



دليل مستخلصات رسائل الماجستير (٢٠٠٩ - ٢٠١٨ م)

إشتراف ومراجعة

أ.د. ليلى عبد المجيد

مدير وحدة الجودة
والعميد الأسبق لكلية

الإشتراف العام

أ.د. هويدا مصطفى

عميد الكلية

أ.د. هبة الله السمري

وكيل الكلية للتئون الدراسات
العليا والبحوث

سبتمبر ٢٠١٩

دليل
مستخلصات رسائل الماجستير
(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 السمرى
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. هدى حسن

أ. عبير يحيى

أ. نهاد فتحي

وحدة المطبوعات والنشر العلمي:

أ. يحيى سليم مدير وحدة المطبوعات والنشر العلمي

أ. أحمد فكري مصمم الجرافيك بوحدة المطبوعات والنشر العلمي

الفهرس:

5	رؤية تحليلية
30	رسائل الماجستير (قسم الصحافة)
122	رسائل الماجستير (قسم الإذاعة والتلفزيون)
253	رسائل الماجستير (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 الإعلامى 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

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

جدول رقم (2)
التوزيع حسب التخصص

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

1- الصحافة:

بلغ عدد المجالات البحثية التي تناولتها رسائل الماجستير في تخصص الصحافة 22 مجاًلاً بحثياً، وفي رسائل الدكتوراة 14 مجاًلاً بحثياً، وجاءت البحوث التي ركزت على الاتصال السياسي في الترتيب الأول بين مجالات تخصص رسائل الماجستير بنسبة 15,9%، وجاءت البحوث التي ركزت على الصحافة العربية في إطار مجال (الإعلام العربي) في الترتيب الأول بين رسائل الدكتوراة بنسبة 17,2%.

والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (4)

توزيع بحوث الصحافة (ماجستير ودكتوراة) حسب مجال البحث

المستوى		ماجستير		دكتوراة		إجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
مجال البحث							
الاتصال السياسي		22	15,9	7	8,5	29	13,2
الرأى العام ودراسات الصورة		15	10,9	9	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 لرسائل 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 مباشر، هناك عدد من البحوث أشارت إليها وتناولتها بشكل غير مباشر وقد اهتمت ببحوث 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 الصحافة 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 بذكرار أو تكرارين على الأكثر منها الخطاب الصحفي وقضايا الفساد، قارئية الصحف، الإنتاج الصحفي، الأطر الإخبارية لدور الجهاز المركزي للمحاسبات 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	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

المستوى	ماجستير		دكتوراة		إجمالي		مجال البحث
	ك	%	ك	%	ك	%	
	23	11,4	13	10,2	36	10,9	الاتصال السياسي
	-	-	3	2,3	3	0,9	الكتابة للراديو والتلفزيون
	22	10,9	9	7	31	9,4	الإعلام والشباب
	14	7	1	0,8	15	4,5	الإذاعات والفنون المتخصصة
	13	6,5	3	2,3	16	4,8	الإعلام والمرأة
	11	5,5	10	7,8	21	6,4	الإعلام السينمائية الروائية
	-	-	2	1,5	2	0,6	إدارة المؤسسات الإعلامية
	11	5,5	15	11,6	26	7,9	الإعلام العربي
	9	4,5	11	8,5	20	6,1	الدراما التلفزيونية
	9	4,5	11	8,5	20	6,1	الإعلام الجديد
	6	2,9	7	5,4	13	3,9	الإعلام الدولي
	5	2,5	2	1,5	7	2,1	القائم بالاتصال والأداء المهني
	5	2,5	5	3,9	10	3	التسويق والإعلان
	4	2	-	-	4	1,2	الأفلام التسجيلية والوثائقية
	4	2	-	-	4	1,2	الإعلام والسياسة الخارجية المصرية
	3	1,5	-	-	3	0,9	تشريعات الإعلام وأخلاقياته
	3	1,5	4	3,1	7	2,1	استخدامات وسائل الإعلام
	2	1	4	3,1	6	1,8	الإعلام والأزمات
	6	3	5	3,9	11	3,3	أخرى
الإجمالي	201	%100	129 ^(*)	%100	330	%100	

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، و17,8% 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

(*) بعض البحوث جمعت بين أكثر من مجال.

الدعاية السياسية، ثقافة الحوار ، التسويق للبرامج السياسية للأحزاب.

- 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 المهني	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 في 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، وهما 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
12,2	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	التلقي – 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 الاجتماعى
1,2	4	-	1	3	مدخل تحليل الخطاب
1	3	1	-	2	مدخل التسويق السياسى
1	3	-	1 ^(*)	2	نظرية تمثيل المعلومات

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

إجمالي		علاقات عامة وإعلان	إذاعة وتليفزيون	صحافة	الأطر النظرية
%	ك	ك	ك	ك	
1	3	1(**)	2	-	نظرية التسويق الاجتماعي
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، وهى:
 - 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 في دراسته، غير أنه في حقيقة الأمر قد يكتفى بذلك، ولا يظهر في دراسته استناده للأفروض أو الفرضيات الخاصة بهذا الإطار أو المدخل النظرى في 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 في القسمين الآخرين، كما يظهر فيما يلي:

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

 - 1- مدخل يورجين هابر ماس في تفسير الفضاء العام الديمقراطي.
 - 2- مدخل تحليل الشبكات الاجتماعية.

