجمهور المتمثل في أفراد الجمهور المصري من الجنسين من خلال عينة عمدية متاحة قوامها (٤٢٠) مفردة، و مسح المضمون المتمثل في برامج الرأي بالقنوات الفضائية الخاصة العربية محل الدراسة، وهي برامج القاهرة اليوم المذاع في قناة اليوم التابعة لشبكة أوربيت شوتاييم، والمرشح الرئيس المذاع في قناة العربية الحدث، و مصر إلى أين المذاع في قناة الجزيرة مباشر مصر، و ناس بوك المذاع في قناة روتانا مصرية، و أخبار أم الدنيا المذاع في قناة المستقلة و ذلك خلال الفترة من ٢٠ أبريل و حتى ٢٠ يوليو من عام ٢٠١٢.

158/1

علاء الدين محمد عياش

دور الأفلام التسجيلية الفلسطينية في معالجة الأوضاع الداخلية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2015.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مدى مساهمة الأفلام التسجيلية الفلسطينية في معالجة الأوضاع الداخلية الفلسطينية وتناولها؛ وذلك بما يخدم القضية الفلسطينية، كما تتناول الدراسة رأي النخبة الإعلامية الفلسطينية وموقفها من سمات المضمون و الشكل في تلك الأفلام، ودوافع تعرضها لها والإشباع المتحققة منها، واستخدمت الدراسة التحليلية استمارة تحليل المضمون، أما الدراسة الميدانية، وصحيفة الاستبيان (الاستقصاء)، والمقابلة المتعمقة؛ وذلك مع عدد كبير من المخرجين وجهات إنتاج فلسطينية وعربية رسمية وخاصة وأهلية، ومقابلات أخرى مع مجموعة من النقاد، تعتمد الدراسة التحليلية على العينة الحصصية، وعددها (104) أفلام تسجيلية

القناتين وبين تبنى الأطر الإعلامية لقضايا جماعة الإخوان المسلمين المقدمة بهما وتبنى سماتها ، ولم يثبت ذلك بالنسبة للجماعات الإسلامية الأخرى

-كما تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين التعرض لأطر متناقضة لقضايا الجماعات الإسلامية وبين تبنى إطار قناة محددة، مما يؤكد أن التعرض لأطر متناقضة يزيد من تأثيرات الأطر ولا يقللها

و.اختبرت الدراسة أيضاً العلاقات بين كل من الخبرات الشخصية والمتغيرات الديموغرافية وبين مدى تبنى أطر قضايا الجماعات الإسلامية وتبنى سماتها.

وكانت أهم نتائج الدراسة الكيفية أن موقع الفيسبوك لم يستطع تغيير الإتجاهات نحو الجماعات الإسلامية، ولكن استخدام الفيسبوك قد يؤدي إلى ثلاثة تأثيرات محتملة وهي : تدعيم الإتجاه أو التعاطف مع هذه الجماعات أو التخبط وعدم القدرة على تحديد إتجاه محدد نحوها.

157/1

هشام عبد الملك عبد الرحيم

دور برامج الرأي في القنوات الفضائية الخاصة العربية في ترتيب أولويات القضايا المصرية لدى مشاهديها، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2015.

تسعى هذه الرسالة إلى التعرف على دور برامج الرأي في القنوات الفضائية الخاصة العربية محل الدراسة في ترتيب أولويات القضايا المصرية لدى الجمهور المصري، فضلاً عن الأهمية التي تمنحها هذه البرامج لكل قضية من القضايا المصرية. و تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، و اعتمدت على منهج المسح، و استخدمت كلا من مسح

فلسطينية، وهي الأفلام التسجيلية الفلسطينية المنتجة من بداية سنة 2001م إلى نهاية عام 2013م، فيما تم الحصول على عينة الدراسة الميدانية من خلال عينة كرة الثلج، وهم من الأكاديميين في مجال الإعلام، والإعلاميين الممارسين في الميدان

159/1

ياسمين سعيد محمد عبد المنعم

علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التلفزيونية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2015.

تحدد مشكلة الدراسة في التعرف على استخدامات الصفوة المصرية للبرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية والإشباع التي تحقق لديهم نتيجة هذا الاستخدام والتأثيرات الناجمة عن هذا الاستخدام، ومن ثم تقييمهم ورؤيتهم لكيفية تطوير هذه البرامج حتى تقدم على الوجه الأمثل في ظل الانتقادات المستمرة لهذه النوعية من البرامج مع تعاظم دورها، والتخوفات الناجمة عن هذا الدور والذي لا يشترط بالضرورة أن يكون إيجابياً، أو يخدم "المصلحة الوطنية" وفقاً لما يتم الحديث عنه بكثرة خلال الأونة الأخيرة؛ وذلك من خلال الاعتماد على مدخل الاستخدامات والإشباع، والاعتماد على الاتجاهات الحديثة في هذا المدخل بدراسة التأثيرات الناجمة عن التعرض. استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي لعينة من جمهور الصفوة في مصر؛ للتعرف على استخداماتهم للبرامج الحوارية التلفزيونية. كذلك المسح لعينة من البرامج الحوارية التلفزيونية؛ للتعرف على محتواها الإعلامي.

تم التوصل إلى عدد من النتائج في سياق

الدراسة التحليلية والميدانية:
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة والإشباع المتحققة.
- توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين فئات المبحوثين وفقاً للنوع والمهنة في كثافة مشاهدة البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع مشاهدة البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة وكل من:- الإشباع المتحققة، والتأثيرات الناجمة عن التعرض.

- توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين فئات المبحوثين في كل من:- دوافع مشاهدة البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، والإشباع المتحققة وفقاً للمستوى التعليمي، كما توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين فئات المبحوثين في التأثيرات الناجمة عن التعرض وفقاً للمستوى التعليمي والمهنة والانتماء السياسي.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الانتماء السياسي لأفراد الصفوة، والثقة في البرامج الحوارية بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع مشاهدة البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة وكل من:- الثقة في مقدم البرنامج، والاتجاه الإيجابي نحو تقييم البرامج الحوارية.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الإشباع المتحققة من مشاهدة البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، والثقة في المعلومات الواردة في البرامج.

- توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين أفراد الصفوة ذوي الانتماء السياسي المختلف من حيث:- الاتجاه الإيجابي نحو تقييم البرامج الحوارية، ومدى الاهتمام

بمتابعة قضية أو موضوع معين.

160/1

ياسمين أحمد على فؤاد حسن
معالجة المشكلات الاجتماعية والاقتصادية
للشباب المصري في الأفلام والمسلسلات
العربية وعلاقة ذلك باتجاهاته وتطلعاته
نحو المستقبل، رسالة دكتوراه، قسم
الإذاعة، 2015.

تحددت المشكلة البحثية في دراسة العلاقة بين مستوى تعرض الشباب لأفلام والمسلسلات التلفزيونية المصرية بما تقدمه عن مشكلات الشباب وبما تقدمه من اتجاهات وتطلعات مستقبلية للشخصيات الدرامية الشابة من ناحية، ومدى إيجابية اتجاهات الشباب نحو المستقبل ومستوى تطلعاتهم المستقبلية من ناحية أخرى. واعتمدت الدراسة في إطارها النظري وبناء فروضها على نظرية الغرس الثقافي، وكان للدراسة (13) فرض، وتم تطبيق منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، حيث قامت الباحثة بتحليل مضمون عينة من المسلسلات والأفلام المصرية الاجتماعية؛ واشتملت العينة على (90) فيلم وثلاثة مسلسلات؛ وتم التحليل باستخدام استمارة تحليل المضمون، وذلك إلي جانب مسح عينة عشوائية من الشباب الجامعي المصري تكونت من 400 مبحوث؛ وتم سحب العينة بأسلوب التوزيع المتناسب بين الجامعات الحكومية والجامعات الخاصة وبين الكليات العملية والكليات النظرية وبين الذكور والإناث وذلك باستخدام استمارة الاستبيان.

وأشارت نتائج الدراسة الميدانية إلي أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة كانت من ذوي كثافة المشاهدة المتوسطة للدراما وذلك بنسبة 47.5%، تلتها فئة ذوي كثافة المشاهدة المرتفعة وذلك بنسبة 28.5%، وفي المرتبة الثالثة و الأخيرة جاءت فئة ذوي كثافة المشاهدة المنخفضة وذلك بنسبة 24%.

وبالنسبة لمستويات مقياس الاتجاه نحو المستقبل إجمالاً اتضح أن العدد الأكبر من عينة الدراسة من ذوي المستوى المتوسط من الاتجاهات المستقبلية الإيجابية وذلك بنسبة 54.5% من إجمالي العينة؛ وتبينت نسبة 94.7% من عينة الشباب اتجاهات مستقبلية إيجابية تراوحت في إيجابيتها بين المستوي المرتفع و المستوي المتوسط. و فيما يتعلق بإجمالي متغير قوة التطلعات المستقبلية فقد كانت النسبة الأكبر من العينة من ذوي المستوي المرتفع من قوة التطلعات المستقبلية وذلك بنسبة 83.2%. وثبتت صحة الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير كثافة مشاهدة الشباب للأفلام والمسلسلات المصرية وإدراك الواقع الاجتماعي للشباب بشكل مشابه للواقع التلفزيوني، وتم قبول الفرض الرابع القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة بين متغير المشاهدة النشطة ومتغير الاتجاه نحو المستقبل، كما تم قبول صحة الفرض الخامس القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة بين متغير دوافع المشاهدة ومتغير الاتجاه نحو المستقبل، أيضاً تم قبول الفرض السادس القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة بين متغير إدراك واقعية المضمون ومتغير الاتجاه نحو المستقبل، كذلك اتضح ثبوت صحة الفرض الثاني عشر القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة بين متغير مدي إدراك الواقع الاجتماعي للشباب المصري بشكل مشابه للواقع الدرامي ومتغير الاتجاه نحو المستقبل.

161/1

لمياء محسن محمد حسن

استخدامات النخبة الأكاديمية والإعلامية
لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع
المتحققة منها: دراسة تحليلية ميدانية،
رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2015.

أفسح المجال لإبداء الآراء المتعددة في القضايا المختلفة، والتعليق على تلك الآراء الذي تجاوز في بعض الأحيان حدود اللياقة والأدب، بل ووصلت إلى القبح والذم دون رقيب، ولا يعرف إن كان هذا من باب الحرية الإعلامية المفتوحة كما يرونها أصحاب النية الحسنة، أم من باب التنسفي بالأحرى حسب ما يرونها أصحاب نظرية المؤامرة .

162/1

داليا عثمان إبراهيم

دور المسلسلات المصرية والتركية التليفزيونية في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الزواج: دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2015.

اهتمت الدراسة بدراسة و تحليل دور المسلسلات المصرية و التركية في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الزواج (دراسة مقارنة) وذلك في إطار تأثره بالنموذجين المطروحين في المسلسلات المصرية و التركية، و قد اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظريتي الغرس الثقافي و نظرية تأثير الشخص الثالث، وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني حيث قامت الباحثة بإجراء : مسح مضمون عينة من المسلسلات التليفزيونية المصرية والتركية المقدمة في الفضائيات العربية، ومسح عينة من الشباب المصري للتعرف على اتجاهاتهم نحو الزواج ومدى تأثير مشاهدة المسلسلات المصرية و التركية على تشكيل هذه الاتجاهات.

و كانت أهم نتائج الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على معدلات تعرض أفراد النخبتين الأكاديمية والإعلامية المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي الأجنبية والعربية، تبرز أهمية الدراسة في جانبها الميداني : في كونها تركز على استخدام عينة من أفراد النخبتين الأكاديمية والإعلامية المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي الأجنبية، بينما تبرز أهمية الدراسة في جانبها التحليلي إلى : إجراء دراسة مقارنة بين أعلى شبكات التواصل الاجتماعي الأجنبية والعربية استخداماً من قبل أفراد عينة الدراسة من النخبتين الأكاديمية والإعلامية، طبقت الدراسة على عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من أفراد النخبتين الأكاديمية والإعلامية المصرية وعددها 400 مفردة .

من أهم نتائج الدراسة: جاء موقعا الفيسبوك وتويتر كأكثر شبكات التواصل الاجتماعي الأجنبية استخداماً من قبل أفراد عينة الدراسة من النخبتين الأكاديمية والإعلامية بنسبة 96.5% و 99.5% على التوالي لشبكة الفيسبوك، و 29% و 48% على التوالي لشبكة تويتر .

وخرجت الدراسة التحليلية بمجموعة من النتائج منها :

1- تبين من خلال التحليل أن موقعي التواصل العربي والأجنبي -ويمثلها ياهو مكتوب والفيسبوك- يقدمان مادة إخبارية متنوعة (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، رياضية، وغيرها) تجعلهما من المواقع التي تحظى بالقبول والرضا من شرائح متعددة في مجتمعاتنا العربية، وتضعهما في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً.

2- يحسب لموقعي التواصل العربي والأجنبي - ويمثلها ياهو مكتوب والفيسبوك- أنهما

- قدمت الدراما المصرية والدراما التركية شخصيات الأزواج بشكل ايجابي بنسبة كبيرة، كما قدمت الدراما المصرية شخصيات الأزواج في مرحلة الشباب بنسبة 60.9% على الرغم من عدم تناسب النسبة مع واقعنا المصري، ركزت الدراما المصرية عينة الدراسة على الأزواج في المستويات الاجتماعية والاقتصادية المرتفعة بنسبة كبيرة، وهو أمر نراه غير واقعي لأن النسبة الأكبر من المجتمع المصري من الطبقات المتوسطة والمنخفضة، ارتفعت نسبة الزواج العرفي في عينة المسلسلات المصرية.

- كما تبين أن أهم أسباب السعادة الزوجية لم تختلف في الدراما المصرية والدراما التركية، كانت أهم أساليب حل المشكلات بين الأزواج في الدراما المصرية هو (الحوار والمناقشة، ثم استخدام العنف اللفظي)، بينما في الدراما التركية عينة الدراسة كان (الترايب الأسرى، يليه الحوار والمناقشة)، واتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي وحجم التعرض للمسلسلات المصرية والتركية، بينما اتضح عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين النوع وحجم التعرض للمسلسلات المصرية، كما اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين النوع وحجم التعرض للمسلسلات التركية، حيث اتضح وجود اختلافاً بين الذكور والإناث في حجم التعرض للمسلسلات التركية و ذلك لصالح الإناث.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج :

-تتنوع الإشباعات التي تحققها محطات الراديو عبر شبكة الإنترنت لمستخدميها مع ارتفاع نسبة الإشباعات التي تتعلق بالوسيلة نفسها إضافة إلى عدد من الإشباعات المتحققة والتي تتعلق بالمضمون المقدم.

-أوضحت نتائج الدراسة أيضاً وجود عدد من المقترحات الخاصة بالشكل والمضمون من جانب الجمهور المستخدم لهذه المحطات بهدف تطوير هذه الخدمات الإذاعية شكلاً ومضموناً

164/ 1

صابر حمد جابر

دور الإعلام المسموع والمرئي في التوعية بقضايا حقوق الإنسان لدى ذوي الإعاقة في المجتمع، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2015.

تسعى هذه الدراسة إلى دراسة دور الإعلام المسموع والمرئي في التوعية بقضايا حقوق الإنسان لذوي الإعاقة في المجتمع؛ وتناولت دراسة وسائل الإعلام الرسمية الوطنية ودورها في نشر التوعية من خلال برامجها المعنية بحقوق الإنسان وقضايا

163/1

سالى أحمد محمد حسن جاد

دوافع استخدام الجمهور المصري لمحطات الراديو عبر شبكة الإنترنت والإشباعات المتحققة، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2015.

يتعلق بالحقوق الاجتماعية.
 - توجد علاقة إحصائية بين نتائج تحليل المضمون ونتائج استجابات المبحوثين عينة الدراسة فيما يتعلق بالحقوق الثقافية.
 - توجد علاقة دالة إحصائية بين تعرض الأفراد ذوي الإعاقة لبرامج الفئات بالراديو والتلفزيون، وبين درجة وعيهم بقضايا حقوق الانسان.
 - توجد علاقة دالة إحصائية بين اهتمامات الأشخاص ذوي الاعاقة بالأوضاع السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية وبين ما تقدمه البرامج عينة التحليل.

165/1

دينا عبد الله النجار

العلاقة بين مستويات تعرض الشباب العربي للمادة الإخبارية في الراديو ومستويات معرفتهم السياسية: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2015.

سعت هذه الدراسة إلى اختبار مستويات استماع الشباب العربي الى المادة الإخبارية في الإذاعة وتأثير ذلك على مستويات معرفتهم السياسية مع دراسة المتغيرات والعوامل التي يمكن أن تؤثر في العلاقة بين هذين المتغيرين وتم الاعتماد على نظرية فجوة المعرفة، وسعت الى تحليل مضمون المواد الاخبارية في الراديو من(نشرات اخبارية وبرامج اخبارية) بالتطبيق على اذاعات BBC العربية، راديو سوا، راديو مصر، وطبقت الدراسة منهج المسح، تم تحليل مضمون سبع نشرات اخبارية من كل محطة من المحطات الاذاعية محل الدراسة بأسلوب الاسبوع الصناعي بمعدل 258 خبر. كما تم اختيار

الأشخاص ذوي الإعاقة، وذلك من خلال إجراء دراسة تحليلية لعينة من تلك البرامج، ودراسة القائمين بالاتصال في تلك البرامج، وإجراء دراسة ميدانية على عينة عمدية من الأشخاص ذوي القدرات الخاصة. وقام الباحث بتطبيق فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في تحقيق فروض الدراسة. وقام الباحث بأخذ عينة تحليلية من برامج المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية التي وصل إليها من خلال نتائج الدراسة الاستطلاعية وكانت تلك البرامج هي برنامج «نادي الأمل» من محطة إذاعة القاهرة الكبرى، وبرنامج «وبشر الصابرين» من شبكة إذاعة القرآن الكريم، ومن برامج التلفزيون برنامج «طريق الأمل» الذي يبث عبر القناة الأولى المصرية من خلال دورة إذاعية مدتها ثلاثة أشهر (أكتوبر، نوفمبر، ديسمبر 2013)، ثم قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية قوامها (400) مبحوث من ذوي الإعاقة البصرية والحركية من محافظات القاهرة الكبرى ومحافظات أقاليم شمال الصعيد.

- وأن جملة متابعي قنوات التلفزيون بلغت 85% من عينة الدراسة وأن أكثر القنوات التلفزيونية الوطنية متابعة القناة الاولى بنسبة 67.1% ثم قناة النيل للأخبار بنسبة 52.5% ثم القناة الفضائية الاولى 31.5%.

- وجاءت أولويات حقوق الإنسان بالنسبة للمبحوثين أن أولوية الحق في التعليم بنسبة (85.3%)، ثم الحق في السكن بنسبة (83.8%)، ثم الحق في توفير الخدمات والرعاية الصحية بنسبة (79.7%).

- توجد علاقة إحصائية بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بالحقوق السياسية.

- توجد علاقة إحصائية بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية فيما

مستويات المعرفة السياسية للمبشرين بالقضايا الإخبارية البارزة باختلاف الجنسية.

166/1

أحمد أحمد أحمد عثمان

دور البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري في بث قيم العدالة الاجتماعية لدى الشباب، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2015.

اهتمت الدراسة برصد أبعاد مفهوم العدالة الاجتماعية كما تعكسه البرامج الحوارية بالتلفزيون والقيم المتضمنة في إطار كل بعد من هذه الأبعاد، ومدى وجود تأثير لهذه المعالجة في بناء وتشكيل أو تعديل مفهوم العدالة الاجتماعية لدى الشباب، واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال تحليل مضمون عينة من البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري، واستبيان رأي 400 مبحوثاً من الشباب.

وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن اهتمام محتوى البرامج الحوارية بالقنوات الحكومية والخاصة بمفهوم العدالة الاجتماعية جاء منخفضاً، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة عكسية بين متغيري كثافة مشاهدة الشباب للبرامج الحوارية بالتلفزيون، وإدراك مفهوم العدالة الاجتماعية بما يتضمنه من قيم

167/1

أمانى رضا عبد المقصود مصطفى

دور الإعلام التلفزيوني في تنمية السياحة العربية: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2015.

أبرز البرامج الإخبارية والتي تتناول قضايا وموضوعات إخبارية ساخنة على الساحة العربية والعالمية، حيث تم تحليل 12 حلقة من كل برنامج على مدار 12 أسبوع، وبلغ إجمالي عدد الحلقات التي تم تحليلها 36 حلقة. وتم تطبيق الدراسة الميدانية على 200 مفردة من الشباب العربي المقيم في القاهرة.

أهم ما توصلت إليه الدراسة التحليلية: إن الأخبار السياسية تليها الأخبار الأمنية والعسكرية جاءت على رأس الموضوعات الإخبارية التي اهتمت بها نشرات وبرامج الإذاعات الثلاث محل الدراسة تلتهم الأخبار الاقتصادية. جاءت القضية السورية في المرتبة الأولى في المحطات الثلاث محل الدراسة نظراً للتطورات السياسية والأمنية والعسكرية التي تشهدها البلاد كما جاءت التطورات المصرية في المرتبة الثانية في المحطات الثلاث نظراً للتطورات السياسية التي شهدتها مصر في تلك الفترة ولم تغب القضية الفلسطينية عن التقدم في الأخبار والتي جاءت في المرتبة الثالثة،

أهم نتائج الدراسة الميدانية: انخفضت نسبة الاستماع إلى الراديو والمواد الإخبارية المذاعة من خلاله لكن بصفة عامة كانت النسبة الكبرى الاستماع للمواد الإخبارية في الراديو لصالح المعدلات غير المنتظمة وبالنسبة لنتائج اختيارات الفروض لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين حجم التعرض للمادة الإخبارية في الراديو (نشرات وبرامج) ومستوى المعرفة السياسية لدى الشباب العربي عينة الدراسة ولا يوجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تأثير النوع ومستوى التعليم والمستوى الاجتماعي الاقتصادي على حجم التعرض للمادة الإخبارية في الراديو (نشرات وبرامج) ومستوى المعرفة السياسية لدى الشباب العربي عينة الدراسة، كما تختلف

هشام احمد عبد العاطى فايد

دور خطاب الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية وشبكة الانترنت في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا السياسة العامة، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2015.

تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على خصائص وسمات خطاب الصفوة السياسية المصرية عبر القنوات الفضائية وشبكة الانترنت ، بالإضافة إلى محاولة تفسير الدور الذى يلعبه هذا الخطاب السياسى فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا السياسة العامة، والتعرف على الآلية التى يصدر بها الجمهور تقييماته السياسية بخصوص تلك القضايا. واعتمدت الدراسة على نظريتي "دافعية الاستنتاج السياسى" و"الذكاء الوجدانى" وعلى منهجى تحليل الخطاب والمنهج التجريبي للوصول لإجابات بخصوص تساؤلات وفروض الدراسة بالتطبيق على قضيتى قانون التظاهر وقضية انقطاع التيار الكهربائى. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن خطاب الصفوة السياسية عبر شبكتى الفيس بوك وتويتر بالفعل كان مكملاً للخطاب عبر القنوات الفضائية، واستكمل جزءاً مهماً من قصور خطاب الفضائيات فى التعبير عن كل دوائر صنع السياسات العامة. كما ظهر الاعتماد على الأطر المرجعية السياسية فى خطاب الصفوة السياسية، وكان خطاب ممثلي الأحزاب السياسية أشبه بـ خطاب قوى الضغط. ومن نتائج الدراسة التجريبية ثبوت فرض تأثير الاتجاهات السابقة عند التطبيق على قضية التظاهر وثبوته جزئياً عند التطبيق على قضية الكهرباء. ولم يثبت فرض الاستقطاب ولم تثبت علاقة القلق بالتعلم عن السياسة المطروحة، فى حين ظهرت مؤشرات ودلائل على الارتباط بين حالة القلق ودرجة إيجابية الاتجاه نحو

تسعى الدراسة إلى رصد وتحليل الدور الذى يقوم به المضمون السياحي المقدم بالقنوات التلفزيونية العربية - محل الدراسة- فى تنمية السياحة العربية من خلال دراسة الكيفية التى استثمرت بها الدول العربية للقنوات الفضائية التابعة لها لتنمية السياحة الوافدة إلى دولها. كما استخدمت الدراسة إطار نظري يتمثل فى "مدخل السياق الثقافى- الاجتماعى، ونظرية البناء الاجتماعى للواقع".

وتعتمد الدراسة على عمل دراسة تحليلية للمضمون السياحي المقدم في عينة من ست قنوات تلفزيونية عربية تنتمي لأسواق سياحية مختلفة، مع عمل دراسة ميدانية على عينة من الخبراء في مجالي السياحة والعالم السياحي. كما استخدمت الدراسة إطار نظري يتمثل في "مدخل السياق الثقافى- الاجتماعى، ونظرية البناء الاجتماعى للواقع".

وأظهرت الدراسة اهتمام القنوات التلفزيونية الحكومية بعرض وتقديم المضمون السياحي أكثر من اهتمام القنوات الخاصة بذلك، إلى جانب اهتمام القنوات التلفزيونية - محل الدراسة - بتنشيط السياحة الداخلية لدولها و بالتالى جاءت الأسواق السياحية العربية هى الأكثر تمثيلاً وعرضاً فى المضمون السياحي المقدم. كما ظهر اهتمام القنوات التلفزيونية العربية بدعم عناصر التنمية السياحية من خلال المضمون المقدم وخاصة ما يتعلق بتوضيح عناصر الجذب السياحي و توضيح خطط التنمية السياحية والمشروعات الاستثمارية، كما ظهر من خلال مقابلة الخبراء أن أهم معوق يعيق التنمية السياحية فى "مصر" فى الفترة الحالية هو عدم توافر الأمن والاستقرار وخاصة مع تكرار الحوادث الإرهابية التى تحدث على فترات مختلفة

168/1

معالجة أخبار وقضايا إسرائيل في القنوات الفضائية الإخبارية واتجاهات النخبة نحوها، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2015.

169/1

على حسن جمعه

اعتماد الشباب السوري على البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات العربية أثناء الأزمات، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2015.

تستهدفت الدراسة التعرف على كيفية معالجة أخبار وقضايا إسرائيل في القنوات الفضائية الإخبارية العربية والأجنبية الموجهة باللغة العربية واتجاهات النخبة نحو تلك المعالجة وتقييمها وقياس اتجاهاتهم وسلوكهم نحو إسرائيل والإسرائيليين، بالتطبيق على نشرات الحصاد الإخباري في خمس قنوات إخبارية تضمنت قناة النيل للأخبار المصرية، وقناة فلسطين اليوم، وقناة سكاى نيوز عربية، وقناة الحرة الأمريكية، وقناة الإخبارية اليهودية، وذلك من خلال إجراء دراسته تحليلية للمحتوى والخطاب المقدم بالنشرات في هذه القنوات، باستخدام نموذج "أف.دي.أي" (FDI)، وهو نموذج يجمع بين نظرية الأطر وأدوات مدخل تحليل الخطاب والصورة الإعلامية، إلى جانب إجراء دراسة ميدانية على عينة من النخبة الأكاديمية والإعلامية والسياسية المصرية لدراسة اتجاهاتهم نحو معالجة أخبار وقضايا إسرائيل بنشرات الأخبار في القنوات الإخبارية الخمسة موضع الدراسة، وتحديد اتجاهاتهم وسلوكهم نحو إسرائيل والإسرائيليين.

أهم النتائج التطبيقية التي تم التوصل إليها:

- اختلاف المعالجة الإخبارية لأحداث وقضايا إسرائيل في نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية والأجنبية الموجهة باللغة العربية.

- اهتمام نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية والأجنبية الموجهة باللغة العربية بتناول أخبار إسرائيل السياسية والعسكرية والأمنية.

- تصدر قضية الصراع العربي الإسرائيلي

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الشباب السوري على البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات العربية، ومدى تأثيرها عليهم خاصة أثناء الأزمات، وعلاقة القائم بالاتصال في البرامج الحوارية بمجمل العملية الاتصالية في المحطة التي يعمل بها، خاصة أثناء الأزمات، والوقوف على الضغوط المهنية والمجتمعية التي تواجهه كقائم بالاتصال سواء أكان معدا أم مخرجا أو مقدم برنامج حوارى، ومعرفة الأساليب المتبعة لزيادة نسبة المتابعة والتفاعلية، وأهم معوقات تلك العملية الاتصالية، واستراتيجية القناة أثناء وجود أزمة. وتمثل مجتمع وعينة الدراسة فيما يلي: عينة القائم بالاتصال، حيث صمم الباحث صحيفة استبيان لعينة قوامها ١٠٠ مفردة، من المعدين والمقدمين والمخرجين، وعينة ومجتمع الدراسة الميدانية، هم الشباب السوري، سواء أكانو داخل أم خارج سورية، ممن هم بين ١٨-٣٠ سنة، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب السوري، واعتمدت الدراسة اطارها النظرى على نظرية الاعتماد

170/1

دعاء احمد حمد البنا

القضايا الخاصة بإسرائيل في نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية والأجنبية الموجهة باللغة العربية.

- اهتمام النخبة بمتابعة أخبار وقضايا إسرائيل في القنوات الفضائية الإخبارية والأجنبية الموجهة باللغة العربية.

- الاتجاهات المحايدة للنخبة المصرية نحو إسرائيل والسلبية نحو الإسرائيليين.

للشباب بصفة يومية، وأنهم لم يبلغوه من حياتهم، بل قل اعتمادهم عليه، الشباب في مرحلة العمل أعلى مشاهدة للتلفزيون بالمقارنة بالشباب في مرحلة الدراسة، جاءت الإشباعات المتحققة من مشاهدة التلفزيون متوسطة، ويرى الشباب أن التلفزيون الحكومي لا توجد لديه حرية في التعبير عن قضايا الشباب في مصر، والتلفزيون الخاص لديه حرية منقوصة.

- عدم وجود أي من العينة لا يستخدم وسائل الإعلام الجديدة مما يدل على أهميتها ومكانتها المرتفعة بين الشباب، حيث جاءت معدلات استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة مرتفعة حيث كانت يومياً بنسبة 79,8%، مواقع التواصل الاجتماعي كانت أكثر وسائل الإعلام الجديدة التي يفضلها الشباب، ثقة الشباب في وسائل الإعلام الجديدة متوسطة رغم كثافة استخدامهم لها، دوافع الشباب لاستخدام وسائل الإعلام الجديدة مرتفعة بنسبة 50,3%، إشباعات الإعلام الجديد تتسم بمستوى مرتفع بنسبة 49,3%.

- استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة أثر بدرجة كبيرة على تراجع استخدامهم للتلفزيون، لكن يرى الشباب أن وسائل الإعلام الجديدة لن تلغى التلفزيون.

- كشفت نتائج الدراسة أن هناك وجود علاقة ارتباطية متوسطة القوة بين معدل استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة والإشباعات المتحققة منها.

- وجود علاقة ارتباطية بين معدل استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة ودرجة الثقة في المعلومات المستمدة من تلك الوسائل.

172/1

سارة شوقي عبد الستار

171/1

صفا محمد إبراهيم عبد الدايم

استخدام الشباب للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديدة والإشباعات المتحققة منها: دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

جاءت أهمية هذه الدراسة التي تحاول الكشف عن انعكاس ذلك على استخدامات الشباب لكل نوع من وسائل الإعلام وما تحققه كل وسيلة من إشباعات. اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على:

نظرية المجال العام Public Sphere، ومدخل الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratifications وتم استخدام منهج المسح على الجمهور عن طريق صحيفة استبيان، تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 400 من الشباب المصري (من 18-35 سنة) من الدارسين في جامعة القاهرة، والأزهر، والأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، والجامعة الأمريكية، ومن العاملين بعدد من القطاعات: قطاع البنوك، والعاملين بقطاع الإعلانات والعاملين بمستشفى سرطان الأطفال 57357.

أهم النتائج:

- ما زال التلفزيون يحتل مكانة هامة

استخدامات تطبيقات الهاتف الخليوي في نقل الأخبار والمعلومات ومستوى مصداقيتها لدى الجمهور، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

ركزت هذه الدراسة على أنماط استهلاك الأخبار والمعلومات عبر تطبيقات الهاتف الخليوي الذكي (الموبايل/جوال) من قبل المستخدمين المصريين. واستندت الدراسة على نظريتي الشبكات الاجتماعية ونشر المستحدثات. كما تم اختيار المنهج المسحي والشبه التجريبي للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فروضها العلمية، حيث تم استخدام استمارة استبيان إلكترونية (وكان العدد النهائي 277 استمارة) لقياس استخدامات كل تطبيقات الهاتف المختلفة في استقبال وإرسال الأخبار والمعلومات عن طريق قياس حجم الأخبار والمعلومات المتبادلة، ونوعها، ودوافع وراء تبادلها، واتجاهات المستخدمين المصريين نحو هذه الأخبار والمعلومات. أما المنهج شبه التجريبي، فقد تم استخدامه لاستكشاف دوافع المستخدمين في تفضيل تطبيق معين وكيفية تقييمهم لمصداقية الأخبار والمعلومات التي تصلهم عبر تطبيقات الهاتف الخليوي.

أهم نتائج الدراسة هي:

-وجود مؤشرات على تراجع أهمية الخصائص الديموغرافية للمستخدمين كمؤشر لحجم وكيفية استخدام تطبيقات الهاتف وذلك دليل على تغلغل الهاتف الخليوي وتطبيقاته شبه الكامل بين المستخدمين المصريين.

-كما تشير إلى ارتفاع الوعي لدى الجمهور المصري، فبالرغم أنهم يفضلون استخدام تطبيقات الهاتف الخليوي للحصول على الأخبار بسهولة وسرعة استخدامها إلا أنهم لا يرونها ذات مصداقية مرتفعة. ومع ذلك، فإن الأخبار والمعلومات عبر تطبيقات

الهاتف الخليوي أصبحت من أهم مصادر المعرفة لدى الجمهور المصري، كما أن التعليقات والتحليلات المصاحبة لهذه الأخبار والمعلومات تعتبر مصدر رئيس ومهم بالنسبة للمستخدمين ويعتمدون عليها في بناء آرائهم واتجاهاتهم نحو ما يصلهم من أخبار.

173/1

إيمان عبد الحكيم أحمد زايد

دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

تهدف الدراسة إلى كيفية تناول البرامج التلفزيونية الجماهيرية المقدمة على القنوات الفضائية المصرية للقضايا الاجتماعية ومدى تلبية احتياجات الجمهور، ومدى استفادته منها، وتحليل أساليب معالجة المشكلات والقضايا الاجتماعية. وتستخدم الباحثة في هذه الدراسة تحليل عينة من البرامج التلفزيونية التي تعالج القضايا الاجتماعية والتي تعرض على شاشة القنوات الفضائية المصرية. أيضاً تستخدم الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي لاختبار تساؤلات وفروض الدراسة. وتكونت عينة الدراسة الميدانية من 400 مبحوثاً من جمهور المشاهدين في محافظات القاهرة، والجيزة، والدقهلية مع مراعاة التنوع الديموجرافي.

وكان من أهم نتائج الدراسة الآتي:
بالنسبة للدراسة التحليلية: نجد أن قضية العلاقات الزوجية والأسرية قد احتلت أعلى النسب في القنوات الخاصة حيث كانت 26.9%، أما بالنسبة للقنوات الحكومية فقد احتلت قضية الرعاية الصحية أعلى النسب حيث كانت 33%. بالنسبة لجوانب معالجة البرامج الجماهيرية: تصدرت الجوانب

دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

سعت هذه الدراسة إلى تحليل معالجة قضايا حقوق الإنسان في البرامج الحوارية التي تقدم على القنوات الفضائية المصرية سواء الحكومية منها أو الخاصة، وتقديم وصف تحليلي مفصل لما تستخدمه هذه القنوات باختلاف أشكالها وأنماط ملكيتها وتوجهاتها السياسية من أطر لمناقشة هذه القضايا، والتعرف على تأثير هذه المعالجة على اتجاهات الشباب المصري نحو هذه القضايا الحقوقية، ومدى إيمانه بها والدفاع عنها والسلوكيات التي يمكن أن يقوم بها بعد متابعة هذه القضايا في القنوات المصرية

وتوصلت الدراسة إلى :

أن أغلب المبحوثين بنسبة 84.3% يرون أن القنوات الفضائية الخاصة هي المصدر الأكثر قدرة على عرض القضايا المتعلقة بحقوق الإنسان، تلتها القنوات الفضائية الحكومية والتي جاءت في الترتيب الثاني بنسبة 8.4%. وأخيراً قنوات الإخوان المسلمين في الترتيب الأخير بنسبة 7.3%.

- وأفادت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب النوع في تقييم الوضع العام لحقوق الإنسان في مصر، في حين لا توجد فروق بينهم على حسب السن والمؤهل الدراسي والدخل الشهري للأسرة. وكذلك وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تقييم المبحوثين للوضع العام لحقوق الإنسان في مصر والقنوات محل اهتمامهم.

175/1

نرمين إبراهيم أحمد

سمات المجتمع الجامعي كما تقدمها الأفلام السينمائية المصرية وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي له، رسالة

الإيجابية أعلى النسب في القنوات الخاصة حيث كانت 59.9%، وكانت بالنسبة للقنوات الحكومية 53.8%. أما عن نوعية معالجة البرامج الجماهيرية في تناول المشكلات الاجتماعية: نجد أن عرض الأسباب في القنوات الخاصة كانت 41.3%، وهي أعلى النسب، أيضاً في القنوات الحكومية كانت نسبته 28%. أما بالنسبة لأنماط الاستمالات الإقناعية المستخدمة في البرامج: فقد تصدر "الاستشهاد بالخبراء والمتخصصين" أعلى النسب حيث كانت 48.5% لصالح القنوات الخاصة، و13.2% للقنوات الحكومية.

ومن أهم نتائج الدراسة الميدانية: بالنسبة لمصادر المعلومات لدى عينة الدراسة: فقد تصدرت القنوات الفضائية أعلى النسب حيث كانت 96%. ومن ناحية الفضائيات المصرية التي يعتقد المبحوثون أنها تهتم بمعالجة القضايا الاجتماعية في المجتمع المصري، فقد تصدرت قناة الحياة أعلى النسب حيث كانت 75.8%.

أما من ناحية تأثير القضايا الاجتماعية في الأشخاص أنفسهم عينة الدراسة: نجد أن قضية إدمان المخدرات لها أعلى تأثير بالنسبة للمبحوثين حيث كانت (فئة مؤثرة جداً) لها أعلى التكرارات بنسبة 63.4%، وقد كانت نسبة الاستفادة عالية حيث كانت 70.7%. وقد كان هناك دوراً للبرامج التليفزيونية الجماهيرية التي تهتم بعرض القضايا الاجتماعية في نشر الوعي حول هذه القضايا، وهو ما أكدته رأي الجمهور عينة الدراسة من حيث أن هذه البرامج تنشر الوعي حول هذه القضايا.

174/1

السيد محمد أبو شعيشع حسن.

معالجة قضايا حقوق الإنسان في القنوات المصرية الحكومية والخاصة وتأثيرها على اتجاهات الشباب المصري نحوها رسالة

دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

تهدف الدراسة إلى التعرف على سمات المجتمع الجامعي في الأفلام السينمائية المصرية المقدمة في التلفزيون المصري والقنوات الفضائية المتخصصة في الأفلام السينمائية، وذلك من خلال تحليل مضمون عينة قوامها 100 فيلم سينمائي تناول المجتمع الجامعي، وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي للمجتمع الجامعي بصورة مشابهة للواقع الدرامي المقدم في الأفلام السينمائية، من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها 470 مفردة من مشاهدي الأفلام السينمائية المصرية، وذلك في إطار نظرية الغرس الثقافي.

وقد توصلت الدراسة إلى نتيجة هامة وهي وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض الكمي للأفلام السينمائية المصرية التي يقدمها التلفزيون والقنوات الفضائية المتخصصة في تقديم الأفلام، وإدراك الباحثين للواقع الاجتماعي للمجتمع الجامعي بما يشابه الواقع الدرامي

176/1

على عبد الله حمد باقطين

الأحداث والقضايا اليمنية كما تعكسها الفضائيات الإخبارية وعلاقة الصفوة بها، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

تحدد المشكلة البحثية للدراسة في السعي لتحليل المضمون الإخباري المقدم بقنوات: الجزيرة، والعربية، و (بى بى سى) عربي، بهدف التعرف على طبيعة تلك المعالجة الإخبارية للأحداث والقضايا اليمنية في القنوات الثلاث بشكل مقارن، والتعرف على الأطر الرئيسية التي وظفتها القنوات الثلاث

في طرحها الإخباري، والوقوف على طبيعة علاقة الصفوة اليمنية بالقنوات الإخبارية العربية والدولية ومدى اعتمادهم عليها كمصدر رئيسي للأخبار والمعلومات عن تلك الأحداث والقضايا اليمنية ومدى تبنيهم للأطر المقدمة عن الأحداث والقضايا اليمنية في القنوات الإخبارية عينة الدراسة.

استخدمت الدراسة منهج المسح وأداة المقابلة وأدوات التحليل الكيفي، وجاءت أهم النتائج كما يلي: وظفت القنوات الثلاثة عدداً من الأطر الإعلامية في نشراتها الإخبارية، كان أبرزها إطار الصراع الذي جاء في الترتيب الأول، وتقاربت نسبة توظيفه في قناتي العربية والجزيرة، ثم قناة بى بى سى عربي، ثم إطار التغيير السياسي وتفوقت قناة العربية في توظيفه تلتها قناة الجزيرة ثم قناة بى بى سى عربي. جاءت ترتيب القنوات الإخبارية التي يفضلها أفراد الصفوة اليمنية وفق الأوزان المرجحة ما يلي: قناة بى بى سى عربي في المقدمة، تليها قناة الجزيرة الإخبارية، ثم قناة العربية في الترتيب الثالث. وهو ما يؤكد صدق اختيار تلك القنوات الثلاثة كعينة للدراسة التحليلية للدراسة الحالية، ثم جاءت قناة فرنسا 24 في الترتيب الرابع، تليها قناة روسيا اليوم. جاء ترتيب القضايا والأحداث اليمنية البارزة التي تناولتها القنوات الإخبارية محل الدراسة التحليلية لدى الصفوة اليمنية كما يلي: أحداث الصراع الدائر بين جماعة الحوثيين ورجال القبائل في الترتيب الأول، ثم الصراع الدائر بين الجيش اليمني وتنظيم القاعدة باليمن المتمركز في بعض مناطق الجنوب، وثيقة ضمانات تنفيذ مخرجات الحوار الوطني، مشروع قرار الأمم المتحدة بشأن التسوية السياسية في اليمن، الانفلات الأمني، تقسيم اليمن إلى ستة أقاليم إدارية

محمود حلمي عمارة

العلاقة بين الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال وجودة المواد الإعلامية المقدمة في برامج الرأى بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

سعت الدراسة الى التعرف على العلاقة بين الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال وجودة المواد الإعلامية في برامج الرأى بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة، وذلك من خلال التعرف على العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي، و المشكلات التي واجهها القائمون بالاتصال، و تحديد مستويات رضاهم، وكذلك مدى رضا الجمهور المصرى عما يتم تقديمه في برامج الرأى التلفزيونية المصرية، وتقييم جودة تلك البرامج، و مقترحات كلا من القائمين بالاتصال و الجمهور لتطوير برامج الرأى التلفزيونية والقنوات المصرية. وتعد هذه الدراسة واحدة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح والمنهج المقارن، وتم تطبيقها على عينة عشوائية من القائمين بالاتصال قوامها 200 مفردة من القائمين بالاتصال بالقنوات الأولى و الفضائية المصرية و دريم2 وسى بى سى، و عينة من الجمهور المصرى المتابع لبرامج الرأى قوامها 400 مفردة، وقد تم جمع البيانات من خلال استمارتى استبيان.

وتوصلت الدراسة إلى:

-وجود شعور بالرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال يزيد لدى العاملين بالقنوات التلفزيونية المصرية الخاصة، ويتأثر الشعور بالرضا بعدة عوامل، كما يتعرض القائمون بالاتصال للعديد من الصعوبات، ويشاهد الجمهور برامج الرأى بالقنوات

دور القنوات التلفزيونية المصرية فى طرح القضايا الاقتصادية وعلاقته بتشكيل معرفة الشباب واتجاهاته نحوها، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

أهتمت هذه الدراسة بالإعلام الإقتصادى، و حاولت رصد و تحليل دور و أهمية القنوات التلفزيونية المصرية فى التعريف بالقضايا الاقتصادية للشباب و قدرتها على تشكيل اتجاهاته نحوها من خلال اخضاع مشروع قومى اقتصادى حديث (مشروع محور قناة السويس) للدراسة، مع محاولة التعرف على دور الإعلام الإقتصادى التلفزيونى المتخصص فى التنمية و وسائله المختلفة ومدى تأهل القائمين بالاتصال على توصيل المعرفة الاقتصادية للشباب من أجل تكوين وعى اقتصادى حقيقى لديهم. وقد استخدمت الدراسة كلا من نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ونموذج احتمالية اعمال العقل.

توصلت الدراسة الى ان غالبية الشباب الجامعى لا يشاهد القضايا الاقتصادية بالقنوات التلفزيونية المصرية إلا نادرا وبالتالي معدلات اعتمادهم عليها ضعيفة فى متابعة هذه القضايا و منها قضية البحث (مشروع محور قناة السويس). كما توصلت الدراسة ان العوامل الديموغرافية (النوع و نوع التعليم) لا يؤثر على مستوى الاعتماد على القنوات التلفزيونية المصرية ولا يؤثر على القدرة على اعمال العقل فى القضايا الاقتصادية و لا تؤثر بالتالى على اتجاهات الشباب. وافادت نتائج الدراسة الى انه لا توجد علاقة ارتباطية بين مستوى اعمال العقل و درجة الانغماس ومشروع محور قناة السويس كما لا توجد علاقة ارتباطية بين مستوى اعمال العقل والسمات الشخصية للمبحوث - الحاجة للمعرفة - الميل للجدال - تقدير الذات.

المصرية الخاصة أكثر من القنوات الحكومية، وتعانى برامج الرأى التلفزيونية المصرية من ضعف مستويات جودتها.

- توجد فجوة بين توقعات و ادراكات الجمهور بشأن برامج الرأى، وعلى هذا تحتاج برامج الرأى لمزيد من التطوير لتحقيق مستويات أعلى من الجودة

179/1

لميس علاء الدين مصطفى

تعرض الشباب للمسلسلات المصرية وعلاقتها بسلوكياتهم، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض الشباب للمسلسلات المصرية وعلاقتها بسلوكياتهم. والتعرف على أصل اللغة ومصطلحاتها ومعانيها بالتركيز على ما تقدمه المسلسلات التلفزيونية من مفردات جديدة. والتعرف على السلوكيات التي تقدمها المسلسلات موضوع الدراسة من حيث المضمون (إيماءات الوجه ولغة العيون وطريقة المشي والكلام، وكذلك العادات الشعبية الأصيلة). استخدمت الدراسة منهج المسح وأداة تحليل المضمون.

توصلت أهم نتائج الدراسة إلى ما يلي:

- إن أغلب المبحوثين يتأثرون بالسلوكيات اللغوية واللفظية التي تقدمها المسلسلات المصرية التي تحتوى على ألفاظ خارجة وشتائم وإيحاءات جنسية.

- إن أفراد العينة يؤيدون الرأى الخاص بأن المسلسلات المصرية تحدث تأثيرًا كبيرًا في سلوكيات المشاهد، حيث تصل نسبتهم إلى 96.1%، بإجمالي 349 مفردة من إجمالي عدد المشاهدين للمسلسلات المصرية)، وذلك يرجع إلى أن المسلسلات تنقل واقع المجتمع المصرى وتعكس سلوكيات الأفراد.

- تبين أن 346 مبحوث (بنسبة 95.3%) من إجمالي المؤيدين للرأى يرون أن المسلسلات المصرية تشوه اللغة باستخدام المبالغة والألفاظ الدخيلة، التي ظهرت في الأونة الأخيرة في بعض المسلسلات التلفزيونية.

- أكد 254 من مفردات العينة بنسبة 63.5% أن نماذج السلوكيات التي يمكن أن يقتدي بها الشباب، ويجب أن تظهر في المسلسلات هي مراعاة السلوكيات اللفظية، وقد أكدت عينة الدراسة في إجاباتها بعدم استخدام الألفاظ الجارحة والاستغناء عنها بألفاظ ملائمة ومهذبة في تقديم المسلسلات، وأن تتسم الدراما بعدم التحيز والإيجابية، وأن تقدم وتركز على الصفات الحسنة مثل بر الوالدين والصدق، والتمتع بالأخلاق - وأن يقوم كاتب السيناريو بكتابة موضوع هادف يفيد المجتمع وإضفاء الدقة على الواقع الإيجابي وليس على السلبيات - والتربية الدينية الصحيحة والألفاظ الحسنة - واحترام الأنثى - التدين - وغرس حب الوطن وتحسين المستوى الأخلاقي.

180/1

نوال عبد الله على الحزورة

التعرض للإذاعة والتلفزيون وعلاقته بمستوى الوعى بقضايا التنمية فى الريف اليمنى، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على العلاقة بين التعرض للمحطات الوطنية الإذاعية والتلفزيونية ومستوى وعي الجمهور الريفى بقضايا التنمية حيث تم إجراء دراستين مسحيتين:-

1-دراسة تحليلية للمضامين البرمجية التنموية في إذاعة صنعاء وقناة اليمن

بأسلوب الحصر الشامل لدورة برامجية في كل منهما.
2- دراسة ميدانية للجمهور على عدد (450) مبحوثاً من أبناء الريف في عدة قرى في محافظة صنعاء.
ومن خلال نموذج المعرفة والتغيير الاجتماعي (الإطار النظري للدراسة)
أهم نتائج الدراسة التحليلية: -

ج) أغلب المبحوثين الريفيين يتمتعون بدرجة وعي جيدة نحو قضية تنظيم الأسرة سواءً على مستوى المعارف أو الاتجاهات الإيجابية نحو القضية أو السلوك الإيجابي (نية السلوك) تجاه القضية، كما أظهر المبحوثون الريفيون مستوى وعي جيد نحو قضية ترشيد المياه بطرق الري الحديثة، فيما يخص قضية الحوار الوطني فدرجة وعي المبحوثين الإجمالية بها متوسطة.

181/1

عادة أحمد صلاح الدين النشار

دراسة تحليلية لعناصر البناء الدرامي في المسلسلات التركية المعروضة على الفضائيات المصرية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

تتحدد مشكلة الدراسة في السعي لتقييم المسلسلات التركية المُدبَّجة المعروضة على الفضائيات المصرية؛ بهدف الوقوف على عناصر البناء الدرامي في تلك الأعمال، وذلك من خلال إخضاع عينة من المسلسلات التركية المُدبَّجة لتحليل مضمونها تحليلًا كميًا يستلهم مفاهيم "أرسطو" ومبادئه الفنية.

أهم النتائج التطبيقية التي تم التوصل إليها:

اتفق صنَّاع الدراما ممن التفتهم الباحثة أن أفكار المسلسلات التركية المُدبَّجة استطاعت أن تعبر حاجز المكان وتصل إلى العالمية؛ إلا أنها لا تحمل مقومات البناء الدرامي السليم التي تؤهلها للصمود عبر الزمان، عكس كلاسيكيات الدراما العربية التي ظهرت في الماضي واستمرت حتى الآن.

تعددت صور الصراع الخارجي في المسلسلات التركية المُدبَّجة، لكن جاءت في مجملها نتيجة

أ) ظهرت الموضوعات الصحية في مقدمة الموضوعات التنموية المطروحة (حيث كانت إذاعة صنعاء أكثر اهتماماً بهذا الجانب مقارنة بالتلفزيون)، وفي المرتبة الثانية أتت القضايا السياسية (حيث كانت تلفزيون اليمن أكثر اهتماماً بهذا الجانب مقارنة بإذاعة صنعاء)، ثم تأتي القضايا الاقتصادية في المرتبة الثالثة، ثم الزراعية والأسرية التربوية في المرتبة الرابعة، ثم تترتب بقية القضايا تبعاً.

ب) شكلت قضية تنظيم الأسرة أبرز القضايا الصحية المطروحة فيما كانت قضية الحوار الوطني القضية الأبرز في القضايا السياسية المطروحة.

أهم نتائج دراسة الجمهور: -

أ) ظهر أن قضية ترشيد استهلاك المياه بطرق الري الحديثة تحوز على الاهتمام الأعلى بين أوساط الريفيين، تليها قضية تنظيم الأسرة ثم قضية الحوار الوطني.

ب) يأتي التلفزيون في مقدمة المصادر الاتصالية التي يعتمد عليها مبحوثو الريف في اكتساب المعارف حول قضايا التنمية (محل التحليل). وتأتي الإذاعة في المركز الثاني فيما يخص قضيتي الحوار الوطني وترشيد المياه بطرق الري الحديثة، أما في قضية تنظيم الأسرة فيأتي الأهل في المرتبة الثانية ثم تأتي الإذاعة في المرتبة الثالثة.

لظروف لا دخل لشخصيات المسلسل في صنعها أو ترتيبها، لكنهم يعملون على اجتيازها ويحاولون التغلب عليها.

جاءت الأحداث الدرامية في المسلسلات التركيبية المُدبَّلة قليلة وبطيئة الإيقاع، وتمت الاستعاضة عنها بالحوار الرومانسي الطويل وإبراز انفعالات الشخصيات عن قرب، والخروج للتصوير في أماكن طبيعية خلابة.

عانت الحبكة في المسلسلات التركيبية المُدبَّلة ترهلاً ملحوظاً وضعفًا واضحًا، فلم تتناسب مع جودة رسم الشخصيات أو ما تستدعيه الصراعات الدرامية؛ مما أضرَّ بالبناء الدرامي لتلك المسلسلات.

نجحت المسلسلات التركيبية المُدبَّلة في التوظيف الجيد لأدوات الانتاج المختلفة من: الديكور، الملابس، الأكسسوارات، والمكياج حتى تفوقت جودة الصورة على براعة ما تنقله من معاني وأفكار.

182/1

نهال عمر الفاروق بدوي

أساليب الدعاية في الخطاب الشيعي في القنوات الفضائية: دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على كيفية توظيف الخطابين السياسي والديني بالفضائيات الشيعية لأساليب الدعاية في الترويج للقوى والأيدولوجية الشيعية، ودراسة اتجاهات الجمهور المصري السني نحو هذه القنوات وكيفية تعامله مع خطابها، بالإضافة إلى التعرف على رؤية النخبة المتخصصة في الإعلام والشئون الدينية والسياسية لتلك القنوات، وذلك من خلال ثلاث دراسات: دراسة تحليلية للخطابين السياسي والديني بقنوات كربلاء

والأنوار والعالم والمنار، دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري السني قوامها 100 مفردة، ودراسة على عينة من النخبة المتخصصة قوامها 18 مفردة، واستخدمت الدراسة نظرية التنافر المعرفي، وأدوات تحليل المضمون والمدخل النقدي لتحليل الخطاب والإستبيان والمقابلات المتعمقة، وكان من أهم نتائج الدراسة:

- جاءت قضية تقديس الأئمة الاثني عشر في صدارة القضايا الدينية بنسبة (27,3%)، فقضية الإمامة والولاية (20,9%) ثم استشهاد الحسين في كربلاء، ثم سب الصحابة والتبرك عند الشيعة.

- تصدر أسلوب الدعاية بالأعمال الرمزية أساليب الدعاية في الخطاب الديني الشيعي بنسبة (22,7%)، فأسلوب تفخيم الزعماء (18,9%)، ثم التسميات الدلالية، فالتكرار، ثم أسلوب الكذب وتجريح الخصوم.

- تصدرت قضية المقاومة القضايا السياسية بنسبة (23,4%)، ثم الثورة السورية، ثم الصراع الطائفي في لبنان، والاحتجاجات البحرينية، ثم جاء البرنامج النووي الإيراني.

- تصدر أسلوب الدعاية الرمزية أساليب الدعاية في الخطاب السياسي بنسبة (23%)، ثم الشهادة (11,7%)، فإطلاق التسميات، يليه الإثارة العاطفية والاستعطاف ثم الكذب واستخدام الشعارات.

- انخفضت درجة تعرض المبحوثين للفضائيات الشيعية، حيث بلغت نسبة المشاهدة المنخفضة (83%)، وكانت قناة المنار الأكثر مشاهدة، يليها قناة العالم، وانخفضت نسبة تعرض المبحوثين للتنافر المعرفي نتيجة التعرض للفضائيات الشيعية، فبلغت نسبة الذين (لتنخفض) درجة تعرضهم للتنافر (61%)،

مقابل (39%) لديهم (تنافر متوسط)، وقد تبين عدم وجود علاقة بين حجم التعرض للفضائيات الشيعية ودرجة الشعور بالتنافر المعرفي .

-تضاءلت خطورة الفضائيات الشيعية - وفقاً لجمهور النخبة- بسبب انخفاض نسبة مشاهدتها، وصعوبة تحول السني إلى شيعي.

انت أهم الجوانب التي يجب مراعاتها عند توجيه خطاب للرد على الشيعة اختيار المضمون الأكثر فاعلية وهو التاريخي في أغلب الأحوال، واستخدام أسلوب غير مباشر في الخطاب.

183/1

عمرو محمد محمود عبد الحميد

اتجاهات الرأي العام المصرى نحو مصادقية القنوات التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعى فى تناول القضايا السياسية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

اختبرت الدراسة العلاقة بين مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة ومواقع التواصل الاجتماعى كمصادر للمعلومات حول الأحداث السياسية المصرية وإدراك المبحوثين لمصادقيتها فى تناول القضايا السياسية، عبر اجراء مسح لعينة بلغت 400 مبحوث من المهتمين بالشئون السياسية المصرية شملت ثلاث محافظات تمثل قطاعات الجمهورية الثلاث (القاهرة الكبرى - الوجه البحرى - الوجه القبلى)، بهدف دراسة تأثير ادراك المبحوثين للعداء تجاه وسائل الإعلام المصرية على تقييمهم لمصادقية القنوات التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعى فى تغطيتها للقضايا

السياسية التالية (الأحداث الإرهابية فى مصر-الانتخابات البرلمانية 2015 والعلاقات المصرية بالدول العربية). وشملت الدراسة تحليل مضمون عينة من حلقات البرامج الحوارية الجماهيرية بالقنوات المصرية Talk Shows، وكذلك الصفحات الإخبارية على موقع الفيسبوك للقضايا السياسية التى رصدتها الدراسة لاستكشاف مدى التزامها بأبعاد المصادقية.

وتوصلت الدراسة إلى :

-أن مواقع التواصل الاجتماعى كانت أكثر مصادر الأخبار مصادقية بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة فى تناول الأحداث السياسية المصرية لدى المبحوثين، كما أشارت النتائج لوجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين مستويات الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعى كمصادر للأخبار وإدراك المبحوثين لمصادقيتها فى تغطية القضايا السياسية وكذلك وجود تأثير لمستويات الكفاءة السياسية، المشاركة السياسية، مستوى الاهتمام السياسى للمبحوثين كمتغيرات وسيطة فى قوة تلك العلاقة. -فيما لم تظهر فروق دالة احصائيا بين المبحوثين وفقا لمدى انتمائهم حزبيا فى ادراكهم للعداء نحو وسائل الإعلام المصرية، وأثبتت الدراسة صحة الفرض القائل كلما زادت مستويات عداء المبحوثين نحو معالجة القنوات الحكومية والخاصة مواقع التواصل الاجتماعى للقضايا السياسية محل الدراسة، قل تقييمهم لمصادقيتها.