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

- 3- نظرية المنافسة السوقية.
 - 4- نظرية البناء المعرفي.
 - 5- مدخل الأطر المصورة.
 - 6- نظرية الاغتراب السياسى.
 - 7- نظرية تدفق الأخبار الدولية.
 - 8- نظرية ثقافة غرف الأخبار.
 - 9- نموذج الاتصال الأسرى.
 - 10- نظرية الحضور الاجتماعى.
 - 11- نظرية تطور وسائل الإعلام.
 - 12- النموذج التطورى أو مدخل التطور (تكراران).
 - 13- نظرية الإعلام الجديد.
 - 14- المدخل النقدى أو النظرية النقدية (تكراران).
 - 15- نموذج تولمن للحجج.
 - 16- نظرية التفسير الخلاق.
 - 17- أسلوب المنظور المستقبلى.
 - 18- مدخل دورية الخدمة الإعلامية.
 - 19- نظرية التماس المعلومات.
 - 20- التحدى / الاستجابة.
 - 21- التحليل السيميولوجى.
 - 22- الأطر البصرية.
 - 23- نظرية السلطة.
 - 24- 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 لابرار تأثير عدد من المتغيرات على التخطيط البرامجي.
 - 8- نظرية دافعية الاستنتاج السياسي.
 - 9- نظرية الذكاء الوجداني.
 - 10- نموذج كيم وروبين للاستخدامات والتأثيرات (تكرار ان).
 - 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- نموذج اف. دى. اى 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 العامة (تكرار ان).
- 3- نموذج تقبل أو تفضيل التكنولوجيا (تكرار ان).
- 4- نموذج المعتقد الصحي.
- 5- نموذج السلوك المخطط.
- 6- المدخل السوسبيولوجي.

- 7- نموذج عملية الاتصالات التسويقية.
- 8- نظرية التغير 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 وسائل 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 في 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 والوعى - المسؤولية - التحول).
- 37- نظرية السلوك المخطط.
- 38- النموذج المعدل لقيمة المنتج عبر الوسيلة الإعلانية.
- 39- مفهوم الارتباط الوظيفى.
- 40- النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.
- رابعاً: المناهج البحثية التى تم الاعتماد عليها:-**

كان المنهج السائد فى معظم رسائل الماجستير والدكتوراة بالأقسام العلمية الثلاثة هو منهج المسح كما يظهر من الجدول التالى:-

1- رسائل الماجستير فى الأقسام الثلاثة:

جدول رقم (8)
المناهج التى اعتمدت عليها رسائل الماجستير

القسم العلمى		صحافة		إذاعة وتليفزيون		علاقات عامة وإعلان		إجمالى	
المنهج		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
المسح		131	70,9	194	91,9	92	88,4	417	83,5
المقارن (أسلوب المقارنة المنهجية)		45	24,4	10	4,7	2	1,9	57	11,5
دراسة مستقبلية وبناء السيناريوهات		3	1,6	-	-	-	-	3	0,6
التجريبى		2	1,1	1	0,5	1	1	4	0,8
الوصفى (التحليلى)		1	0,5	3	6,3	1	1	5	1
التاريخى (تحليلى وتفسيرى)		1	0,5	-	-	-	-	1	0,2
دراسة الحالة		1	0,5	2	0,9	7	6,7	10	2
وصفى تطورى		-	-	-	-	-	-	-	-
البنىوى		-	-	-	-	-	-	-	-
شبه تجريبى		-	-	1	0,5	-	-	1	0,2
منهج البحوث الكيفية		-	-	-	-	-	-	-	-
مقاييس الدراسة الكمية		-	-	-	-	-	-	-	-
المنهج الكيفى		-	-	-	-	-	-	-	-
تحليل الخطاب		-	-	-	-	1	1	1	0,2
إجمالى		185	100	211	100	104	100	500	100

2- رسائل الدكتوراة فى الأقسام الثلاثة:

جدول رقم (9)

المناهج التى اعتمدت عليها رسائل الدكتوراة

القسم العلمى المنهج		صحافة		إذاعة وتليفزيون		علاقات عامة وإعلان		إجمالى	
		%	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 التاريخى.
- 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، وأسماء 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 وتلفزيون		علاقات عامة وإعلان		إجمالي	
أدوات جمع البيانات		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
صحيفة استبيان		59	28,1	159	53,5	71	51,2	289	44,9
تحليل المضمون		42	20	94	31,6	25	18	161	25
تحليل كفي		26	12,4	13	4,5	15	10,8	54	8,4
تحليل الخطاب		25	11,9	5	1,8	4	2,9	34	5,4
المقابلة المتعمقة المقننة		24	11,4	9	3,1	14	10,1	47	7,4
استمارة تحليل الشكل		6	2,8	-	-	-	-	6	0,9
تحليل القوى الفاعلة		7	3,3	-	-	-	-	7	1,2
مقابلة غير مقننة		4	1,9	4	1,3	2	1,4	10	1,6
مجموعات تجريبية		3	1,4	-	-	1	0,7	4	0,6
التحليل السيميولوجي		3	1,4	-	-	-	-	3	0,5
أسلوب ديلفي		2	0,8	-	-	-	-	2	0,3
استبيان أليكتروني		2	0,8	1	0,3	2	1,4	5	0,8
مقابلة غير مقننة		2	0,8	-	-	2	1,4	4	0,6
التحليل البنائي		-	-	1	0,3	-	-	1	0,1
الملاحظة بالمشاهدة والملاحظة		1	0,6	1	0,3	1	0,7	3	0,5
التحليل الثانوي على مستويين		-	-	1	0,3	-	-	1	0,1
مجموعات شبه تجريبية		-	-	1	0,3	-	-	1	0,1
أداة التحليل الدلالي		-	-	1	0,3	-	-	1	0,1
أختبار الاتجاهات المضطربة		-	-	1	0,3	-	-	1	0,1
اختبارى الدوائر والخطوط		-	-	1	0,3	-	-	1	0,1
اختبار رسم الرجل		-	-	1	0,3	-	-	1	0,1
مجموعات النقاش المركزة والبورية		-	-	1	0,3	1	0,7	2	0,3
استبيان مترجم		-	-	1	0,3	-	-	1	0,1
مقباسى الإدراك لمحتوى الإنترنت		-	-	1	0,3	-	-	1	0,1

إجمالي		علاقات عامة وإعلان		إذاعة وتلفزيون		صحافة		القسم العلمي
								أدوات جمع البيانات
0,1	1	-	-	0,3	1	-	-	مقياس الإنطواء
0,1	1	-	-	0,3	1	-	-	تحليل الإطار
0,1	1	0,7	1	-	-	-	-	دليل دراسة الحالة
0,1	1	-	-	-	-	0,6	1	أسلوب التحليل الموروفولوجي
0,1	1	-	-	-	-	0,6	1	تصميم مقياس
0,1	1	-	-	-	-	0,6	1	أدوات المنهج التاريخي
0,1	1	-	-	-	-	0,6	1	مقياس جودة الخدمة الإعلامية
100	647	100	139	100	298	100	210	إجمالي

ثانيا: رسائل الدكتوراة في الأقسام الثلاثة:-

جدول رقم (11)

أدوات جمع البيانات المستخدمة في رسائل الدكتوراة

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

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 السيميولوجي، أسلوب ديلفي، أسلوب التحليل المورفولوجي، أدوات المنهج التاريخي، مقياس جودة الخدمة الإعلامية، أداة التحليل الوثائقي، التحليل الأسلوبى، الملاحظة الحقلية داخل غرف الأخبار.

- وانفرد الباحثون فى قسم الإذاعة والتلفزيون باستخدام بعض الأدوات التى لم يستخدمها الباحثون فى القسمين الآخرين، وهى: مجموعات شبه تجريبية، أخبار الاتجاهات المضطربة، مقياس الإدراك لمحتوى الإنترنت، تحليل الإطار، مقياس الإنطواء.
- واستخدم الباحثون فى 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 التى تستخدم فى بعض العلوم الاجتماعية أخرى مثل اختبارى الدوائر والخطوط، اختبار رسم الرجل، تحليل المهام، مقياس علمى 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 التلفزيونية هي أكثر العينات المستخدمة في قسم الإذاعة والتلفزيون:-

والجدول التالي يوضح ذلك:-

جدول رقم (12)

العينات التي طبقت عليها رسائل الماجستير والدكتوراة في الأقسام العلمية الثلاثة

القسم العلمي		صحافة		إذاعة وتلفزيون		علاقات عامة وإعلان		إجمالي	
العينات		%		ك		%		ك	
الصحف		31,5	114	3	0,6	23	8,2	140	11,3
القائم بالاتصال		14,4	52	31	5,4	24	8,5	107	8,7
المواقع الإلكترونية ووسائط التواصل الاجتماعي		19,7	71	55	9,5	37	13	163	13,2
الجمهور العام		12,2	44	109	18,8	51	(18)	204	(16,6)
الشباب		8	29	70	12,1	15	5,3	114	9,3
النخبة أو الصفوة		2,2	8	20	3,4	17	6	45	3,7
قنوات تلفزيونية		0,3	1	130	(22,4)	5	1,7	136	11,1
أفلام سينمائية		0,3	1	42	7,3	-	-	43	3,5
مسلسلات تلفزيونية		-	-	30	5,3	-	-	30	2,4
مؤسسات وشركات ومنظمات وبنوك ووزارات		0,3	1	-	-	51	(18)	52	4,2
إعلانات		1	4	10	1,7	6	2,1	20	1,6
خبراء		2,8	10	7	1,2	1	0,4	18	1,5
مؤسسات صحفية وإعلامية		1,4	5	1	0,2	-	-	6	0,5
وكالات الأنباء		0,8	3	-	-	-	-	3	0,3
حملات إعلامية وحملات تسويق اجتماعي		0,3	1	2	0,5	5	1,7	8	0,6
تشريعات		0,5	2	-	-	-	-	2	0,2
آباء وأمهات		0,3	1	8	1,5	-	-	9	0,7
ذوى الاحتياجات الخاصة		0,5	2	6	1	-	-	8	0,6
مراقبون		0,3	1	9	1,6	-	-	10	0,8
طلاب		0,3	1	-	-	3	1	4	0,4

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

ويلاحظ من الجدول السابق ما يلي:-

- هناك عدة عينات استخدمها الباحثون في كل الأقسام العلمية وهي الجمهور العام، المواقع الإلكترونية 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 التى 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 مقارن 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 الماجستير
(قسم الإذاعة والتلفزيون)

نهال عمر الفاروق بدوى

الخطاب الدينى كما تعكسه البرامج الدينية الموجهة باللغة الإنجليزية فى القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2009.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على الخصائص التى تميز الخطاب الدينى المقدم من خلال البرامج الدينية الموجهة باللغة الإنجليزية فى القنوات الفضائية العربية، بهدف التعرف على كيفية تقديمه لصورة الإسلام ومدى ملائمته مع الجمهور الأجنبى الذى يتوجه إليه، وذلك من خلال إجراء دراسته تحليلية للمحتوى والخطاب المقدم فى عينة (تم اختيارها بأسلوب الشهر الصناعى) من برامج قنوات الهدى والإسلام والفضائية السعودية الثانية والشارقة الفضائية (الشارقة 2) خلال الفترة من 2007/6/1 حتى 2007/8/31 باستخدام أداة تحليل المضمون وأداة تحليل الخطاب.