-كما أشارت نتائج تحليل المضمون إلى وجود فروق جوهرية فى التزام الوسائل عينة الدراسة بمعايير المصادقية فى تناولها للقضايا السياسية، وظهرت اختلافات واضحة فى تغطيتها للأحداث تبعا لنمط ملكيتها وتوجهاتها السياسية وموقفها من القوى السياسية الفاعلة فى الشأن المصرى ، وظهرت أيضا فروق واضحة فى أنماط تفاعل الجمهور مع المحتوى المقدم بتلك

الوسائل لصالح مواقع التواصل الاجتماعي .

184/1

حسن على قاسم

دور التلفزيون ووسائل الإعلام الجديد في دعم المشاركة الاجتماعية في المجتمع المصري، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

تناولت هذه الدراسة دور التلفزيون ووسائل الإعلام الجديد في دعم المشاركة المجتمعية في المجتمع المصري . والدراسة الحالية من الدراسات الوصفية والتي تقوم علي دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة معينة أو موقف معين أو جماعة من الأفراد ومجموعة من الأحداث وتهتم هذه الدراسات برصد وتحليل العلاقات بين المتغيرات، وترتكز علي التحقق من فروض وعناصر خاصة بالعلاقة بين متغيرين أو مجموعة من المتغيرات.

واتساقاً مع موضوع الدراسة وأهدافها ، فقد تم استخدام منهج المسح باعتباره جهداً علمياً منظماً يساعد علي وصف الظاهرة والحصول علي بيانات ومعلومات عن الظاهرة وتقديم صورة واقعية أو أقرب مايكون إلي الواقع من الظاهرة. وقد تم جمع البيانات بطريقة المقابلة المباشرة وقد استغرق العمل الميداني حوالي شهرين وتم الانتهاء من جمع البيانات في نهاية شهر ابريل 2016 م. وأجريت هذه الدراسة على عينة عمدية قوامها (500) مفردة، وعلى الرغم من أن عينة الدراسة هي عينة مقصودة إلا أنها تم اختيارها وفق ضوابط تجعلها تعكس أكبر قدر ممكن من خصائص الجمهور المصري.

أهم النتائج تشير إلى :

- أظهرت الدراسة أن مايزيد عن 50% من عينة الدراسة تشاهد القنوات الفضائية يومياً، وهذا يقيس حقيقة أن التلفزيون مازال هو الوسيلة الأولى ضمن وسائل الاتصال الجماهيرية (رغم إنتشار الانترنت) ، كما أن ربع العينة تقريباً (25.7%) تشاهد الفضائيات يوم أو يومين في الأسبوع ، أما من يشاهدون القنوات الفضائية من 3 إلي 4 أيام في الأسبوع (13.3 %) ، بينما من يشاهد القنوات الفضائية من 5 إلي 6 أيام في الأسبوع هم (10.4) .

- أما بالنسبة لمدي اهتمام الباحثين بالإعلانات غير التجارية التي تديعها القنوات الفضائية فقد أوضحت الدراسة أن كل عينة الدراسة تهتم بمشاهدة هذا النوع من حملات المشاركة المجتمعية عبر القنوات الفضائية ولكن بنسب اهتمام متباينة بداية بالاهتمام الي حد ما أو العادي صعوداً إلي الاهتمام القوي .

185/1

حنان حسن محمد الجندي

سياسات وسائل الإعلام لحماية الإعلاميين من العنف أثناء الأزمات: دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالقنوات التلفزيونية المصرية والدولية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

تستهدف الدراسة التعرف على إتجاهات المراسلين الميدانيين العاملين بالمؤسسات الإعلامية المصرية و الدولية بمصر نحو ظاهره العنف الممارس ضدهم ، وتحديد أنواع هذا العنف، و ردود أفعالهم تجاهه ، والتعرف أيضا على الدور الذي تقوم به مؤسساتهم الإعلامية لحمايتهم من العنف، والتعرف على مدى إهتمام المؤسسات الإعلامية المصرية بقضية السلامة المهنية

-أكثر الأحداث التي أدت الى تعرض الصحفيين و الإعلاميين المصريين للعنف ، كانت أحداث ثورة الخامس و العشرين من يناير ، و يرجع السبب وراء ذلك إلى عدم استعداد الصحفيين المصريين للتعامل مع هذه النوعية من الاضطرابات الجماهيرية مما أدى إلى وقوع ضحايا مثل الصحفي احمد محمود الذي قتل أثناء تصويره لبيانات أحداث ثورة يناير، بالإضافة إلى إصابة العديد من الصحفيين والمصورين في تلك الفترة.

-أكثر الأماكن التي تعرض فيها للاعتداء تمثلت في (شارع محمد محمود)، (التحرير)، وأن من أقل الأماكن التي تعرض فيها للاعتداء (جامعة الأزهر)، (الشيخ زويد)

186/1

إنجي عباس أبو العز

دور الإعلام الجديد في التأثير على سلوك الجمهور المصري في إطار نظرية دوامة الصمت، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

اهتمت الدراسة بالبحث في الدور الذي يلعبه الإعلام الجديد في اختراق دوامة الصمت في المجتمع المصري خاصة بين فئة الشباب المعارض، ومدى تأثير ذلك على سلوكه كجمهور مستخدم. اهتمت الدراسة بصفحة حركة شباب 6 إبريل و صفحة رابعة والنهضة رمز الصمود وكذلك صفحة كاذبون. استخدمت الدراسة نظرية دوامة الصمت ومنهج المسح وأداتي تحليل المضمون والاستبيان.

وكانت أهم نتائج الدراسة:

- وجود اتفاق في الآراء ووجهات النظر بين الجمهور المستخدم للصفحات محل

مقارنة بالمؤسسات الإعلامية في الدول المتقدمة. بالتطبيق على عينة عمدية من القائمين بالإتصال بالمؤسسات الإعلامية المصرية والدولية لتحديد مدى إهتمام تلك المؤسسات بقضية السلامة المهنية تم تقسيم عينة الدراسة الى فئتين:الفئة الأولى: تم إختيارها من المراسلين والصحفيين الميدانيين المصريين العاملين بالمؤسسات الإعلامية المصرية وبلغ قوامها 100 مفردة ، الفئة الثانية: و تم إختيارها من المراسلين و الصحفيين الذين يعملون بوكالات الأنباء العالمية و الفضائيات الدولية بمصر، و بلغ قوامها 50 مفردة.

أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة:

-أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير "مدى التعرض للاعتداء أثناء أداء المهام الصحفية" يشير إلى أن أغلبية عينة الدراسة ممن (تعرضون للاعتداء) ويحوزون نسبه (80%)، أما باقي العينة من (لم يتعرضوا للاعتداء) بنسبة (20%)، وفقاً لردود عينة الدراسة.

-أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير "طبيعة أو شكل الإعتداء أثناء أداء المهام الصحفية" يشير إلى أن أكثر أشكال الإعتداء تمثلت في (الإعتداء اللفظي)، (المنع من دخول مكان فاعلية عامة)، (التحفظ على الأدوات الخاصة)، (سحب الكارنية الخاص)، (تحطيم المعدات الخاصة)، (أخري متمثلة في الاعتداء بمسورة حديد، سرقة المعدات، اعتداء بالضرب، مسح ذاكرة الكاميرا، مطاردة، التعرض للغاز المسيل للدموع)، وفقاً لردود عينة الدراسة، وأن أقل أشكال الاعتداء (الاختطاف)، (المراقبة والتتبع عن طريق الموبايل)، (تهديدات للأسرة والمقربين)، (الإصابة بطلق ناري) بنسب (3.3%)، (2.7%)، (1.3%)، (0.7%)، علي التوالي، وفقاً لردود عينة الدراسة.

الدراسة، كما استفادت هذه الصفحات من الأدوات التفاعلية التي تتيحها وسائل الإعلام الجديد، حيث حاولت تقديم محتوى ذا وسائل متعددة تدمج ما بين النص والصورة والفيديو والروابط، بما يؤثر إيجابياً على مصداقية المحتوى المقدم وتكوين اتجاهات إيجابية نحوه.

- إن أكثر القضايا والموضوعات التي يفضل الشباب المهمش سياسياً متابعتها كانت القضايا السياسية والأمنية ثم الثقافية فالرياضية، مما يوضح حرص الشباب على متابعة الموضوعات والقضايا المتاحة عبر صفحات الفيسبوك بما يتوافق مع دوافع تعرضه لتلك الصفحات.

أنماط أيولوجية متباينة من حيث أهدافها ومنطلقاتها الفكرية، أما الدراسة الثانية فهي دراسة تحليلية، تستعين بتحليل الخطاب الديني في وسائل الاتصال (الفضائيات/ المواقع الإلكترونية العربية) للوقوف على خصائصه وآلياته من ناحية، ورصد الاتجاه السائد الذي يتبناه نحو القضايا السياسية البحرينية (محل الدراسة) من ناحية أخرى. في دورة تليفزيونية واحدة، امتدت لفترة ثلاثة أشهر اعتباراً من 10/1 إلى غاية 2014/12/31م، إلى جانب مسح عينة عشوائية بسيطة قوامها 400 مفردة من مختلف شرائح المجتمع البحريني، ذكوراً وإناً.

نتائج الدراسة التحليلية:

- أشارت نتائج الدراسة التحليلية إلى أن القناة الفضائية البحرينية تعتمد على اللغة البحرينية العامية في (37.4%) من إجمالي برامجها المذاعة ذات الصلة بموضوع الدراسة محل التحليل، في حين مزجت قناة العالم الفضائية بين اللغتين العربية والعامية، وذلك فيما نسبته (62.6%) من برامجها المذاعة والتي تخص الشأن البحريني.

- أشارت نتائج الدراسة التحليلية إلى أن غالبية القناة الفضائية البحرينية (21.6%) كانت عبارة عن حديث مباشر للمذيع/ المذبة، فضلاً عن المقابلة داخل الاستوديو أو عبر الهاتف مع ضيوف البرنامج، وفي المقابل اعتمدت غالبية برامج قناة العالم الفضائية الإيرانية على الأحاديث مع ضيوف البرامج عبر الهاتف، وجميعهم من دول وتخصصات وانتماءات مختلفة، وذلك فيما نسبته (62.6%) من إجمالي برامج القناة وفي المرتبة الثانية، جاءت البرامج التي اعتمدت على مقابلة الضيف داخل أو خارج الاستوديو فقط، وقد اقتصرت هذه النوعية من القوالب البرمجية

187/1

وجدان فهد جاسم

دور الخطاب الديني في وسائل الإتصال البحرينية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

تسعى الدراسة الحالية إلى اختبار تساؤل رئيس مفاده: هل استطاع الخطاب الديني الذي تعرض له الفضائيات العربية، والمواقع الإلكترونية، المعنية بالتركيز على الأحداث السياسية بالبحرين تحديداً إيصال رسالة إسلامية واعية ومتميزة، وبخطاب إسلامي معتدل ووسطي أم جاءت لتضيف الزيت على نار الفتنة والتحريض المذهبي وإثارة المواضيع الشكلية على حساب الجوهرية؟، وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على النتائج من خلال إجراء دراستين: الأولى ميدانية، وقد أجريت على عينة من الجمهور العام البحريني ممن ينتمون إلى

على القناة الفضائية البحرينية، وذلك بما نسبته (12.2%) من إجمالي برامج القناة.

تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أن أهم أسباب اهتمام الجمهور بالأحداث السياسية التي وقعت بالبحرين كان - لدى الأغلبية العظمى من مفردات العينة- الخشية من التعرض الشخصي لخطر هذه الأحداث، نتيجة للاضطرابات، والانفلات الأمني، وذلك بواقع (64.5%) من إجمالي العينة، وفي المرتبة الثانية، جاء اهتمام المبحوثين بالأحداث السياسية في البحرين، لأن هناك الكثير من المشكلات التي ترتبت على هذه الأحداث، وذلك بواقع (53.5%) من إجمالي عينة الدراسة، وفي المرتبة الثالثة جاء الاهتمام بهذه الأحداث نتيجة تأثر عملهم الشخصي نتيجة الاضطرابات في البحرين، وذلك بواقع (50.3%)، وفي المرتبة الرابعة، جاء التركيز الشديد عليها من وسائل الإعلام المختلفة على المستوى المحلي والعربي، بل والدولي أيضاً.

188/1

صفاء عبد المقصود محمد السيد النجار

صورة رئيس الدولة في السينما الروائية: دراسة تحليلية مقارنة بين الأفلام الأمريكية والمصرية في الفترة من 1990-2010، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

تبحث الدراسة في كيفية تقديم السينما الأمريكية والمصرية لصورة رئيس الدولة والمقارنة بين المعالجتين في الفترة من 1990 حتى 2010. وتم ذلك من خلال تحليل مضمون الأفلام السينمائية الأمريكية والمصرية التي يمثل رئيس الدولة الشخصية الرئيسية فيها.

توصلت أهم نتائج الدراسة إلى ما يلي:

- هناك اختلافات في عدة جوانب بين الأفلام محل الدراسة، فقد ركزت الأفلام الأمريكية على عرض مرحلة محددة من حياة الرئيس، واتسمت هذه المرحلة بمواجهة أزمة أو كارثة كان على الرئيس مواجهتها.

- زيادة الصلاحيات التنفيذية لرئيس الدولة في الأفلام الأمريكية مقارنة بالصلاحيات التنفيذية لرئيس الدولة في الأفلام المصرية. وزيادة نسبة الصلاحيات التشريعية لرئيس الدولة في الأفلام المصرية مقارنة بالصلاحيات التشريعية لرئيس الدولة في الأفلام الأمريكية. كما زادت نسبة القيود السياسية على رئيس الدولة في الأفلام الأمريكية في حين زادت نسبة القيود الخارجية والأمنية والاقتصادية والشعبية على رئيس الدولة في الأفلام المصرية.

- تفوق الرؤساء الأمريكيين في سمات: الذكاء العام، التحرر من الأفكار التقليدية، الدهاء، بينما تفوق الرؤساء المصريين في سمات: القدرة على الابتكار، المرونة، الذاكرة القوية.

- ظهر أن أسلوب العداء هو الأسلوب الأعلى عند تعامل رئيس الدولة مع خصومه في الأفلام الأمريكية، في كان أسلوب التجاهل والاستعلاء هو الأعلى في الأفلام المصرية.

- جاءت قيمة الانضباط في الأفلام الأمريكية في المرتبة الأولى للقيم، تليها قيمة الاستقامة تليها قيمة الوطنية و تليها قيمة الايثار، تليها قيمة الشجاعة والحكمة.

- عبرت شخصية الرئيس في الأفلام المصرية عن مجموعة من القيم الايجابية: منها الوطنية، تليها قيمة الايمان بالله ثم الانضباط تليها الاستقامة، تليها قيمة الدقة،

قيمة تليها النزاهة.

والأعلى دخلاً أكثر تعرضاً لبرامج الرأي في القنوات الفضائية المصرية خلال الانتخابات البرلمانية وذلك لمتابعة قضية الانتخابات وأداء الأحزاب السياسية فيها، كما أشارت النتائج أيضاً إلى أن كلاً من النوع والمؤهل التعليمي للمبحوثين لا يؤثر على كثافة تعرضهم لبرامج الرأي في القنوات الفضائية خلال فترة الانتخابات لمتابعة هذه القضية.

190/1

نشوى جمال الدين بدر بدر عفيفي

دور برامج الرأي في القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو أداء الأحزاب السياسية رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

191 /1

أريج محمد فخر الدين فؤاد محمد حسن

مصادقية الإعلان التلفزيوني في القنوات الفضائية العربية وعلاقته بالاتجاهات الشرائية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

اهتمت الدراسة ببحث الاتجاهات الشرائية للجمهور المصري وعلاقتها بمصادقية الإعلان التلفزيوني في القنوات الفضائية العربية بالإضافة إلى معرفة العوامل المؤثرة في مصادقية الإعلان التلفزيوني من وجهة نظر الجمهور المصري، وكذلك استطلاع آراء الخبراء وأساتذة الإعلان في الجامعات المصرية والعاملين في وكالات الإعلان حول مصادقية الإعلانات التلفزيونية بالقنوات الفضائية العربية والعوامل المؤثرة في تلك المصادقية، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على "النموذج البنائي لمستويات المصادقية The Structural Model of Credibility Levels".

أهم نتائج الدراسة:

- كانت معتقدات الخبراء سلبية حول الإعلانات التلفزيونية بالقنوات الفضائية العربية، بينما كان اتجاه الخبراء إيجابياً نحو الرقابة على الإعلانات التي تبثها تلك

تسعى الدراسة إلى رصد تأثيرات برامج الرأي في القنوات الفضائية المصرية على تكوين اتجاهات الجمهور نحو أداء الأحزاب السياسية خلال فترة الانتخابات البرلمانية، وذلك في إطار نظرية التهيئة المعرفية لوسائل الإعلام، و اعتمدت الدراسة على تحليل المضمون لأربعة برامج رأى في القنوات الفضائية المصرية الخاصة و الرسمية، و هي برامج: الحياة اليوم، السادة المحترمون، على مسئوليتي، ومصر على الهواء، خلال فترة الانتخابات البرلمانية الأخيرة، كما تم إجراء دراسة ميدانية على عينة من 400مبحوثاً،

وتوصلت الدراسة إلى :

وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية خلال الانتخابات البرلمانية و الإتجاه نحو أداء الأحزاب السياسية في هذه الانتخابات

- سلبية إتجاه كل من برامج الرأي والمبحوثين نحو الأداء العام للأحزاب السياسية بصفة عامة، مما يشير إلى وجود ارتباط ما بشكل أو بآخر بين ما تقدمه برامج الرأي من تبني وجهة نظر سلبية نحو أداء الأحزاب السياسية وتبني الجمهور نفس وجهة النظر السلبية نحو أداء هذه الأحزاب .

- أشارت النتائج إلى أن المبحوثين الأكبر سناً

القنوات، حيث أيد الخبراء ضرورة أن تكون المنتجات المُعلن عنها بالفضائيات مطابقة للمواصفات وأن تكون التشريعات والقوانين الحكومية أكثر صرامة لحماية المستهلكين من الإعلانات المضللة.

-وأشارت نتائج الدراسة المسحية للجمهور العام إلى أن متابعة المبحوثين للإعلانات التي تبثها القنوات الفضائية العربية هي متابعة متوسطة، وأن أكثر سبب أعطاه المبحوثون لمشاهدة الإعلانات هو "تمضية الوقت في انتظار البرنامج التالي"، وأوضحت النتائج أن أفراد الأسرة جاءوا كأهم مصادر المعلومات عن المنتجات والخدمات حسب الثقة بها من جانب المبحوثين

192/1

جيهان عبد السلام عوض

معالجة الأحداث العربية فى الخطاب الإعلامى الأمريكى الموجه للعرب واتجاهات النخبة المصرية نحوه رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

هدفت الدراسة إلى تحديد أطر القضايا والأحداث العربية البارزة التي توظفها وسائل الإعلام الأمريكية الموجهة للعرب في تناول قضايا المنطقة العربية، مع التعرف على اتجاهات وراء عينة من النخبة المصرية في هذه المعالجة نحو السياسة الأمريكية في ادارة مشكلات العالم العربي وتحديد اتجاهات النخبة المصرية نحو الإدارة الأمريكية والشعب الأمريكي. واستخدمت الدراسة منهج المسح وأداة تحليل المضمون بالتطبيق على عينة من برامج ونشرات الأخبار في قناة الحرة واذاعة راديو سوا وموقع شبكة الليفيون سي ان ان العربية.

توصلت أهم نتائج الدراسة إلى ما يلي:

أوضحت النسب أن (55.8%) من إجمالي عينة الأخبار والقضايا العربية تمت معالجتها بشكل محايد في وسائل الإعلام الأمريكية الموجهة للعرب، في حين أن (32.3%) عولجت بشكل إيجابي، وكانت (11.4%) سلبية، وظلت (0.5%) غير محددة الاتجاه.