أهم نتائج الدراسة :

- 1- غلب على البرامج الدينية الموجهة باللغة الإنجليزية فى القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة عدم الانتظام فى دورية إذاعة البرامج، حيث بلغت نسبة البرامج غير الدورية (41.1%).
- 2- توجه الخطاب الدينى محل الدراسة بصفة أساسية إلى الجمهور العام (88.8%) فى حين إنخفضت نسبة البرامج الموجهة لفئات الجمهور النوعية (الشباب، المرأة، الأطفال).
- 3- تم تسجيل النسبة الأكبر من البرامج الدينية عينة الدراسة تسجيلاً داخلياً (67.3%)، فى حين انخفضت نسبة البرامج المسجلة تسجيلاً خارجياً (29.4%).
- 4- افتقدت النسبة الأكبر من البرامج الدينية

عينة الدراسة إلى إمكانية تواصل الجمهور معها، حيث بلغت نسبة البرامج التى تتيح إمكانية تواصل الجمهور مع البرنامج (23.2%) فقط.

5- جاء الإعلان عن رقم هاتف البرنامج فى مقدمة أساليب التواصل المتاحة فى البرامج (55.4%) يليه الإعلان عن البريد الإلكتروني للبرنامج.

إعتمد الخطاب محل الدراسة على الدلائل بصفة أساسية فى برهنته على الأطر التى استند إليها فى معالجة القضايا (84.7%).

ارتفعت نسبة إستناد الخطاب للمرجعية الدينية بنسبة (50.9%) وكانت غالبيتها للمرجعيات الإسلامية ويلي ذلك الأطر المرجعية الاجتماعية ثم العلمية.

اعتمد الخطاب على الترتيب المتوازى بصفة أساسية فى تقديمه للبراهين الواردة به وذلك بنسبة (51.4%).

أسماء سمير إبراهيم

الموضوعات والقضايا التى تعالجها برامج المرأة فى القنوات الفضائية العربية: دراسة مسحية مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2009.

تسعى الدراسة الى التعرف على الموضوعات والقضايا التى تعالجها برامج المرأة فى القنوات الفضائية العربية، وطريقة التقديم، ومعرفة علاقة المرأة العربية ببرامجها فى الفضائيات العربية، ومدى اعتمادها عليها فى الحصول على المعلومات والتسلية. طبقت الدراسة على عينتين:- عينة تحليل المضمون: وتتمثل فى برامج المرأة المقدمة فى اربعة قنوات فضائية اقتصرت على القنوات الفضائية

الحكومية وهي: القناة الفضائية الليبية وتمثل منطقة المغرب العربي، قناة تلفزيون سلطنة عمان وتمثل منطقة الخليج العربي، قناة الأردن الفضائية وتمثل منطقة المشرق العربي، القناة الفضائية المصرية الأولى وتمثل منطقة وادي النيل.

عينة الدراسة الميدانية: وتتمثل في عينة عمدية قوامها 200 مفردة من النساء العربيات في مصر اللاتي تزيد اعمارهن عن 18 سنة ويمتلكن ديكودر استقبال القنوات الفضائية العربية وتشاهدن برامج المرأة المقدمة فيها.

اشارت اهم نتائج الدراسة التحليلية الي :-
ان برامج المرأة تهتم بالقضايا الاجتماعية الخاصة بالمرأة بنسبة 36.1%، القضايا الصحية بنسبة 21.3%، القضايا الاجتماعية العامة بنسبة 16%، الإكسسوارات والمكياج بنسبة 12.7%، القضايا الثقافية بنسبة 11.2%، القضايا السياسية بنسبة 3.6%، القضايا القانونية بنسبة 3.6%، القضايا الاقتصادية بنسبة 1.5%، القضايا الدينية بنسبة 0.6%.

كما وجدت أن 72% من البرامج لا يشارك فيها الجمهور، وان معظم مشاركات الجمهور تكون بالتليفون بنسبة 49.2%، التقارير المسجلة بنسبة 26.8%، الحضور في الاستديو 15%، ووجدت الدراسة ان مشاركة الإناث اعلي من مشاركة الذكور بنسبة 58.5%، وكانت نسبة الضيوف الإناث 52.2% اعلي من الذكور 47.4%.

تستضيف معظم البرامج اطباء بنسبة 14.5%، خبراء تجميل بنسبة 9.8%، والذين يعملون في اعمال اجتماعية بنسبة 10.4% بينما يقل استضافة الخبراء الإقتصاديين بنسبة 1.2%، السياسيين بنسبة 2.1%، سيدات الأعمال بنسبة 0.9%، كما ان معظم الضيوف يرتبطون ارتباطاً مباشراً بالموضوعات التي

يناقشونها بنسبة 12.4%.

اشارت اهم نتائج الدراسة الميدانية الي :-
أهم البرامج التي تفضل المبحوثات عينة الدراسة مشاهدتها القنوات الفضائية العربية هي: برامج المرأة (55.5%)، برامج دينية (54.5%)، برامج اجتماعية (45%)، برامج ثقافية (14.5%)، برامج الأغاني والمنوعات (39.5%)، برامج إخبارية (37.5%)، برامج سياسية (34.5%)، برامج الشباب (21.5%).

164/2

مروة فؤاد عبد الفتاح الشريف

استخدامات المسنين لإذاعة الكبار المتخصصة والإشباعات المتحققة منها: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2009.

تتناول الدراسة استخدامات المسنين لإذاعة الكبار المتخصصة والإشباعات المتحققة منها لمعرفة ماذا يريد كبار السن من إذاعة الكبار، وما هي السلبيات والإيجابيات التي يجدونها عند استماعهم لها، كما تهدف الدراسة إلى التعرف على أهم مشكلات المسنين و قضاياهم، وإطلاع القائمين بالاتصال في إذاعة الكبار عليها. وأجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها 400 مبحوث من المسنين البالغين 60 عاماً فأكثر من محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية.

اشارت اهم نتائج الدراسة إلى:

-رأى نصف مفردات العينة أن إرسال إذاعة الكبار واضح بدرجة متوسطة ورأت 178 مفردة أنه واضح بدرجة كبيرة و22 مفردة فقط رأت أنه غير واضح، وكان أغلب مفردات العينة من حديثي الاستماع لإذاعة الكبار ولم يثبت وجود أي فروق احصائية بين النوع ومدة الاستماع لإذاعة الكبار .