احتلت قناة الحرة المرتبة الأولى بين الوسائل محل الدراسة في الحيادية بنسبة (60.2%) تلاها بفارق ضئيل جداً راديو سوا بنسبة (59.5%)، وكان موقع CNN بالعربية أقلها حيادية بنسبة (49.7%)، إلا أنه احتل المرتبة الأولى في التناول الإيجابي للأخبار والقضايا العربية بنسبة (35,1%).

- اتضح من النتائج أن (80.8%) من النخبة المصرية يتابعون وسائل الإعلام باللغة العربية وقت الأزمات العربية، و(51.7%) يتابعونها وقت الأزمات الإقليمية، و(49.2%) يتابعونها وقت الأزمات العالمية، و(25.8%) يتابعونها وقت الأزمات الأمريكية، و(10%) يتابعونها وقت الفراغ، في حين أن (5.8%) يتابعونها بالصدفة.

- أوضحت النتائج أن عينة النخبة المصرية ترى أن وسائل الإعلام الأمريكية الموجهة للعرب تحديز للمواقف الأمريكية في المقام الأول بوزن نسبي (89.2%)، وتبرير المواقف الأمريكية بالسعي لنشر الديمقراطية والحريية بوزن نسبي (85.6%)، والتحريض على إثارة العنف وتوتر العلاقات الداخلية بين الدول بوزن نسبي (76.7%)، والاستناد إلى الحقائق الموضوعية بوزن نسبي (63.3%)، وتسطيح الأمور بوزن نسبي (60.6%)، وتتميز بالمصادقية بوزن نسبي (54.7%)، وانتقاد السياسة الأمريكية بوزن نسبي (49.2%)، ومحايد في التناول بوزن نسبي

(%45.8)

العنيف وإدمان المخدرات.

- يوجد توافق في أطر المعالجة الإخبارية في الخطاب الإعلامي الصادر عن وسائل الإعلام الأمريكية باللغة العربية للأحداث العربية البارزة خلال فترة الدراسة و هي: (الحرب على غزة - الأزمة العراقية - الحرب على سوريا).

199/1

عائشة أحمد المهدي الزروق

انعكاسات تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة على التدفق الإخباري للأحداث العربية: دراسة مقارنة بين قناة العربية وقناة الجزيرة، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

194/1

ياسمين عطا الله بكير

استخدام الإثارة للقنوات العربية الفضائية وتأثيراتها على الشباب المصري (باللغة الإنجليزية)، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

أن التقدم التكنولوجي في مجالات الاتصال الجماهيري له انعكاسات وآثار وعواقب على الجمهور المتلقي في دول العالم النامي، على اعتبار أن التقدم التكنولوجي - خاصة في مجالات الفضاء - أصبح يشكل محورا من المحاور الرئيسية التي تمثل اهتمام الباحثين، خاصة أن التكنولوجيا لم تعد عنصرا من عناصر التسلسل الاقتصادي والسياسي فحسب، بل عنصرا من عناصر التسلسل الثقافي، و تدفق الإخبار والبرامج المصورة من الدول الغنية إلى الدول الفقيرة في المعلومات تسيطر عليه أربع دول رئيسية، عن طريق وكالات أبنائها للأخبار، وسعت هذه الدراسة لاستطلاع وتوصيف والوقوف على حقيقة الدور الذي تقوم به القنوات الإخبارية في التغيير المجتمعي، وذلك في ظل الثورة المعلوماتية وانعكاس تكنولوجيا الاتصال الحديثة والتدفق الإخباري الحر للمعلومات، وخاصة في أوقات الأزمات، وهل تؤثر على التدفق الإخباري الحر للمعلومات في ظل ثورة التكنولوجيا الحديثة، وتتمحور مشكلة الدراسة حول مهنية الفضائيات العربية في نقل الأخبار وبشكل خاص قناة "الجزيرة" الفضائية وقناة " العربية" الفضائية، من حيث درجة الالتزام بالموضوعية والتوازن في انتقاء الأخبار و المصادر التي تعتمد

سعت الدراسة إلى البحث في استخدام الإثارة الحسية في القنوات الفضائية العربية وتأثيراتها على الشباب المصري. استخدمت الدراسة مدخل الاستخدامات والإشباع ونظرية ثراء الوسيلة، كما استخدمت منهج المسح وأداة تحليل المضمون بالتطبيق على برامج (كلام نواعم - روتانا نيوز - بالعربي - ET اراب وود DR Z) - وأداة الاستقصاء بالتطبيق على عينة من الشباب المصري.

توصلت الدراسة في نتائجها إلى ما يلي:

إن رجال الأعمال في مجال الإعلام يقومون بعرض برامج ذات توجهات أجنبية كأداة لجذب المزيد من المشاهدين من الشباب من أجل جني الأرباح وتحقيق نسب مشاهدة عالية دون مراعاة لخصوصيات المجتمع الثقافية.

- يرى 52% من الشباب أن هناك علاقة إيجابية بين مشاهدة البرامج التليفزيونية محل الدراسة والاتجاه نحو السلوكيات السلبية التي تتمثل في العلاقات غير المشروعة والعلاقات الجنسية والسلوك

عليها وذلك من خلال الإجابة على مجموعة التساؤلات.

هدفت الدراسة الي رصد وتحليل دور البرامج الخدمية في التلفزيون المصرى فى تنمية المجتمع ومقارنة حجم اهتمام القنوات الحكومية والخاصة لهذا الدور.

195/1

نشوى جمال الدين بدر عفيفي

دور برامج الرأى فى القنوات الفضائية المصرية فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو أداء الأحزاب السياسية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2016.

استخدمت الدراسة منهج المسح واسلوب المقارنة المنهجية، كما استخدمت اداة تحليل المضمون.

توصلت ابرز نتائج الدراسة الى:

-تتفوق القنوات الحكومية فى نسب المشاهدة على القنوات الخاصة بنسبة 93,3% للقنوات الحكومية.

- تتفوق القنوات الخاصة على القنوات الحكومية فى ثقة لجمهور فيما يقدم من مضمون بالبرامج الخدمية بنسبة 63,3%.

تسعى الدراسة إلى رصد تأثيرات برامج الرأى فى القنوات الفضائية المصرية على تكوين إتجاهات الجمهور نحو أداء الأحزاب السياسية خلال فترة الإنتخابات البرلمانية، و ذلك فى إطار نظرية التهيئة المعرفية لوسائل الإعلام، و اعتمدت الدراسة على تحليل المضمون لأربعة برامج رأى فى القنوات الفضائية المصرية الخاصة و الرسمية، و هى برامج: الحياة اليوم، السادة المحترمون، على مسئوليتى، و مصر على الهواء، خلال فترة الإنتخابات البرلمانية الأخيرة، كما تم إجراء دراسة ميدانية على عينة من 400مبجوثاً،

212/1

محمد نبيل أحمد محمد حماد

دور وسائل الأتصال الحديثة فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو القضاء ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2017.

تكمن مشكلة الدراسة فى التغييرات المتلاحقة والأحداث الجسيمة التي تمس مصر وتعدد المعايير فى معالجة هذه الأحداث من جانب وسائل الإعلام المختلفة، وتكمن مشكلة الدراسة فى التعرف علي دور وسائل الأتصال الحديثة فى تشكيل أتجاهات الجمهور المصري نحوها، وسيتم ذلك من خلال دراسة محاكمة الرئيس السابق محمد حسني مبارك والمعروفة بمحاكمة القرن والتي تعد من أبرز المحاكمات القضائية والتي شغلت الرأى العام بعد ثورة 25 يناير 2011 . وتوصلت الدراسة الى:

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين التعرض لبرامج الرأى بالقنوات الفضائية خلال الإنتخابات البرلمانية و الإتجاه نحو أداء الأحزاب السياسية فى هذه الإنتخابات.

218/1

ناصر سيد أحمد يوسف الحضرى

البرامج الخدمية فى التلفزيون المصرى ودورها فى تنمية المجتمع، دراسة مقارنة بين البرامج الخدمية المقدمة فى القنوات الحكومية والخاصة - رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2017.

1. كشفت الدراسة أن 44.2% يستخدمون

تأثير الإنترنت على فنون التحرير الإخباري
في الفضائيات، رسالة دكتوراه، قسم
الإذاعة، 2017.

استهدفت هذه الدراسة بحث ودراسة تأثير
الإنترنت على فنون التحرير الإخباري
بالفضائيات - تحديداً - الأخبار ، وذلك من
خلال التعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف
بين عينة الدراسة من القنوات الإخبارية من
حيث خصائص بناء وعرض المحتوى
ومستوي الثراء الإخباري لها ، وكذلك أوجه
الاتفاق والاختلاف بين عينة الدراسة من
المواقع الإخبارية التلفزيونية في الأسلوب
التحريري والسمات العامة المستخدمة في
عرض وتقديم المحتوى الإخباري ، وطبيعة
العلاقة بين القنوات الإخبارية (فضائيات)
والمواقع الإلكترونية المرتبطة بها(إنترنت)
في الشكل والمضمون الإخباري . إلي جانب
رصد الكيفية الحالية لتوظيف الإنترنت في
تطوير الخدمات الإخبارية في القنوات
الفضائية الإخبارية ، وأوجه استفادة المواقع
الإلكترونية وتوظيفها للإمكانيات الإخبارية
للقنوات الفضائية، واستهدفت الدراسة
الميدانية دراسة القائم بالاتصال بعينة
القنوات الإخبارية ومواقعها الإلكترونية
بهدف التعرف على مدى اعتماده على
الإنترنت في عمله وطبيعة تأثير الإنترنت
في تحرير أخبار القنوات الفضائية وفقا
لرؤيته المهنية من واقع ممارسته للعمل
الإخباري ودلالات وشكل ذلك التأثير .
تنتمي الدراسة إلي الدراسات الوصفية
واعتمدت على منهج المسح بشقيه الوصفي
والتحليلي ، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية
في ثلاث قنوات إخبارية هي (قناة بي بي
سي العربية، قناة العربية، قناة النيل
الإخبارية) ، والمواقع الإلكترونية المرتبطة
بها وهي (موقع بي بي سي عربي، وموقع
قناة العربية، وموقع النيل الإخباري)،
وشملت عينة الدراسة الميدانية القائمين

وسائل الاتصال الحديثة بعض أيام
الأسبوع يليهم الذين يستخدمون وسائل
الاتصال الحديثة بمعدل منتظم يوميا أو
شبه يومي .

2. خلصت الدراسة الي أن 40.2% من
العينة يستخدمون وسائل الاتصال
الحديثة منذ 4 سنوات أو أكثر يليهم
الذين بدأوا في استخدام وسائل الاتصال
الحديثة منذ سنتين لأقل من 3 سنوات .

3. خلصت الدراسة الي أن 33.2 % من
المبحوثون من ذوي الاستخدام الأقل من
ساعة في اليوم وأن النسبة المتقاربة التي
تليها هي تلك التي تستخدم وسائل
الاتصال الحديثة من ساعة الي ساعتين
يومياً .

4. كشفت الدراسة الي أن 33.4 % من
المبحوثين يستخدمون وسائل الاتصال
الحديثة بصورة يومية وذا يدل علي
أهمية دراسة تلك الوسائل وما تقدمه
وتأثيرها علي الفرد والمجتمع ومدى
توافقها مع النسق الاجتماعي والتقاليد
والقيم التي يتسم بها الفرد .

5. كشفت الدراسة الحالية الي أن هناك
39% من المبحوثين لديهم يوم مفضل
لأستخدام وسائل الاتصال الحديثة أو
عدة أيام وأرجع معظم المبحوثين تفضيل
ذلك اليوم لكونه يوم الأجازة أو لأن ذلك
اليوم هو الذي يناسب ظروف عملهم أو
ظروفهم الخاصة

193/1

عبد الله عمران على إبراهيم

بالإتصال بقناة النيل للأخبار ومكتبي قناتي
البي بي سي والعربية بالقاهرة، إعتمدت
على العينة " المتاحة " وقد بلغ حجم العينة
الفعلية التي تم التطبيق عليها 70 مبحوثاً.

196/1

مطر على مطر المطيري

اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل
الإعلام التقليدية ومواقع التواصل
الاجتماعي في الحصول على المعلومات
حول القضايا الكويتية والعربية، رسالة
دكتوراه، قسم الإذاعة، 2017.

تستهدف الدراسة البحث في اعتماد الجمهور
الكويتي على وسائل الإعلام التقليدية ومواقع
التواصل الاجتماعي في الحصول على
المعلومات حول القضايا الكويتية والعربية
أهداف الدراسة: يتمثل الهدف الأساسي لهذه
الدراسة في رصد وتحليل اعتماد الجمهور
الكويتي على وسائل الإعلام التقليدية ومواقع
التواصل الاجتماعي في الحصول على
المعلومات حول القضايا الكويتية والعربية
المطروحة على ساحة الاهتمام العام. ومن هذا
الهدف الرئيس تنبثق مجموعة الأهداف الآتية:
- التعرف على مدى اهتمام الجمهور الكويتي
بالحصول على معلومات عن القضايا الكويتية
والقضايا العربية عبر وسائل الاتصال التقليدية
والحديثة -تحديد القضايا الكويتية والقضايا
العربية التي يهتم المبحوثون، وكذلك تحديد
الوسائل التي يحصلون منها على معلومات
عن تلك القضايا -التعرف على خصائص
التعرض لوسائل الاتصال التقليدية والحديثة
في سياق الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات
عن القضايا الكويتية والعربية، وذلك من حيث
الدوافع والأسباب ومدى نشاط التعرض -
تحليل تأثير الاعتماد على وسائل الاتصال
التقليدية والحديثة خاصة من حيث التأثيرات
المعرفية والوجدانية والسلوكية -رصد جوانب

الاختلاف والاتفاق بين وسائل الاتصال
التقليدية والحديثة كمصادر للمعلومات عن
القضايا العربية والدولية حسب مدركات
الجمهور الكويتي، مع الأخذ بالاعتبار
الخصائص الديموجرافية لهذا الجمهور.

197/1

نهى عادل محمد هريدي

العلاقة بين تعرض الشباب لإعلانات
التوعية التليفزيونية واتجاهاتهم نحو
المشكلات المجتمعية، رسالة دكتوراه، قسم
الإذاعة، 2017.

تُناقش هذه الدراسة تأثير مشاهدة إعلانات
التوعية التليفزيونية على اتجاهات الشباب
المصري نحو مشكلتي الفقر وإدمان
المخدرات. في ضوء نظرية التسويق
الاجتماعي، استخدمت الدراسة أداتين لجمع
البيانات: تحليل مضمون لثلاث حملات
توعوية، اثنتان مصريتان وأخرى سعودية؛
واستبيان لعينة قوامها ٤٠٠ مبحوث تتراوح
أعمارهم بين 18—35 سنة ممن شاهدوا
إعلانات التوعية. توصلت النتائج إلى قلة
حملات التوعية التليفزيونية التي عالجت
مشكلتي الفقر وإدمان المخدرات، فضلاً عن
ضعف وفقر الحملات المقدمة في هذا الشأن
فنياً وتقنياً. انعكس قلة وضعف حملات
التوعية التليفزيونية على اتجاهات الشباب
نحو تلك الحملات؛ حيث أظهرت النتائج
عدم ارتباط اتجاهاتهم إحصائياً بمشاهدة
إعلانات التوعية التي عالجت مشكلتي الفقر
والمخدرات. كما أشارت النتائج إلى عدم
تأثير حملات التوعية على اتجاهات الشباب
نحو مشكلتي الفقر والمخدرات حيث تبين
عدم وجود علاقة دالة إحصائية بينهما.

198/1

خالد جمال عبده

معالجة الأحداث والقضايا المصرية في قناتي البى بي سي BBC البريطانية والسي إن إن CNN الأمريكية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2017.

تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل سمات وأساليب واتجاهات معالجة الأخبار عن الشؤون المصرية في قناتي "البي بي سي" و"السي إن إن إنترناشيونال"، وذلك من خلال إجراء تحليل خطاب نقدي لعناصر وآليات عملية تأطير الأحداث والقضايا المصرية التي غطتها الشبكتان محل الدراسة خلال فترة التحليل والتي امتدت لعام 2016 بأكمله، وفي سبيل ذلك قام الباحث برصد كافة القمص الإخبارية التي تناولت أحداث وقضايا مصرية في نشرات ومواجيز أخبار القناتين في العام المذكور، وذلك بهدف الكشف عن السمات الموضوعية للمعالجة الإخبارية والتي تتحدد في تعريف القضايا والأحداث وتحديد مسبباتها وتداعياتها، وتقييم أدوار الأطراف الفاعلة في الأحداث، وتقديم حلول مقترحة للمشكلات والأزمات، بالإضافة إلى تحليل أدوات التأطير الفنية واللغوية التي استعانت بها القناتان من أجل التأكيد على المعاني المقصودة من الخطاب الإخباري إزاء هذه الأحداث مثل: اختيارات الألفاظ والكلمات المحورية، والتعبيرات المجازية والاستعارية، والأمثلة التاريخية، وأسلوب السرد، واستخدام الأرقام والإحصاءات، والصور واللقطات المستخدمة، ونبرة وسياق تناول الإخباري، كل ذلك من أجل الكشف عن التأثيرات الثقافية على المضمون الإخباري الخاص بمصر، وتقديم تحليلات وتفسيرات لأساليب واتجاهات المعالجة الإخبارية في ضوء السياق الفكري والمناخ السياسي والاقتصادي لعمل البي بي سي والسي إن إن. وتوصلت الدراسة إلى تأثير البي بي سي بالسياق الثقافي والفكري لعملها أكثر من السي إن إن، والتي ظهر عليها تأثير جانب السياسة الخارجية الأمريكية، كما تبين

تبني الأخيرة للغة إخبارية أكثر توازنا وأقل حدة من البي بي سي، والتي اتخذت موقفا هجوميا إزاء السلطات المصرية.

200/1

غادة ممدوح سيد أمين

دور القنوات التلفزيونية والإعلام الجديد في تشكيل المهارات النقدية للشباب نحو الممارسة الديمقراطية في مصر، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2017.

هدفت الدراسة إلى رصد وقياس وتحليل الخطاب الإعلامي الوارد في كل من الإعلام التقليدي والجديد لمعرفة أهم الأطروحات والقوى الفاعلة فيها بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية 2015، بالإضافة إلى الكشف عما إذا كانت هناك علاقة بين مشاهدة مضامين وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد وتنمية وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب الجامعي المصري نحو قضية الانتخابات البرلمانية من ناحية، وقد أشارت نتائج الدراسة التحليلية إلى اعتماد الخطاب الإعلامي لبرامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة إلى عددا من الأطر التي سعى من خلالها إلى إبراز بعض جوانب القضية بما يتفق وخصوصية موقفه منها مرتكزا على عدد من الأطروحات، حيث اهتمت برامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة بإبراز جوانب القضية محل التحليل (الانتخابات البرلمانية) وتأطيرها من زاوية الصراع حيث نال هذا الإطار نسبة (61,6%) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وقد تم التحقق من صحة الفرض الرئيس للدراسة، والذي يشير إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ودالة إحصائيا بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية، وبذلك نقبل الفرض كليا بأنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد زاد ذلك من

تنمية مهاراتهم النقدية نحو قضايا الديمقراطية.

مراعاة التنوع في المستويات الاجتماعية الاقتصادية، ومستوى التعليم والسن كذلك.

203/1

رباب حسين محمود عبد الله

معالجة الأفلام السينمائية لموضوعات الباراسيكولوجي وعلاقتها بمفاهيم الشباب المصري عن السلوك البشري، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2017.

تسعى هذه الرسالة إلى التعرف على العلاقة بين معالجة الأفلام السينمائية المصرية والأمريكية والبريطانية واليابانية والكورية لموضوعات الباراسيكولوجي ومفاهيم الشباب المصري (من 18 إلى 40 عاما) نحو السلوك البشري، ومدى تأثير شدة هذه العلاقة بوجود العديد من المتغيرات الوسيطة منها إدراك واقعية المضامين وحجم المشاهدة والمتغيرات الديموجرافية كذلك، كما تهدف إلى الحصول على معلومات دقيقة وكافية عن حدود الدور الذي تقوم به هذه الأفلام في تكوين الصورة الذهنية عن الواقع المعاش من خلال التعرف على أنماط تعرض الشباب لها ومدى إدراك واقعية مضامينها وميول الشباب نحو تبني تلك السلوكيات المعروضة من خلال هذه الأفلام، وارتكزت الدراسة على نظريتي الغرس الثقافي ونظرية البناء الاجتماعي، مستخدمة المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي؛ فقد أجرت الباحثة تحليل مضمون لعينة من الأفلام المصرية والأمريكية والبريطانية والكورية واليابانية من الأفلام الباراسيكولوجية، لمعرفة كيفية تقديم صورة الأبطال ذوي القدرات الخاصة بهذه النوعية من الأفلام، كما أجريت الدراسة على عينة طبقية عشوائية مكونة من 500 مفردة من الشباب المصري في إطار محافظتي: القاهرة والجيزة، حيث تم

وخلصت الرسالة إلى توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدل التعرض للأفلام الباراسيكولوجية والصورة المدركة لدى الشباب المصري عن السلوك البشري، كما توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدل التعرض لهذه الأفلام والصورة المدركة عن صورة البطل ذا القدرات الخاصة لدى الشباب المصري، وتتأثر هذه العلاقة بالمتغيرات الوسيطة: السن والمؤهل التعليمي والمستوى الاقتصادي والاجتماعي فقط دون غيرها، بالإضافة إلى أنه توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدل التعرض لهذه الأفلام وتهيؤ الشباب المصري نحو تبني سلوكا معينة، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدل مشاهدتها وتهيؤ الشباب المصري نحو تبني سلوكا معينة تبعا للخصائص الديموجرافية للمبحوثين.

204/1

أمل إسماعيل عبد الرازق محمود

القيم التي تعكسها الأفلام الروائية في الفترة ما بين 2005:2015 وتأثيرها على الأطفال: دراسة مسحية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2017.

هذه الدراسة تنتمي لبحوث قياس تأثيرات وسائل الإعلام سواء السوسولوجية أو السيكولوجية و استهدفت هذه الدراسة الأطفال تحديداً من سن التاسعة و حتى الثانية عشرة بهدف التعرف على التأثيرات الناجمة عن تعرض هؤلاء للأفلام الروائية المصرية، لمعرفة إذا ما كان هناك تأثير

التراث المصري بنسبة 5.5 % وهي نسب ضئيلة للغاية، ولا تتناسب مع تراث بحجم التراث المصري وعمقه، و يعد الانسلاخ من هذا التراث مباشر خطر، يدفعنا للإجراء الأبحاث لمعرفة السبب الحقيقي في تعاملنا السطحي مع التراث والذي انعكس من خلال الأفلام عينة الدراسة.

- وجود ارتباط بين تعرض الأطفال للتلفزيون والأفلام والانترنت وألعاب الفيديو جيم وتبني اتجاهات محابية لعنف مما أكد على وجود أثر اللامبالاة نتيجة التعرض لتلك المضامين .

205/1

هلال بن محمد بن راشد العزيزي

دور الاعلام الإلكتروني في إشباع حاجات ذوى الاحتياجات الخاصة ودمجهم في المجتمع العماني، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2017.

تستهدف الدراسة التعرف على مدى تبني الإعلام الإلكتروني المقدم لاهتمامات ذوى الاحتياجات الخاصة فى سلطنة عمان ودوره فى تلبية رغباتهم وإشباع احتياجاتهم المتزايدة بغية الاندماج فى المجتمع، وبما يوفر لتلك الفئة الأمان اجتماعى ضمن مجتمع يسعى نحو تنمية شاملة لكل فئاته. كما عملت الدراسة على استكشاف العلاقة و مدى استخدام هؤلاء الأفراد للإعلام الإلكتروني وطبيعة هذا الاستخدام ودوافعه، والأشباع التى يسعون الى تحقيقها من ورائه، واراؤهم فيما يقدمه لهم الإعلام الإلكتروني من مضامين مختلفة.

وقد خلصت الدراسة الى العديد من النتائج التى تلخص فى ايجابية العلاقة و الارتباط بين كل من كثافة التعرض للإعلام الإلكتروني، والدوافع النفعية والاحتياجات التثقيفية، الانتباه والتركيز اثناء التعرض

بشكل أو بأخر بهذه المضامين الفيلمية، و إذا كان هناك مجال لتأثر الأطفال بتلك المضامين فما هي أشكال ذلك التأثير و نطاقات حدوثه. كما سعت الدراسة لمعرفة أبرز أنماط الوساطة الوالدية والاستراتيجيات التى يمارسها أولياء أمور الأطفال عينة الدراسة الميدانية للحد من التعرض لتلك المضامين الفيلمية، و كذلك لتقليل الأخطار الناجمة عن التأثير بها. وناقشت الدراسة كل ما سبق فى إطار نظريتي (التعلم الاجتماعى) و(الغرس الثقافى) وذلك باستخدام منهج المسح، وبالأستعانة بالأدوات المنهجية التالية: الاستبيان بالمقابلة المباشرة لكل من الأطفال (12:9) عامًا، وأولياء أمورهم. إستمارة تحليل مضمون لـ 55 فيلمًا تم إنتاجها وعرضها فى الفترة ما بين 2005 و حتى العام 2015. وأجريت الدراسة الميدانية على 300 مفردة بواقع 150 طفلًا، و150 من أولياء أمورهم و قد قسمت بالتساوى بين المدارس الحكومية و الخاصة و الأجنبية، كما أجريت الدراسة التحليلية على خمس و خمسين (55) فيلمًا من أفلام السينما المصرية بواقع 110 ساعة مشاهدة تقريبًا. وتوصلت الدراسة إلى:

- رصدت الدراسة التحليلية الصور الإعلامية التى تعكسها الأفلام عينة الدراسة للطفل حيث نجد أن الأفلام عينة الدراسة التحليلية عمدت الى اظهار الأطفال بصورة غير لائقة، والتعدي على صورة الطفل المثالية المتعارف عليها بنسبة تُقدر بحوالي 12.7%

- نجد أن نسبة 83.6 % من الأفلام عينة الدراسة التحليلية لم تظهر أي من القيم التراثية ذات الاتجاه الإيجابي كإحياء التراث المصري وكإبراز جماليات هذا التراث، فيما سجلت نسبة 10.9 % لابراز جماليات التراث المصري، بينما قدرت نسبة إحياء

للإعلام الإلكتروني والاشباعات المتحققة. كما اوضحت الدراسة ان هناك علاقة طردية بين المستوى التعليمي للمعاقين و اشباع الاحتياجات السلوكية جراء التعرض للإعلام الإلكتروني، و كذلك ما بين المستوى التعليمي و إشباع الاحتياجات التثقيفية جراء التعرض للإعلام الإلكتروني. كما حقق المعاقون الذين يتحدثون مع غيرهم عن المحتوى الذى يتعرضون له عبر وسائل الإعلام الإلكتروني ارتفاعا فى المتوسط على مقياس الإدماج الاجتماعى.

أهم النتائج:

- أشار نسبة 56.8% من عينة القائمين بالاتصال إلى أن السياسة التحريرية فى القنوات التي يعملون بها تكون معلنة أحياناً، بينما من رأوا معلنة دائماً بلغت نسبتهم 27.3%، على حين أشار 11.4% من القائمين بالاتصال إلى صعوبة التحديد، فى الوقت الذي لم تزد فيه نسبة من رأوا أن هذه السياسة فى القنوات التي يعملون بها غير معلنة عن 4.5% من القائمين بالاتصال محل الدراسة.

- بلغت نسبة 86.4% من عينة القائمين بالاتصال يعملون على ملفات الأخبار بشكل عام، ويعمل 47.7% فى تغطية الأخبار المحلية، ويعمل 43.2% مجال تغطية الأخبار العالمية، وبلغت نسبة من يعملون فى مجال تغطية شؤون الوزارات 20.5%، ووصلت نسبة من يعملون على ملفات رياضية إلى 15.9%، وجاء فى الترتيب الأخير من يعملون على ملفات الفن بنسبة 9.1% من القائمين بالاتصال محل الدراسة.

- أشارت نسبة 47.7% من عينة القائمين بالاتصال إلى أنهم يعتمدون على الإعلام الجديد فى معالجة ملفات الأخبار بشكل

206/1

أميرة فتحى إبراهيم القاضى
تأثير الإعلام البديل على بناء أجندة نشرات الأخبار فى التلفزيون الحكومى والخاص ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2017.

تحدد المشكلة البحثية فى دراسة دور الإعلام الجديد بمصادره المختلفة فى بناء أجندة نشرات الأخبار التلفزيونية المقدمة فى الإعلام المصرى على مستوى القنوات الرسمية والقنوات الخاصة وتنقسم الدراسة إلى شقين أساسيين: **الشق الأول:** يهدف إلى تحليل نشرات الأخبار الرئيسية فى قطاع الأخبار والرئيسية فى ال On TV لمدة 3 شهور ومقياس مدى تأثير الإعلام التقليدي بالإعلام الجديد. **والشق الثانى:** يهدف إلى اختيار عينة عمدية قوامها 44 مفردة من القائمين بالاتصال فى تلك القنوات، الذين يستخدمون الإعلام الجديد وذلك لقياس مدى تأثيرهم بالإعلام الجديد فى بناء أجندة نشرات الأخبار موزعة على القائمين بالاتصال فى التلفزيون الحكومى والخاص. وتم إجراء الدراسة التحليلية على عينة من نشرات الأخبار الرئيسية فى قطاع الأخبار والرئيسية فى ال On TV باستخدام أسلوب الحصر الشامل وذلك لمدة ثلاثة

عام، ويعتمد عليها 36.4% في تغطية الأخبار المحلية، ويعتمد عليها 18.2% في معالجة الأخبار العالمية، بينما بلغت نسبة من يعتمدون عليها في تغطية شئون الوزارات والموضوعات الرياضية 15.9% لكل منهما، وجاء في الترتيب الأخير من يعتمدون عليها في ملفات الفن بنسبة 11.4% من القائمين بالاتصال محل الدراسة.

207/1

مرودة عبد الله السيد

معالجة السينما المستقلة للأحداث السياسية المصرية واتجاهات الجمهور نحوها ،
رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2017.

أتاحت السينما المستقلة لصناع الأفلام مساحة حرة للتعبير مختلفة عما تقدمه السينما التجارية والدراما التلفزيونية المرتبطة بذائقة الجمهور وبقوانين الرقابة الصارمة. ومن اللافت للنظر أن إنتاج السينما المستقلة أكثر من السينما التجارية التي وثقت للثورة المصرية بموجتها (25 يناير 2011 - 30 يونيو 2013). ومن هنا تهتم الدراسة بتحليل المعالجة التي تقدمها الأفلام المستقلة للأحداث السياسية في مصر بدءاً من ثورة يناير 2011 وحتى الآن، ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو هذه الأحداث، من خلال تحليل مضمون تلك الأفلام وإجراء دراسة ميدانية تطبق على عينة من الجمهور، مع دراسة المتغيرات والعوامل الوسيطة التي يمكن أن تؤثر على العلاقة بين هذين المتغيرين، خاصة أن الفترة الزمنية من 2011 وحتى الآن شهدت تبايناً كبيراً في الآراء والاتجاهات نحوها.

أهم نتائج الدراسة:

1- أن النسبة الأكبر من الأفلام كانت تهتم

بطرح قضايا اجتماعية وذلك بنسبة 42% من إجمالي الأفلام عينة الدراسة، وهو ما يدل على مدى اهتمام تلك الأفلام بالتعبير عن المشاكل والقضايا الاجتماعية التي يعيشها المجتمع. وفي المرتبة الثانية جاءت الأفلام التي كانت تطرح أكثر من قضية معاً وذلك بنسبة 19%، وقد وجدت الباحثة أن هذه القضايا غالباً ما كانت اجتماعية/ نفسية ، واجتماعية/ سياسية، ونفسية/ دينية. وجاءت في المرتبة الثالثة الأفلام التي طرحت قضايا نفسية وذلك بنسبة 16%، وهو ما يتسق مع مدى اهتمام المخرجين بالتعبير عن مشاكلهم الخاصة والأزمات التي تمر بهم.

2- النسبة الأكبر من الأفلام كانت تكتفي بتغطية مظاهر الحدث فقط بنسبة 50% من إجمالي الأفلام عينة الدراسة، وقد يكون سبب ذلك هو أن بعض تلك الأفلام المستقلة قد تكون تعبيراً فورياً وسريعاً عن تفاعل صانع الفيلم مع قضية أو حدث ما بما يجعله أكثر اهتماماً وتركيزاً على عرض مظاهر هذا الحدث أو هذه القضية.

3- النسبة الأكبر من المخرجين يفضلون السينما المستقلة لأنها تتيح لهم حرية التعبير عن أفكارهم بشكل أكبر من السينما التجارية وذلك بنسبة 40% من إجمالي المخرجين عينة الدراسة، وجاء في المرتبة الثانية من أسباب تفضيل المخرجين السينما المستقلة أنها تسمح بالخوض في موضوعات لا يمكن طرحها عبر وسيط آخر وذلك بنسبة 24%، وترجع الباحثة ارتفاع تلك النسبة لزيادة القيود المفروضة على المخرجين في مجال السينما التجارية حيث ترتبط بمعايير تسويقية وجماهيرية قد تعوق المخرج في التعبير عن أفكاره

كما يرغب. وجاء في المرتبة الأخيرة من أسباب تفضيل المخرجين السينمائيين المستقلة أنهم لم يتمكنوا حتى الآن من العمل في السينما التجارية وذلك بنسبة 4% من إجمالي المخرجين عينه الدراسة وتشير النتيجة إلى رغبة بعض المخرجين للانتقال للعمل في مجال السينما التجارية إذا سمحت الظروف.

201/1

هدير محمود عبد الله أحمد

المعالجة الإعلامية لقضايا الأمن القومي في الفضائيات المصرية واتجاهات الرأي العام المصري نحوها ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2018.

هدفت الدراسة إلى تحليل أساليب وأطر المعالجة الإعلامية لقضايا الأمن القومي في الفضائيات المصرية الرسمية والخاصة ومدى وجود اختلاف بينهما، و معرفة اتجاهات الجمهور المصري نحو المعالجة الإعلامية لقضايا الأمن القومي والعوامل المؤثرة في تشكيلها وذلك من خلال إجراء دراسة تحليلية كمية وكيفية على عينة من برنامجي العاشرة مساءً ومباشر من مصر وذلك على مدار دورة برمجية كاملة، بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من من الجمهور المصري من سن 18 عاماً فأكثر مع مراعاة تمثيل المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة. ومن أهم نتائج الدراسة التحليلية استخدم برنامج مباشر من مصر آلية الانتقاء في تأطيره لقضية الإرهاب. فقد كان البرنامج يميل إلى إظهار الجانب الإيجابي في معالجته لقضية الإرهاب. بينما لم نجد سمة محددة طاغية على معالجة برنامج العاشرة مساءً للقضية حيث غلب

الاتجاه المحايد على المعالجة من خلال التركيز على الجماعات الإرهابية ومخططاتها في إسقاط مصر والمنطقة. وبالنسبة لقضية انهيار قيمة الجنيه أمام الدولار و تبعاته استخدم برنامج مباشر من مصر آلية الاستبعاد حيث استبعد البرنامج الحديث عن النتائج السلبية لقرار تحرير سعر صرف الجنيه على حياة المواطنين و ركز على النتائج الإيجابية التي ترتبت على القرار. بينما استخدم برنامج العاشرة مساءً آلية التكرار في تأطيره لقضية انهيار قيمة الجنيه أمام الدولار وتبعاته حيث ركز البرنامج على سلبيات قرار تحرير سعر الصرف وما نجم عنه من إحباطات اقتصادية ومعيشية نتيجة ما ارتبط به من غلاء أسعار السلع و حدوث نقص في الأدوية والمستلزمات الطبية.

202/1

محمد عبد العزيز سيد طه

مصادقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالفتوات الفضائية المصرية كما يدركها ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2018.

تسعى الدراسة للتعرف على مستويات مصادقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالفتوات الفضائية المصرية لدى الشباب المصري، ورصد أهم معايير مصادقية كل منهم، ورصد آراء واتجاهات الشباب المصري نحوهم، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات حول الأحداث والقضايا المتلاحقة خلال فترتي الانتخابات الرئاسية 2014 والانتخابات البرلمانية 2015، رصد التجاوزات الإعلامية التي ارتكبت

مقارنة بالصفحات الشخصية للمبجوثين على موقع الفيس بوك. أيضاً ارتفاع مؤشر مصداقية المضامين الواردة ببرنامج صباح الخير يامصر مقارنة ببرنامج العاشرة مساءً خلال فترتي الانتخابات الرئاسية والبرلمانية.

208/1

إسراء عاطف إبراهيم الغزالي

صورة المرأة العاملة كما تعكسها الأفلام والمسلسلات المصرية على القنوات الدرامية وعلاقتها باتجاهات المرأة نحو العمل، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2018.

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة و تحليل الصورة التي تقدم بها المرأة العاملة في الدراما التلفزيونية في الفضائيات المصرية و ذلك بإلقاء الضوء على نوعية الأدوار التي يتم تقديمها عن المرأة العاملة، و التعرف على أهم القضايا و المشكلات التي تعرضها الأفلام والمسلسلات و التي تتعرض لها المرأة العاملة، كما تسعى الدراسة إلى تحديد أوجه الاتفاق و الاختلاف بين طبيعة الصورة المقدمة عن المرأة العاملة في الأفلام و المسلسلات المصرية و الواقع الحقيقي الذي تعيشه في المجتمعات المختلفة و ذلك عن طريق مقارنة نتائج الدراسة بالدراسات السابقة التي أجريت في هذا الشأن و نتائج الدراسة الميدانية. و من أجل ذلك اختارت الباحثة مجموعة من الأفلام (من فترة الخمسينيات إلى و قتنا الحالي) و المسلسلات التي تنوعت فيها صورة المرأة العاملة و اعتمدت الباحثة على المسح بشقيه الوصفي و التحليلي و يتضمن مسح المضمون و مسح الجمهور. تم اختيار عينة من المسلسلات و الأفلام المعروضة على قناتي (سى بى سى دراما و روتانا سينما) حيث تم تحليل مضمون ثلاثة

بمضامين تلك الوسائل، و هى دراسة وصفية اعتمدت على منهجى المسح الإعلامى و المنهج المقارن، إضافة إلى استمارتي تحليل المضمون و الاستبيان و أداة المقارنة المنهجية كأدوات لجمع البيانات، حيث مثلت عينة الدراسة التحليلية في موقعي (الفيس بوك & يوتيوب) و قد وقع اختيار الباحث على مقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة بموقع يوتيوب خلال فترتي الانتخابات الرئاسية 2014 و البرلمانية 2015، إضافة لتحليل الصفحات الشخصية لعينة من المبجوثين من مستخدمي موقع الفيس بوك، كما تم تحديد عينة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى برنامجي العاشرة مساءً بقناة دريم 2 & صباح الخير يامصر بالقناة الأولى، حيث قام الباحث بتحليل حلقات البرنامجين خلال فترتي الانتخابات الرئاسية و البرلمانية. بينما تمثلت عينة الدراسة الميدانية فى عينة من الشباب المصري من مستخدمي موقعي (الفيس بوك- يوتيوب) و من مشاهدي البرامج الحوارية المصرية بلغ قوامها 400 مفردة، موزعة بالتساوى بين أربع محافظات (القاهرة - الأسكندرية - المنيا - قنا) من الفئات العمرية المختلفة من 18- 35 عام، و توصلت الدراسة للنتائج التالية:

1- بمقارنة استناد المضامين الواردة لمصادر موثوقة بالصفحات الشخصية للمبجوثين و مقاطع الفيديو لقنوات اليوتيوب خلال الانتخابات الرئاسية، نجد أن مقاطع فيديو اليوتيوب أكثر استناداً لمصادر موثوقة مقارنة بالصفحات الشخصية للمبجوثين على موقع الفيس بوك، و نلاحظ أيضاً ارتفاع نسبة المصادر الموثوقة بالبرنامج ذي الصبغة الرسمية مقارنة ببرنامج العاشرة مساءً خلال فترة الانتخابات البرلمانية.