- أكبر مدة يستمع لها كبار السن للإذاعة لمدة ساعة أو ساعتين فقط في اليوم وكانت أكثر الأيام التي يزداد فيها الاستماع يوم الجمعة والسبت ثم الاثنين .

-واهم أسباب زيادة الاستماع للإذاعة الكبار في هذه الأيام لوجود فترات خاصة يحبها المسنون فيها وتناسبها مع عادات استماعهم وعدم وجود وقت اخر لديهم للاستماع .

- أكثر المضامين التي يستمع لها المسنون في اذاعة الكبار هي البرامج الدينية يليها البرامج الصحية ثم برامج المنوعات ووجدت فروق دالة احصائياً لصالح الإناث عن الذكور بالنسبة للاستماع للبرامج الصحية.

167/2

دعاء أحمد محمد البنا

معالجة مفهوم الوطنية في الدراما السياسية في التلفزيون المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2009.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على كيفية معالجة الأعمال الدرامية السياسية المعروضة في التلفزيون المصري لمفهوم الوطنية، بالتطبيق على الأعمال الدرامية السياسية المأخوذة عن ملف المخابرات العامة المصرية، والتعرف على أبعاد معالجة مفهوم الوطنية ، وذلك من خلال إجراء دراسة تحليلية للمحتوى والخطاب المقدم للأفلام السياسية المأخوذة عن ملف المخابرات العامة المصرية المعروضة في التلفزيون المصري، والعينة المتاحة من المسلسلات التلفزيونية السياسية المأخوذة عن ملف المخابرات العامة المصرية التي عرضت في التلفزيون المصري باستخدام أداة تحليل المضمون وأداة تحليل الخطاب وأداة التحليل الدلالي.

-ركزت عناوين الأعمال الدرامية للأفلام

الثلاثة محل الدراسة بصفة عامة على الأنا المصرية الخائنة (الصعود إلى الهاوية/ إعدام ميت/ بئر الخيانة) وهو ما يتوافق مع تقديم تلك الأفلام لقصص شخصيات خائنة، كما يتوافق ذلك مع تركيز الخطاب الدرامي للأفلام على أطروحة الخيانة لإبراز الأطروحات المؤيدة لمفهوم الوطنية من خلالها.

-جاءت القضايا المصرية في صدارة القضايا التي تناولها الخطاب الدرامي للأفلام، وذلك بنسبة 99,6%، في حين تناول القضايا العربية بنسبة 4%، مما يشير إلى تركيز الخطاب الدرامي للأفلام على القضايا المصرية وإبرازها عن القضايا العربية، توافقاً مع تركيز الخطاب الدرامي على معالجة أطروحات مفهوم الوطنية من خلال هذه القضايا، واقتصار تناول القضايا العربية على قضية الصراع العربي الإسرائيلي (بتكرار واحد فقط) بالخطاب الدرامي لفيلم الصعود إلى الهاوية، ولم يشر الخطاب الدرامي لفيلم "إعدام ميت"، و"بئر الخيانة" إلى القضايا العربية.

وتناول الخطاب الدرامي لمسلسل "دموع في عيون وقحة" القضايا المصرية بنسبة أعلى من الخطابات الدرامية للمسلسلات الأخرى حيث بلغت نسبتها 97.8%، في حين تناول الخطاب الدرامي لمسلسل السقوط في بئر سبع القضايا العربية بنسبة أعلى من الخطابات الدرامية الأخرى بنسبة 3,7% ، وتناول الخطاب الدرامي لمسلسل العميل 1001 القضايا الدولية بنسبة أعلى من الخطابات الدرامية الأخرى حيث بلغت نسبتها 4%، مما يؤكد ويبرز اختلاف إيديولوجية الخطاب الدرامي وفقاً لمنتج الخطاب، واختلاف اتجاه كل خطاب درامي في تحديد القضايا التي عولجت من خلالها أطروحات مفهوم الوطنية وكذلك وفقاً لاختلاف موضوع الخطاب الدرامي

والأحداث التي يتناولها.

وتصدرت قضية الجاسوسية القضايا المصرية بنسبة 76,9%، فقضية الصراع المصري الإسرائيلي بنسبة 14,4%، في حين بلغت نسبة قضية التنقيب عن البترول 8,7%، وعالج الخطاب الدرامي لمسلسل رافت الهجان قضية الجاسوسية بنسبة أعلى من الخطابات الدرامية لمسلسلات الأخرى حيث بلغت نسبة معالجة لقضية الجاسوسية 92%، وتناول الخطاب الدرامي لمسلسل السقوط في بئر سبع قضية الصراع المصري الإسرائيلي بنسبة أعلى من الخطابات الدرامية الأخرى حيث بلغت نسبة 30,5%،

168/2

عزة محمود زكي عبد الصمد نور الدين

صورة الأم في الأفلام والمسلسلات المصرية وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي لها، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2009.

تسعي هذه الدراسة إلى تحليل صورة الأم في الدراما المصرية والتعرف على ملامح هذه الصورة من الناحيتين الإيجابية والسلبية وخصائص هذه الصورة سعيًا لترشيد هذه الصورة بما يخدم صالح البناء الاجتماعي للأسرة والمجتمع، ولقد إنقسمت الرسالة إلى جزئين، الجزء الأول وهو: تحليل مضمون ٦٤ مادة تليفزيونية درامية تشمل المسلسلات والأفلام العربية السينمائية والتليفزيونية التي قدمت على شاشة القناة الأولى للتليفزيون المصري للتعرف على جوانب صورة الأم ولقد أظهرت معظم النتائج أن صورة الأم سلبية ونمطية، والجزء الثاني هو: تطبيق الإستمارة الميدانية على ٤٠٠ مفردة من مشاهدين الدراما التليفزيونية،

أهم نتائج الدراسة :

1- هي عدم إثبات صحة الفرض الأول بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة مشاهدة الدراما التليفزيونية وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي للأم كما تعكسه الدراما التليفزيونية .

2- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين المشاهدة النشطة وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي للأم ، كما تعكسه لدراما التليفزيونية .

٣- توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين دوافع المشاهدة النفعية وإدراك الواقع الاجتماعي للأم ، كما تعكسه الدراما التليفزيونية .

4- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين إدراك الجمهور لواقعية المضمون وإدراكهم للواقع الاجتماعي للأم، كما تعكسه الدراما التليفزيونية .

169/2

منى زهدى على مبارك

صورة الإعلامي في التليفزيون وتأثيرها على اتجاهات المراهقين: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2009.

استهدفت الدراسة الإجابة عن تساؤل هام هو: كيف يتناول التليفزيون المصري صورة الإعلامي وكيف أثر ذلك على اتجاهات المراهقين؟ ولقد إنقسمت الرسالة إلى جزئين، الجزء الأول وهو: تحليل مضمون ٥٢ مادة تليفزيونية درامية وبرامجية للتعرف على جوانب صورة الإعلامي ولقد أظهرت النتائج صورة الإعلامي إيجابية وغير نمطية. والجزء الثاني وهو: تطبيق الإستمارة الميدانية على ٤٠٠ مراهق من طلبة المرحلة الثانوية بمحافظة الدقهلية.

أهم نتائج الدراسة :

-هى تحقق الفرض الرئيسى بوجود علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة المراهقين واتجاههم الإيجابي نحو صورة ومهنة الإعلامى .

-وجود علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة المراهق واتجاهه الإيجابي نحو صورة الإعلامى - وجود علاقة ارتباطية بين الخبرة السابقة واتجاهه الإيجابي نحو صورة الإعلامى

-إيجابية صورة الاعلامى فى التلفزيون بشكل عام وعدم نمطيتها.

170/2

أمانى رضا عبد المقصود مصطفى

معالجة القضايا السياسية الداخلية فى المضمون الإخبارى بالقنوات الفضائية العربية الرسمية والمعارضة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2009.

تتناول الرسالة المقارنة بين الطريقة التي يتم من خلالها تناول القضايا السياسية الداخلية في كل من القنوات الفضائية العربية الرسمية التي تعتبر الفضائيات الرسمية التي تنطق باسم الدولة وتعبّر عن توجهات الحكومة، والقنوات الفضائية العربية المعارضة التي تتبع لأحزاب أو تنظيمات معارضة لأنظمة الحكم العربية، أو تتبع لإفراد منشقين عن الدولة، وقد تناولت الرسالة تحليل كمي وكيفي للمضمون الإخباري في 4 قنوات فضائية عربية هي: الفضائية السورية، شبكة الأخبار العربية ANN، الفضائية السعودية الأولى، قناة الإصلاح وبلغت عينة الدراسة فترة شهرين صناعيين تم اختيارهما على امتداد ستة أشهر في الفترة من 1-4-2008 وحتى 30-9-2008.

أهم نتائج الدراسة :

1- / أوضحت النتائج توجه القناة الحكومية

إلى تقديم الأخبار الإيجابية بنسبة أكبر من اهتمامها بالأخبار السلبية وخاصة فيما يتعلق بالأخبار التي تتناول قضايا سياسية داخلية.

2- / تختلف أنواع الأطر المستخدمة في كل من القنوات الفضائية الحكومية والمعارضة حيث يظهر اهتمام القنوات الحكومية بتقديم الأخبار فيها ضمن إطار التعاون.

3- / تتناول الفضائيتان الحكوميتان في أغلب القضايا المقدمة في برامجها قضايا تؤيد سياسة الدولة بينما الفضائيتان المعارضتان لا تقدمان أي قضية تؤيد النظام السياسي الحاكم.

4- / اختلفت أطر التناول والمعالجة لكل قضية من القضايا السياسية الداخلية في كل من القناة الفضائية الحكومية والمعارضة من حيث الأطر الرئيسية " الأفكار الرئيسية" والأطر الفرعية.

171/2

علا عبد القوي عامر محمد

صورة الفتاة المصرية في المسلسلات التلفزيونية وعلاقتها بواقعها الإجتماعي : رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2009.

تتحدد مشكلة الدراسة فى توصيف إلى أى حد تساهم "المسلسلات التلفزيونية" فى معالجة قضايا الفتاة المصرية وذلك من خلال تحليل مضمون صورة الفتاة المصرية كما تعكسها المسلسلات التلفزيونية لإستكشاف صورتها الإعلامية التى تعكسها المسلسلات التلفزيونية ومدى مطابقتها مع الواقع الإجتماعى المعيش للفتاة المصرية. وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفى والتحليلي وتم اختيار العينة الزمنية لمسح المضمون على قناتى "النيل للدراما بانوراما الدراما" خلال الفترة الزمنية خلال الفترة من 1 / 7 / 2008 حتى

9/30/ 2008 بواقع ثلاثة شهور بأسلوب المسح الشامل للمسلسلات على القناتين وبلغ عدد المسلسلات ثلاثة عشر مسلسل، وفيما يتعلق بعينة مسح الجمهور تم تطبيق الدراسة على 400 مبحوثاً من الجنسين من عمر 15-30 عاماً من سكان مدينة القاهرة و أحيائها المختلفة

أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة

- جاءت فئة "مشكلات عاطفية" في الترتيب الأول للمشكلات التي تعرضت لها الفتاة في المسلسلات بنسبة 36.6% يليها في الترتيب الثاني " التفكك الأسري" والذي جاء بنسبة 19.5% وهي نسب أقل بكثير من مشكلة " الاغتصاب" بنسبة 4.9% و"تأخر سن الزواج" بنسبة 2.4% وتلك النسب تتعارض مع النسب التي أظهرتها نتائج دراسة مسح الجمهور والتي أظهرت مشكلة " تأخر سن الزواج" و "الاغتصاب" في الترتيب الأول للمشكلات التي تتعرض لها الفتاة في الواقع الإجتماعي وذلك بنسبة 27.8% "لتأخر سن الزواج" و 15.2% " للاغتصاب".