2- ارتفاع مؤشر مصداقية المضامين الواردة بمقاطع الفيديو لقنوات اليوتيوب

مسلسلات من أصل 17 مسلسل تم عرضه و42 فيلم من أصل 573 فيلم، كما استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان على عدد 400 سيدة.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- احتل التصنيف (الاجتماعي) وفقاً للموضوع الغالب على الفيلم المرتبة الأولى في الأفلام عينة الدراسة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (57.2%).
- جاءت الحالة الاجتماعية (أنسة) في الصدارة للمرأة العاملة المقدمة بالأفلام والمسلسلات عينة الدراسة، تلتها الحالة الاجتماعية (متزوجة) ، ويلاحظ أن ارتفاع نسبة (الأنسات) المقدمة في الأفلام والمسلسلات عينة الدراسة لنسبة تتجاوز النصف أمر يعبر عن مشكلة حقيقية يعاني منها المجتمع المصري تتمثل في ارتفاع نسبة العنوسة وتأخر سن الجواز لدى الكثير من الفتيات.
- عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين التوزيع الجغرافي للمبحوثات ومدى مساهمة الدراما المصرية في تكوين صورة مسبقة عن المرأة العاملة لديهم.
- تبين وجود علاقة دالة إحصائياً بين مختلف المحافظات (القاهرة- القليوبية- المنيا) ودرجة تقبلهم للصورة التي تقدمها الدراما المصرية (المسلسلات والأفلام) عن المرأة العاملة.

209/1

منى عبد الرحمن مصلح أحمد جبر

دور الحملات التليفزيونية في تنفيذ أهداف برامج التنمية الاجتماعية: دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2018.

تحدد مشكلة هذا البحث في الوقوف على

مدى فاعلية حملات التسويق الاجتماعي التليفزيونية و دورها في تحقيق أهداف برامج التنمية الاجتماعية في الدولة من خلال إحداث تأثير على اتجاهات و استجابة الشباب المصري لهذه الحملات باعتبارهم الفئة الأكثر تأثيراً في المجتمع، وكذلك من خلال مشاركتهم المجتمعية إثر التعرض لهذه الحملات. تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير حملات التسويق الاجتماعي التليفزيونية في توجيه الشباب و التأثير عليهم بشكل إيجابي نحو المشاركة المجتمعية، وكذلك التعرف على آراء الشباب في مدى فاعلية دور وسائل الإعلام في تعزيز الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية و زيادة درجة وعيه بالقضايا التي تقدمها تلك الحملات. سعت الدراسة من خلال المسح الميداني لأفراد العينة إلى تحديد كيفية ارتباط بعض الخصائص الاجتماعية مثل النوع، و مستوى التعليم، و المستوى الاجتماعي الاقتصادي، و العمر بمستوى المشاركة المجتمعية لدى هؤلاء الأفراد. تمثلت عينة الدراسة التحليلية تحديداً في الحملات السبع التالية التي تمت متابعتها على قناتي الحياة و سى بى سى و هى حملتان لمؤسسة القلب لمجدى يعقوب وخمس حملات لمستشفى سرطان الأطفال ٥٧٣٥٧. وكان من أهم نتائج تحليل المضمون مايلي:

- يأتي موضوع الدعوة للتبرع من أكثر الموضوعات التي تعرضها الحملات التليفزيونية (عينة الدراسة التحليلية) بنسبة ٥٧.١% يليها موضوعات رفع الروح المعنوية للمرضى، وبيان وعرض الإنجازات التي حققتها المؤسسات صاحبة الحملات بنسبة ٤٢,٨٪ لكلا الموضوعين على حدة.

- ركزت الحملات التليفزيونية (عينة الدراسة) على طلب المشاركة المادية من

الجمهور أكثر من طلب المشاركة المعنوية بنسبة ٥٧,١% إلى ٤٢,٩% ، وهو فارق ليس بكبير مما يدل على اهتمام الحملات التليفزيونية أيضاً بطلب المشاركة المعنوية جنباً إلى جنب مع المشاركة المادية.

أما أهم نتائج الدراسة الميدانية فتمثلت في - : كانت أهم أسباب متابعة الحملات الاجتماعية (لأنني أحب مساعدة الآخرين)، (لأنني أتعاطف مع المحتاجين)، (لكي أساهم في عمل الخير).

-كانت أهم الاتجاهات نحو الحملات التليفزيونية الاجتماعية (من المهم عرض هذه الحملات لتوعية المواطنين بمشاكل المجتمع)، (من المهم عرض هذه الحملات لمساعدة المحتاجين)، (القائمين على هذه الحملات على درجة عالية من الكفاءة والمهارة في عرض الحملات)

210/1

دينا محمود حامد

أساليب تنشئة الأبناء كما تقدمها المسلسلات المصرية بالقنوات الدرامية وعلاقتها بالتفاعل الأسرى: دراسة تحليلية وميدانية ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2017.

تستهدف هذه الدراسة رصد أساليب تنشئة الأبناء المقدمة في المسلسلات المصرية وعلاقة ذلك بالتفاعل الأسرى للأبناء، وذلك في إطار نظرية الغرس الثقافي، كما تستهدف الوقوف على اتجاه الأبناء نحو تأثير الدراما في سلوكيات والديهم من خلال اختبار فرضية الشخص الثالث. تعتمد هذه الدراسة في أغلب فروضها على نظرية الغرس الثقافي، وتعتمد في أحد فروضها على نظرية الشخص الثالث. استخدمت الباحثة منهج

المسح الإعلامي بشقيه، التحليلي والميداني، حيث شملت العينة التحليلية سبعة مسلسلات تليفزيونية تناولت القضايا الأسرية، كما شملت عينة الدراسة الميدانية 400 مفردة من المراهقين الذين تتراوح أعمارهم 14- 19 عاماً. بالنسبة لنتائج الدراسة التحليلية، ظهرت الأسرة كأولى مؤسسات التنشئة، كما تصدرت أساليب التنشئة غير السوية الحماية الزائدة و التساهل، والتدليل الزائد، والتسلط قائمة الأساليب الوالدية الأكثر ظهوراً في المسلسلات عينة الدراسة. فيما يتعلق بالفروض العلمية بالدراسة، فقد ثبت صحة الفرض الأول حيث ظهرت ارتباطات دالة إحصائياً بين اتجاهات المراهقين نحو التفاعل الأسرى كما تعكسه الدراما التليفزيونية محل الدراسة، ومتغيرات دوافع المشاهدة والمشاهدة النشطة. كما ثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما بين المبحوثين من حيث اتجاهاتهم بشأن التفكك الأسرى والعنف داخل الأسرة، باختلاف خصائصهم الديموجرافية الآتية: السن والتعليم والإقليم الجغرافي. كما ظهرت علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة المشاهدة واتجاهات المبحوثين نحو المسلسلات بوصفها وسيطاً تربوياً. وبالنسبة لفرض نظرية الشخص الثالث القائل بأن المراهقين يعتقدون أن والديهم يتأثرون سلوكياً بالمسلسلات التي تتناول علاقات أسرية أكثر من تأثرهم بوصفهم أبناء بهذه المضامين الدرامية، فقد ثبت صحة هذا الفرض.

211/1

يحيى محمد على العزب

قضايا الإرهاب كما تعكسها الفضائيات اليمينية واتجاهات النخبة نحوها - رسالة دكتوراة - قسم الإذاعة والتليفزيون -

2018.

سعت الدراسة إلى رصد طبيعة المعالجة الإعلامية لعينة من البرامج السياسية في الفضائيات اليمنية لقضايا الإرهاب باليمن، والتعرف على حجم التداول البرامجي في الفضائيات اليمنية لقضايا الإرهاب في اليمن، وتحديد الأطر الإعلامية التي وظفتها البرامج السياسية أثناء تناولها قضايا الإرهاب، ورصد اتجاهات النخبة اليمنية نحو قضايا الإرهاب باليمن، في ضوء نظرية تحليل الأطر الإعلامية بالتطبيق على عينة من البرامج التلفزيونية في قنوات اليمن من صنعاء واليمن من الرياض وسهيل مقدارها 247 حلقة بمدة زمنية وصلت إلى نحو 250 ساعة عرضت فيها 237 قضية إرهابية، وعينة من النخبة اليمنية السياسية والعسكرية والأكاديمية والإعلامية مقدارها 251 مبحثاً. مستخدماً منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي.

توصلت الدراسة في أبرز نتائجها إلى ما يلي:

جاءت قضايا قتل وقصف المدنيين ومنازلهم في المرتبة الأولى، تليها قضايا الاعتقالات والاختطافات، ثم قضايا التفجيرات في المرتبة الثالثة، وفي الترتيب الرابع قضايا قصف وتدمير الطرق والجسور والمنشآت العامة والخدمية، وقضايا قصف الأسواق، ثم قضايا الاغتيالات، وعمليات القاعة في اليمن في الترتيب الخامس، يليهما في الترتيب السادس حصار المدن والقرى، وقصف الأماكن الأثرية والتاريخية، أما قضايا قصف مقرات القنوات التلفزيونية، وقضايا التهجير القسري للمدنيين فحلت في الترتيب السابع، تلاهما قضايا تجنيد الأطفال في الحرب، وجرائم القتل الجماعي في الترتيب الثامن.

- إن البرامج السياسية بالفضائيات عينة

الدراسة تناولت القضايا والأحداث الإرهابية من خلال المضمون السياسي بالدرجة الأولى، يليه تناول تلك القضايا والأحداث الإرهابية من خلال المضمون العسكري، ثم التداول من خلال المضمون الأمني.

- أو ضحت نتائج الدراسة الميدانية على النخبة اليمنية، أن قناة اليمن اليوم هي الأكثر متابعة بين فضائيات الدراسة وبنسبة 88.05%، يليها قناة اليمن من صنعاء بنسبة 79.28%، وفي المرتبة الثالثة قناة اليمن من الرياض بنسبة 70.92%، وجاءت قناة سهيل في المرتبة الأخيرة بنسبة 65.34%.. والأمر نفسه بالنسبة للبرامج السياسية المذاعة على الفضائيات عينة الدراسة (اليمن اليوم ثم اليمن من صنعاء وفي المرتبة الأخيرة اليمن من الرياض وسهيل).

- جاءت "الفضائيات اليمنية" في مقدمة مصادر معلومات النخبة اليمنية عن قضايا الإرهاب في اليمن بنسبة مرتفعة جداً، وجاءت المواقع الإلكترونية في المرتبة الثانية، يليها مباشرة شبكات التواصل الاجتماعي.

213/1

أمجد بشير أحمد الطبال

تأثير القنوات الفضائية الدولية الموجهة باللغة العربية في توجهات الرأي العام الليبي تجاه تداعيات الثورة الليبية 2011 ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2018.

سعت الدراسة للتعرف على مدى تأثير التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية الدولية الموجهة باللغة العربية وهي قنوات (الحررة الأمريكية - بي بي سي البريطانية- فرنسا

المصادقية التي تحظى بها القنوات الفضائية الموجهة بالعربية تليها قناة فرنسا 24 ثم قناة الحرة. وفيما يتعلق بأهم نتائج إختبارات فروض الدراسة، فقد أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة وفقا للمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) في نوعية التأثيرات الناتجة عن تعرضهم للقنوات الفضائية (محل الدراسة) أثناء ثورة فبراير 2011، كما أوضحت النتائج أيضا عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة التعرض للقنوات الفضائية الدولية الموجهة باللغة العربية (محل دراسة) كمصدر للمعلومات واتجاه المبحوثين نحو دور تلك الفضائيات أثناء ثورة فبراير 2011.

214/1

حسين خليفة حسن خليفة

دور القنوات الفضائية والإنترنت في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو المؤسسات السياسية والتشريعية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2018.

سعت هذه الدراسة إلى رصد طبيعة حدود الدور الذي قامت به الخطابات الإعلامية المتنوعة في تشكيل الأنساق المعرفية والوجدانية للرأي العام المصري نحو أداء المؤسسات السياسية والتشريعية بالتطبيق على أزمة اتفاقية ترسيم الحدود البحرية بين مصر والمملكة العربية السعودية والمعروفة إعلاميا باسم أزمة جزيرتي تيران وصنافير والتي بموجبها أعادت مصر جزيرتي تيران وصنافير لصالح المملكة العربية السعودية كما حاولت الدراسة أيضا تحليل وتفسير كيف أن اختلاف أسلوب معالجة الرأي العام

24 الفرنسية) في تناولها لأحداث ثورة فبراير الليبية في توجهات المواطن الليبي وأبعاد هذا التأثير (المعرفي والوجداني والسلوكي) الناتج عن اعتماد الجمهور الليبي علي تلك القنوات تكونت عينة الدراسة من عينة تحليلية وأخرى ميدانية. تم تطبيق الدراسة التحليلية علي عينة قوامها 130 حلقة من البرامج السياسية التي تعرضها القنوات الفضائية محل الدراسة، وتم تطبيق الدراسة الميدانية علي عينة متاحة من المواطنين الليبيين قوامها 400 مفردة من الذكور والإناث بمختلف فئاتهم العمرية ومستوياتهم الثقافية ممن شاهدوا القنوات الفضائية الموجهة (محل الدراسة) أثناء ثورة فبراير 2011، وتم استخدام منهج المسح الإعلامي.

أشارت أهم نتائج الدراسة التحليلية إلي أن غالبية حلقات البرامج التي بثت خلال فترة الثورة كانت منحازة لعرض وجهة نظر واحدة لأحد أطراف الصراع بنسبة 72.5%، بينما أتاحت الفرصة لعرض وجهات نظر مختلف أطراف الصراع فقط في 27.5% من حلقات البرامج، وأشارت النتائج أيضا إلي أن المسؤولين الحكوميين جاءوا في صدارة مصادر الأخبار التي تم الاعتماد عليها من قبل القنوات الفضائية (محل الدراسة) عند طرح القضية الليبية خلال فترة الثورة بنسبة 95%، يليها المراسلين بنسبة 90%، ثم وكالات الأنباء كمصدر للأخبار بنسبة 77.5%. وفيما يتعلق بنتائج الدراسة الميدانية، فقد أشارت أهم النتائج إلي أن قناة بي بي سي جاءت في صدارة القنوات التلفزيونية الموجهة باللغة العربية من حيث نسبة مشاهدتها من قبل المبحوثين أثناء أحداث الثورة، تليها قناة فرنسا 24، ثم قناة الحرة الأمريكية. وأوضحت النتائج أيضا أن قناة بي بي سي جاءت في الترتيب الأول بالنسبة لدرجة

للمعلومات والمعارف المتعلقة بأزمة
الجزيرتين قد أثر على كيفية الأنساق
المعرفية والوجدانية المترتبة على ذلك.

وأشارت النتائج إلى أنه بفحص المعالجات
الإعلامية على تباين توجهاتها السياسية
وتمايز انتماءاتها الفكرية ومرجعياتها
الايديولوجية بشأن أزمة جزيرتي تيران
وصنافير لم يجد الباحث أى تباين فى الرؤى
والتصورات الخاصة بها فى معالجة الأزمة
عن رؤى وتصورات القوى السياسية
والاجتماعية التى تعبر عنها.

215/1

سارة نصر محمد عيد الباقي

المعالجة الإعلامية لأداء مؤسسة الرئاسة
فى برامج الحوار التلفزيونية وعلاقتها
باتجاهات الجمهور نحوها: دراسة ميدانية
على عينة من طلاب الجامعات المصرية ،
رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2018.

تهدف الدراسة للتعرف على كيفية عرض
ومعالجة قضايا مؤسسة الرئاسة المصرية
فى البرامج الحوارية بالقنوات المختلفة
(مصرية وعربية ودولية) وتأثير تعرض
الجمهور لتلك البرامج على اتجاهه نحو أداء
مؤسسة الرئاسة الجزئى العام، مع الأخذ
فى الاعتبار تأثير الأداء الإعلامى للرئاسة
بما يتيح من تفاعل مع الجمهور والذى
ينعكس بدوره على تقييمهم العام، واعتمدت
تلك الدراسة على نظرية الأطر الخبرية
والتهيئة المعرفية، وتعتبر هذه الدراسة من
الدراسات الوصفية التى تهتم بالتحليل الكمي
بجانب التحليل الكيفى وذلك فى إطار منهج
المسح الذى تم استخدامه كالتالى:

أ- تحليل مضمون 78 حلقة بالقنوات
المصرية وعربية والدولية محل الدراسة
وهى: قناة النيل للأخبار (من القاهرة) _

On TV (25/30) _ الجزيرة (ما وراء
الخبر) _ Sky news Arabia (المساء)
، وقد اشتملت العينة التحليلية على 101
حدث وقضية داخلية وخارجية عن
مؤسسة الرئاسة فى البرامج الأربعة، فى
دورة برامجية كاملة فى الفترة من 1/1/
2015 إلى 3/31/2015. وتم إجراء
تحليل كيفى للقضايا الأربعة البارزة والتى
ظهرت خلال الدراسة الكمية.

ب- مسح عينة من أفراد الجمهور المصرى
العام، وقد أقتصرت العينة على 400
مفردة من أقليم القاهرة الكبرى فوق سن
18 عام، وتم إختيارهم بأسلوب العينة
العمدية (مشاهدى تلك البرامج) من خلال
إستمارة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات.

وأشارت أهم نتائج الدراسة التحليلية إلى
أن: أكدت مجموعة من المؤشرات على
ارتفاع حجم الاهتمام بقضايا مؤسسة
الرئاسة المصرية، والتى تمثلت فى ارتفاع
عدد القضايا فى البرامج غير المصرية،
وانعكس ذلك الاهتمام أيضاً فى ترتيب
القضايا المعروضة عنها حيث أن ما يزيد
عن 75% من عينة القضايا جاء ترتيبها فى
بداية ووسط تلك البرامج وجاء عرضها فى
حلقة كاملة حوالى 15%، وفيما يخص
الاتجاه الغالب نحو قضايا مؤسسة
الرئاسة، اتضح ارتفاع الاتجاه المؤيد بنسبة
80,9%، ويمكن تفسير ذلك فى ضوء
طبيعة القضايا المعروضة وخاصة مواجهة
الهجمات الإرهابية الشرسة وتبعاتها
السياسية والاقتصادية والتى لعبت فيها
مؤسسة الرئاسة دوراً واضحاً وحاسماً نحو
حماية مصر من محاولة فرض إرادة الدول
الداعمة للإرهاب على قرارها، وقد انفراد
برنامج ما وراء الخبر بعرض الاتجاه
المعارض فى المرتبة الأولى بنسبة
63,6%، ويتفق ذلك مع تناوله ومعالجته
للقضايا الأمنية والسياسية وخاصة الداخلية

بشكل يشوبه التحريف سواء بالتجاهل المتعمد للقضايا الإيجابية أو عدم مراعاة الدقة فيما يعرضه وعدم التزامه بالموضوعية والتوازن في عرض الآراء والتوجهات المختلفة بما يخدم توجه القناة العدائى المعلن نحو مصر.

أما فيما يتعلق بنتائج الدراسة الميدانية، وحول تقييم المبحوثين لأبعاد الأداء الكلى لمؤسسة الرئاسة، فقد جاء تقييمهم للسياسة الخارجية فى المرتبة الأولى، ثم تقييمهم للسياسة العامة، وجاء فى المرتبة الثالثة تقييمهم لتفاعل مؤسسة الرئاسة مع مؤسسات الدولة ثم تقييمهم لعلاقة مؤسسة الرئاسة مع السلطات الأخرى، وتلاه تقييمهم للقرارات العامة. وفيما يخص متابعة خطب وحوارات الرئيس، جاءت نسبة متابعة الحوارات والخطب فى المرتبة الأولى بـ 88%، ويؤكد ذلك على أنها مصدر هام وموثوق من الجمهور لما بها من شفافية فى تناول الشأن المصرى.

216/1

لبنى عبد العزيز الجابرى

اعتماد الجمهور المصرى على التلفزيون والانترنت فى الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية: دراسة ميدانية على الشباب الجامعى والنخبة السياسية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2018.

تحدد المشكلة البحثية فى التعرف على مدى اعتماد الشباب المصرى على التلفزيون والانترنت فى الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية السابقة 2014، كما تستهدف التعرف على ما يتوقعه الشباب من وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة أثناء انتخابات 2018 حتى يتحقق الاعتماد عليها، كما تحاول

الدراسة وضع رؤية مستقبلية للدور المتوقع من وسائل الإعلام (التلفزيون، الإنترنت)، وذلك من خلال تصورات النخبة السياسية والممارسين للعمل الإعلامى، وتتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الفترة التي تمر بها مصر، والتي لم تشهدها البلاد من قبل، "فالإعلام السياسى" أصبح ضرورة من ضروريات تلك الفترات الخاصة. اعتمدت هذه الدراسة فى "إطارها النظرى" على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

وتم استخدام منهج المسح والمنهج المقارن، كما تم تطبيق الدراسة على عينة من الشباب الجامعى قوامها 400 مفردة (من 18: 35 سنة)، كما تم إجراء مقابلات متعمقة مع (14) من النخبة السياسية والإعلامية.

أهم النتائج:

- جاء الإنترنت فى المرتبة الأولى بين الوسائل المختلفة التي يصدقها الشباب عينة الدراسة، يليه فى المرتبة الثانية رأى الأصدقاء، وفى المرتبة الثالثة تأتي القنوات العربية.

- يأتي الفيس بوك فى المرتبة الأولى بين الوسائل التي اعتمد عليها الشباب فى الحصول على المعلومات (بدرجة كبيرة).

- جاءت فئة التأثير الكبير للإنترنت على القرار الانتخابى لدى عينة الدراسة فى المرتبة الأولى، يليه التأثير المحدود فى المرتبة الثانية، وأخيراً فئة التأثير المنعدم فى المرتبة الثالثة.

- يتصدر الإنترنت مصادر المعلومات التي سوف يعتمد عليها أفراد العينة أثناء الانتخابات الرئاسية المستقبلية، يليه التلفزيون فى المرتبة الثانية، ثم الاتصال الشخصى فى المرتبة الثالثة، وفى المرتبة الرابعة جاءت الصحافة، ثم الراديو فى المرتبة الخامسة، وأخيراً القنوات الأجنبية.

الإذاعة، 2018.

هدفت الدراسة إلى التعرف على ملامح أداء المؤسسات الحكومية المختلفة في الدراما العربية من أفلام ومسلسلات وكذلك التعرف على الدور الذي تسهم به هذه الدراما في تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو الأداء الحكومي. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها:

- جاءت قضية استغلال السلطة في المرتبة الأولى من أجمالى قضايا الأداء الحكومي الأكثر تكرارا فى المسلسلات والأفلام بنسبة 8% تليها سوء التعامل مع الجمهور بنسبة 6.8% ثم ضعف الانضباط بنسبة 6.3% ثم ضعف الرقابة بنسبة 6.1%.

- احتل مظهر تحقيق الثقة فى الجهاز المرتبة الأولى ضمن إجمالى المظاهر الإيجابية للأداء الحكومي فى كل من المسلسلات والأفلام بنسبة 15.3% يليه تحقيق الانضباط بنسبة 14.2% ثم انجاز الأعمال بنسبة 10.2%.

219/1

محمود سلمى حسن حسان

دور الأفلام الروائية فى نشر ثقافة الاحتجاج لدى الجمهور العام قبل اندلاع ثورة 25 يناير 2011، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2018.

هدفت الدراسة إلى التعرف على قدرة الأفلام الروائية المصرية فى التأثير على الجمهور العام ونشر ثقافة الاحتجاج لديه، ودور هذه الأفلام فى تناول المشكلات المختلفة للمجتمع المصري بشكل عام والمشكلات السياسية بشكل خاص، وذلك فى ضوء مجموعة من المتغيرات السياسية للمبشرين، مثل مستويات المشاركة السياسية والانتماء الحزبي. وتم تطبيق الدراسة من خلال استخدام أداة تحليل المضمون لـ 50 فيلمًا روائيًا، كما استخدمت صحيفة الاستقصاء

- توجد علاقة إيجابية طردية ذات دلالة احصائية بين مستوى اعتماد المبحوثين على التلفزيون والإنترنت فى الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية ومستوى مصداقية تلك الوسائل لدى المبحوثين.

- توجد علاقة إيجابية طردية ذات دلالة احصائية بين مستوى اعتماد المبحوثين على التلفزيون والإنترنت فى الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية ومستوى مشاركتهم فى الانتخابات الرئاسية المستقبلية.

- أشارت آراء النخبة حول قوة وتأثير شبكة الإنترنت فى الدعاية الانتخابية 2014، فهم يرون أنها تحولت وخاصة "مواقع التواصل الاجتماعي" إلى منصة هامة لعقد الحملات الانتخابية.

- تركزت آراء النخبة حول الإعلام التقليدي "التلفزيون مثلاً"، بوجوب تنظيم العمل الإعلامي وفق المنظومة التشريعية التي كفلها الدستور، ثم فتح مساحات من الحرية لمناقشة الموضوعات والقضايا، وإلا، فسندهب هذه المساحات إلى الإنترنت والقنوات المعادية. وأخيراً محاولة خلق المرشحين القادمين أمام المرشح الرئاسي إن لم يتم إفرازهم مجتمعياً بشكل طبيعي، أما عن (دور الإنترنت) يمكن وصفه "بالمتعظم مستقبلاً".

217/1

مايسة السيد ظاهر جميل

أداء المؤسسات الحكومية كما تعكسها المسلسلات والأفلام التى يعرضها التلفزيون وعلاقته باتجاهات الجمهور نحو الحكومة ، رسالة دكتوراه، قسم

بالتطبيق على عينة عشوائية من الجمهور قوامها 400 مفردة.

كانت من أهم نتائج الدراسة:

-اعتمدت السينما على الطريقة "المباشرة" في معالجتها لقضايا الاحتجاج المختلفة في المرتبة الأولى، ثم طريقة "الإسقاط"، يلي ذلك طريقة "استخدام الرمز".

-كانت القضايا السياسية في صدارة أهم القضايا التي اهتم بها الباحثون، ثم القضايا الاقتصادية، يلي ذلك القضايا الاجتماعية، وأخيرًا القضايا الفكرية والثقافية.

-اتسمت الأفلام الروائية المصرية التي عالجت مفهوم "ثقافة الاحتجاج" بواقعية إلى حد ما بنسبة 63,6%، وبواقعية كبيرة بنسبة وصلت إلى 21,6%، وبعدم الواقعية بنسبة بلغت 14,8% من وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة.

-توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين معدل مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية وإدراك الباحثين لمفهوم ثقافة الاحتجاج.

-لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل مشاهدة الأفلام الروائية المصرية واتجاه الباحثين عينة الدراسة نحو مفهوم ثقافة الاحتجاج.

220/1

إبراهيم حبزطي

المعالجة الإخبارية لقضايا حقوق الإنسان في القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2018.

تهدف الدراسة إلى معرفة دور المعالجة الإخبارية في القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية (قناة الحرة، قناة bbc العربية قناة فرنسا24، قناة روسيا اليوم) لقضايا حقوق الإنسان، حيث اهتم الجانب التحليلي بتحليل النشرات الإخبارية والبرامج

التي تعالج قضايا حقوق الإنسان، أما الجانب الميداني فقد اهتم بمدى اعتماد الشباب الجامعي الجزائري على قنوات الدراسة في استقاء معلوماتهم نحو قضايا حقوق الإنسان، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية. واعتمدت الدراسة على منهج المسح، أما عينة الدراسة الميدانية فهي عينة عشوائية من 400 مبحوث من الشباب الجامعي الجزائري.

ومن نتائج هذه الدراسة:

- تصدرت الحقوق المدنية والسياسية قضايا حقوق الإنسان الواردة بالنشرات الإخبارية لقنوات الدراسة؛ ولعل ذلك يرجع إلى عدم الاستقرار الذي يشهده الوطن العربي في الوقت الراهن.

- تصدرت دولة "سوريا واليمن والعراق" قائمة أبرز الدول العربية الواردة في النشرات الإخبارية بقنوات الدراسة، ولأول مرة تراجعت القضية الفلسطينية؛ ولعل ذلك يرجع إلى اضطراب الأوضاع السياسية والأمنية والاقتصادية، وسرعة التغيرات التي تطرأ على المنطقة العربية.

- جاءت الحقوق "المدنية و السياسية" في قائمة أبرز قضايا حقوق الإنسان المتناولة في البرامج بقنوات الدراسة، وهذه النتيجة ترجع إلى تسارع الأحداث السياسية وتلاحقها على الساحة العربية.

- تصدرت "سوريا واليمن والعراق" قائمة أبرز الدول الواردة في البرامج بقنوات الدراسة، حيث انتهكت فيها حقوق الإنسان والتي ترتب عنها الهجرة غير الشرعية.

اعتماد الشباب على البرامج التلفزيونية الإخبارية في الحصول على المعلومات الأمنية واتجاهاته نحو الأداء الأمنى ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2018.

سعت هذه الدراسة لمعرفة مدى اعتماد الشباب المصري على البرامج الإخبارية التلفزيونية في الحصول على المعلومات الأمنية في ظل المتغيرات والأحداث التي طرأت على المجتمع بعد ثورتى "25 يناير و 30 يونيو" والتي تجعل الشباب في حاجة ماسة ومنتزادة لهذه المعلومات الأمنية التي تشبع إحتياجاتهم وبالتالي تصبح أكثر تأثيراً عليهم معرفياً ووجدانياً وسلوكياً، حيث تنعكس على صفحاتها الأزمات والأوضاع الأمنية في المجتمع - خلال فترة الدراسة- بما تحمله من آثار أمنية لا يمكن تجاهلها.

وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة بشقيه (التحليلي والميداني)، حيث اجريت الدراسة التحليلية باستخدام "الإسبوع الصناعي" على عينة من البرامج الإخبارية التي تبث على الفضائيات المصرية وهما برنامج العاشرة مساءً و برنامج 90 دقيقة بواقع 24 حلقة للبرنامج على دورة برامجية من 1 يناير الى 31 مارس 2015، كما اجريت الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها 400 مبحوثاً من الشباب الذين يشاهدون البرامج الإخبارية وتتراوح أعمارهم بين 18-35 سنة باختلاف الفئات التي ينتمون إليها من حيث مستوى التعليم والسن والمهنة والمستوى الاجتماعي والاقتصادي وقد اختارت الباحثة مدينة القاهرة الكبرى كمجتمع ممثل للدراسة.

أهم النتائج التطبيقية:

■ كانت اهم نتائج الدراسة التحليلية انه بلغ عدد الأخبار الأمنية خلال فترة الدراسة 188 خبراً أمنياً بما يعادل 61 ساعة و28 دقيقة للأخبار الأمنية توزعت بين البرنامجين، حيث كان عدد الأخبار التي طرحها برنامج العاشرة مساءً 103 خبراً أمنياً بنسبة 54.8%، وقدم برنامج 90 دقيقة 85 خبراً أمنياً بنسبة 45.2% من إجمالي الأخبار الأمنية المقدمة في البرنامجين.

■ تنوعت الأخبار الأمنية التي طرحتها البرامج الإخبارية عينة الدراسة ما بين أخبار عسكرية، كوارث، واحداث أمنية اخرى تمس الأمن القومي، اذ استحوذت الأخبار العسكرية/الأمنية على النسبة الأكبر من الأخبار المطروحة بنسبة 90.9%.

222/1

العلاقة بين التعرض للمواد الإخبارية والسياسية فى القنوات الفضائية ومستوى مشاركة المرأة المصرية فى القضايا المجتمعية بعد ثورة 25 يناير 2011 ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، 2018.

نظراً لقلّة الدراسات التي تقيس الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام، والتي تقيس مشاركة المرأة فى الحياة السياسية، ومن خلال إستعراض التطورات السياسية الإيجابية التي حدثت فى المجتمع المصرى فى الفترة الأخيرة، تبلورت مشكلة الدراسة الأساسية فى التعرف على دور المواد الإخبارية والسياسية التي تُعرض من خلال القنوات الفضائية المصرية - سواء الحكومية او الخاصة - فى التأثير على مشاركة المرأة المصرية فى

قضايا مجتمعها بعد ثورة 25 يناير 2011م ،
ودراسة المتغيرات الوسيطة التي تؤثر في
تدعيم مفهوم المشاركة السياسية للمرأة
المصرية جراء تعرضها للبرامج والمواد
الإخبارية في القنوات الفضائية.

خلصت الدراسة إلى النتائج الآتية :

• أن القنوات الفضائية الخاصة إحتلت
المرتبة الأولى بين المبحوثات فيما يتعلق
بترتيب الوسائل الإعلامية حسب درجة
الإعتماد عليها في الحصول على
معلومات عن القضايا المجتمعية
والسياسية المصرية الداخلية، وكان ذلك
بنسبة 34,5% وتلاها في الترتيب
الإنترنت بنسبة 28,5%، ثم جاء
التلفزيون الحكومي في المرتبة الثالثة
بنسبة 16,8% ، وهذا يدل على الثقة التي
تعطيها المشاهدات المصريات لهذه
القنوات الفضائية الخاصة .

• تتعرض المبحوثات بدرجة ضعيفة يومياً
للبرامج الإخبارية والسياسية على القنوات
الفضائية الحكومية بلغت نسبته 21%،
مما تؤكد ضعف الثقة فيما يُقدمه
التلفزيون الحكومي بقنواته الفضائية
المختلفة وخاصة بعد ثورة 25 يناير.

• يوجد علاقة ذات دلالة بين معدل تعرض
المبحوثات للبرامج الإخبارية والسياسية
على القنوات الفضائية الحكومية وبين
المتغيرات الديموجرافية لهن (متغيرات
السن والحالة الإجتماعية والتعليم
والمستوى الإقتصادي) في حين لم يثبت
وجود علاقة ذات دلالة بين معدل تعرض
المبحوثات للبرامج الإخبارية والسياسية
على القنوات الفضائية الحكومية وبين
المتغيرات الديموجرافية (حالة العمل
والإنتماء السياسي) .

• تعتبر المبحوثات أن البرامج الإخبارية

والسياسية المعروضة على القنوات
الفضائية الخاصة أكثر مصداقية لديهن
عن مثيلاتها المعروضة على القنوات
الفضائية الحكومية، وأكثر متابعة، فنجد
أن 35,2% من المبحوثات تتعرضن
للبرامج الإخبارية والسياسية على القنوات
الفضائية الخاصة بشكل يومي، فطريقة
عرض القضايا والمعلومات على هذه
القنوات الخاصة تكون بعرض الرأي
والرأي الآخر، لمناقشة القضايا من جميع
الجوانب وبأسلوب سهل وبسيط وشيق في
نفس الوقت مما يحقق شعور أكبر
بالمصداقية لدى المشاهدات، وإستمرار
شعورهن بأن التلفزيون الحكومي يُقدم
وجهة نظر واحدة هي وجهة نظر
الحكومة، وهي وجهة يعتبرون أنها تُحاول
تجميل الواقع حتى لو جاء ذلك على
حساب الحقيقة.

223/1

إنجى طه سيف النصر مناصير

المعالجة الإعلامية لعملية التحول
الديموقراطي في مصر على القنوات
الفضائية والإنترنت واتجاهات الجمهور
المصري نحوها ، رسالة دكتوراه، قسم
الإذاعة، 2018.

تتناول هذه الدراسة المعالجة الإعلامية في
القنوات الفضائية و الإنترنت لعملية التحول
الديمقراطي في مصر عقب ثورة 30 يونيو،
ورصد اتجاهات الجمهور المصري نحو
تلك المعالجة، فضلا عن التعرف على
طبيعة المزاج العام للجمهور تجاه عملية
التحول الديمقراطي في مصر، وذلك في
إطار نظرية المزاج العام. وتعد هذه الدراسة
من البحوث الوصفية التي تعتمد على منهج
المسح بشقيه التحليلي والميداني لدراسة

المضامين الإخبارية المقدمة فى التلفزيون والانترنت، وكذلك مسح الرأى العام لرصد اتجاهات الجمهور نحو هذه المضامين وكذلك عملية التحول الديمقراطي، وذلك بالإستعانة باستمارتي تحليل مضمون، وصحيفة استقصاء. وتمثلت عينة الدراسة التحليلية فى المواد الإعلامية الواردة فى نشرات الأخبار ومواقع الصحف الإلكترونية على مدار ثلاثة أشهر بدءاً من 1 مارس 2016 وحتى 31 مايو 2016، حيث تمثلت عينة النشرات الإخبارية فى النشرات المسائية الواردة فى قناة النيل للأخبار، و قناة سى بى سى اكسترا، وقد بلغ عدد النشرات 160 نشرة إخبارية من القناتين، يتراوح متوسط مدة النشرة الواحدة ساعة كاملة (60 دقيقة). كما تمثلت عينة مواقع الصحف الإلكترونية فى موقع بوابة الأهرام، و موقع بوابة الشروق؛ حيث بلغ إجمالى المواد الإخبارية الواردة بها حول عملية التحول الديمقراطي والقضايا المتعلقة بها 3800 مادة إخبارية

مهماً في تحقيق معايير التنوع من حيث تنوع رغباته واحتياجاته ومتابعاته المتنوعة لوسائل الإعلام و المشاركة فيها. لذا اهتمت هذه الدراسة بقياس درجة التنوع الإعلامي في وسائل الإعلام المصرية من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع عينه من النخبة الإعلامية ورجال الإعلام، وتحليل مضمون لعينة من الصحف المصرية (الأهرام، اليوم السابع، الأهالي، المصريون، وطني) في تغطيتها للانتخابات البرلمانية المصرية 2015، وكذلك القيام بإجراء مجموعات مناقشة مركزة مع عينة متنوعة من فئات الجمهور المصري

100/5

مها السيد بهنسي

استخدام الشبكات الاجتماعية في التعبئة السياسية للجماهير في مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2018.

استهدفت الدراسة بحث العوامل المؤثرة على جهود التعبئة السياسية عبر الشبكات الاجتماعية وفقاً لنموذج (النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا)، كما سعت الدراسة إلى معرفة كيفية قيام صفحات الحركات السياسية على موقع فيسبوك بالتعبئة السياسية لثورة 30 يونيو، وتحديد أطر التعبئة المستخدمة بها، وتشكلت عينة الدراسة التحليلية من منشورات الصفحات الخاصة بالحركات السياسية على موقع فيسبوك والتي تشمل: صفحة حركة تمرد، و صفحة حركة كفاية، و صفحة الجمعية الوطنية للتغيير، و صفحة حركة شباب 6 أبريل خلال الفترة من 26 أبريل - 3 يوليو 2013، كما تمثلت عينة

الدراسة الميدانية في عينة عمدية من 400 مفردة من مستخدمي الشبكات الاجتماعية .

وقد أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن كل عوامل تبنى الشبكات الاجتماعية سياسياً الخاصة بالنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا تؤثر على استجابة المبحوثين لدعوات التعبئة السياسية عبر الشبكات الاجتماعية، وبالنسبة لتأثير أشكال المشاركة السياسية المختلفة على الاستجابة لدعوات التعبئة السياسية، فقد جـاء فـى مـقـدمـتها المشاركة السياسية عبر الشبكات الاجتماعية، وقد أظهرت نتائج الدراسة التحليلية فيما يتعلق بأطر التعبئة المستخدمة ارتفاع نسبة اعتماد صفحة حركة تمرد على إطار الدافعية حيث تجاوزت النسبة نصف عدد المنشورات في الصفحة مقارنة بصفحات الحركات السياسية الثلاثة عينة الدراسة، وقد اعتمدت الصفحات الأربع على عدة أطر فرعية و هي (إطار المشاركة و التغيير، إطار بناء التحالفات، إطار المحاكاة)، بينما تفردت صفحة حركة 6 إبريل بإطار السلمية.