-لم تظهر مشكلة زواج الفتاة من العرب و الأجانب في عينة الدراسة التحليلية

-ومن أهم النتائج التي أظهرتها نتائج الدراسة التحليلية هو الشكل الذي ظهرت بها الفتاة في المسلسلات التلفزيونية حيث جاءت الفتاة "غير المحببة" بنسبة أكثر بكثير من الفتاة "المحببة" و ذلك بنسبة 95.7% للفتاة " المحببة" مقابل 4.3% للفتاة المحببة"، مما يشير إلى ضرورة الاهتمام بفئة الفتاة " المحببة" في المراحل العمرية المختلفة.

- جاءت نسبة مشاهدة المبحوثين للمسلسل العربي المذاع على قناتي "النيل للدراما" و"بانوراما الدراما" في الترتيب الأول "أحياناً" بنسبة 82% بينما جاءت " دائماً"

في الترتيب الثاني بنسبة أقل 18%.

-ومن أهم النتائج التي أظهرتها الدراسة المسحية رأى الفرد في الصورة التي تقدم بها الفتاة المصرية في المسلسلات التلفزيونية حيث جاءت الصورة " محايدة" في الترتيب الأول بنسبة 50% بينما جاءت الصورة " سلبية" في الترتيب الثاني بنسبة 38,8% وفي الترتيب الثالث " إيجابية" بنسبة 11.3% وتشير تلك النسب أن صورة الفتاة جاءت صورة " سلبية" بنسبة أكبر من "إيجابية"

172/2

هبة عاطف لبيب مراد الجابري

دور برامج الأطفال في قنوات الأطفال العربية المتخصصة في تنمية قدرة الطفل المصري على التخيل، رسالة ماجستير من قسم الإذاعة، 2009

تهدف الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين تعرض الطفل لبرامج التلفزيون عامة وبرامج قنوات الأطفال العربية المتخصصة خاصة وقدرته على التخيل ، كما تناولت الدراسة العلاقة بين نوع البرامج التي يشاهدها الطفل على قنوات الأطفال المتخصصة ودرجة تخيله، إضافة إلى قياس عدد من المتغيرات الوسيطة التي قد تؤثر في تلك العلاقة مثل: درجة ذكاء الطفل، أسلوب توجيه الوالدين للأبناء أثناء مشاهدتهم لقنوات الأطفال، العوامل الديموجرافية المختلفة كالمستوى الاجتماعي/ الاقتصادي والسن والنوع. استخدمت الدراسة منهج المسح باستخدام أسلوب المسح بالعينة التي بلغ قوامها 425 مفردة من الأطفال في المرحلة العمرية من 6 إلى 10 سنوات ، وتم أخذ العينة من مدارس بمحافظة القاهرة من الصفوف الأول والثاني والثالث الابتدائي بمدارس

حكومية، تجريبية، ولغات خاصة، واعتمدت الدراسة على استمارة المقابلة ، واختباري الدوائر والخطوط بمقياس توارنس لتحديد درجة التخيل ، واختبار رسم الرجل لتحديد مستوى ذكاء الطفل.

أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة:

-أنه كلما زاد معدل تعرض الطفل لقنوات الأطفال العربية المتخصصة قلت قدرته على التخيل بعنصريها الطلاقة والمرونة ، في حين لم تكن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض مفردات العينة لبرامج التلفزيون عامة وقدرتهم على التخيل بعنصريها الطلاقة والمرونة.

- وجود علاقة ارتباطية سلبية بين كثافة تعرض الطفل لبرامج قنوات الأطفال العربية المتخصصة وقدرته على التخيل ، بل وثبتت هذه العلاقة الارتباطية السلبية أيضاً بين كثافة التعرض ودرجات المرونة والطلاقة في اختبار تورانس، فلم تكن الدرجة الكلية للتخيل فقط ذات علاقة سلبية ولكن عناصر التخيل "المرونة والتخيل " محل الدراسة هنا ارتبطوا سلباً أيضاً مع كثافة تعرض الأطفال لتلك القنوات ، وتجدر الإشارة هنا إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض الطفل للتلفزيون عامة وقدرته على التخيل

176/2

مروة اسماعيل حسين

توظيف الإنتاج التسجيلي في التلفزيون:
دراسة تجريبية على قناة النيل الإخبارية،
رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2009.

سعت هذه الدراسة إلى الوصول إلى كيفية توظيف الإنتاج التسجيلي داخل قناة النيل للأخبار من حيث حجم ما يتم إنتاجه من أفلام وبرامج وفقرات تسجيلية ونوعية الموضوعات التي يتم تناولها ومدى التنوع في هذه الموضوعات وفيما تسعى إليه من

أهداف ومدى التنوع في المناطق الجغرافية التي تغطيها وفقاً لجمهورها المستهدف ووفقاً لأهداف القناة كأول قناة إخبارية متخصصة ، كما سعت إلى الوصول إلى كيفية توظيف الإنتاج التسجيلي على شاشة قناة النيل للأخبار وفقاً للسياسة الإعلامية للقناة ومدى إدراك القائم بالاتصال إلى أهمية العمل التسجيلي في ظل ظروف العولمة وتكنولوجيا الاتصال التي تفرض على القناة منافسة قوية مع الفضائيات الإخبارية الأخرى التي تختلف معها سواء في تكاليف الإنتاج المخصصة للأعمال التسجيلية أو في مساحة الحرية المسموح بها عند طرح وتناول القضايا . واستخدمت الباحثة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي حيث استخدمت تحليل المضمون على عينة من الأعمال التسجيلية بلغت ٢٢٠ عملاً تسجيلياً خلال دورة برامجية استمرت لمدة ثلاثة أشهر منذ الأول من أبريل ٢٠٠٨ وحتى نهاية يونيو ٢٠٠٨ وفي إطار الدراسة المسحية ، استخدمت الباحثة صحيفة الإستقصاء بأسلوب الحصر الشامل لجميع المخرجين والمعدنين وكتّبي السيناريو والمسؤولين بقناة النيل للأخبار والذين بلغ عددهم ٩٤ مبحوث .

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

- امتلاك قناة النيل للأخبار رصيد ليس قليل من الأعمال التسجيلية بشكل عام وخاصة من الأفلام التسجيلية وذلك على الرغم من عدم توافر الميزانيات الكافية للقناة التي تخضع في تمويلها لاتحاد الإذاعة والتلفزيون .

- وعلى الجانب الآخر أشارت النتائج إلى تراجع إنتاج القناة من الأعمال التسجيلية بشكل عام في السنوات الأخيرة وعبر أغلبية المبحوثين بنسبة (٧٦,٤ %) أن السبب الأول وراء رفض القناة تنفيذ أعمال جديدة للإنتاج التسجيلي يعود إلى عدم اهتمام

المسؤولين بإنتاج هذه النوعية من الاعمال وهو ما يؤدي الى ضعف حجم الانتاج .

- احتلت الاعمال التسجيلية التي تتناول م
وضوعات وقضايا مصرية النسبة الاكبر
من الاعمال التسجيلية على شاشة قناة النيل
للاخبار بنسبة (٤٥,٩ %) وهي نتيجة اكدتها
دراسات سابقة مما يشير الى اغراق القناة
في المحلية و أكد جميع المبحوثين بنسبة
١٠٠ % أن قناة النيل للاخبار لا تعتمد على
استطلاعات الرأي أو بحوث المستمعين عند
تحديد جمهورها المستهدف .

- احتلت القضية الفلسطينية المرتبة الاولى
بين الاعمال التسجيلية السياسية التي تذيعها
قناة النيل للاخبار بنسبة (٣٧,٨ %) مما يدل
على اهتمام القائم بالاتصال فى القناة بهذه
القضية التي تؤثر على الامن القومى
المصرى وعلى المنطقة العربية ككل.

- عبر المبحوثون عن وجود نسبة كبيرة من
الكوادر البشرية ذات الكفاءة العالية داخل
قناة النيل للاخبار واعتبروا ذلك السبب
الاول الذى يمكنها من المنافسة مع القنوات
الأخرى سواء الحكومية أو الخاص

173/2

ريهام فرغلي محمود حسنين

صورة ذوى الإحتياجات الخاصة في الأفلام
السينمائية التي يقدمها التلفزيون المصرى
وأثرها على إدراك الجمهور للواقع
الإجتماعي لهم ، رسالة ماجستير، قسم
الإذاعة، 2010.

تحددت مشكلة الدراسة في التعرف
على صورة ذوى الإحتياجات الخاصة فى
الأفلام السينمائية العربية التي يقدمها
التلفزيون المصرى ، وعلاقتها بإدراك
الجمهور العام من الاسوياء للواقع
الإجتماعي لهم ، تم ذلك من خلال مسح

عينة من الأفلام السينمائية العربية التي
تضمنت شخصيات درامية ذات إعاقة
جسدية وسمعية وبصرية وذهنية من الذكور
والإناث وتحليل تلك الشخصيات تحليلاً كمياً
وكيفياً ونفسياً وذلك لمدة سنة كاملة بدأت من
2005/6/1 وانتهت 2006/5/31 وتم من
خلالها تحليل مضمون 49 فيلماً سينمائياً ،
مسح لعينة من مشاهدى الأفلام السينمائية
العربية المقدمة في التلفزيون المصرى في
محافظة القاهرة والجيزة قوامها 400
مفردة.

من أهم النتائج:

- احتلت الإعاقة الحركية المرتبة الأولى
من إجمالى أنواع الإعاقات التي أظهرتها
الأفلام عينة الدراسة التحليلية ، ارتفاع نسبة
عدم وضوح سبب الإعاقة فى الأفلام
ووجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الإعاقة
التي أظهرتها الأفلام والأسباب المؤدية
لحدوث الإعاقة فتم تقديم الاعاقات فى قوالب
نمطية محددة .

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين
المشاهدة النشطة للأفلام العربية التي
تعرض قضايا ذوى الإحتياجات الخاصة
وإدراك واقعية المضمون بما يشابه الواقع
الدرامى أمر يثبت أهمية الفيلم السينمائى
وقدرته التأثيرية.

174/2

سارة نصر محمد عبد الباقي

معالجة القضايا المصرية في البرامج
السياسية بالقنوات العربية وعلاقتها
باتجاهات الجمهور نحو الحكومة ، رسالة
ماجستير، قسم الإذاعة، 2010.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية
عرض ومعالجة القضايا المصرية في
البرامج السياسية بالقنوات العربية الحكومية

والاستثمارية، في حين جاء الاتجاه الإيجابي هو الأبرز نحو مؤسسات المجتمع المدني والمواطنون.

- أشارت النتائج فيما يخص كثافة مشاهدة البرامج السياسية، أنه جاء في المرتبة الأولى متابعة حوالى نصف عينة المبحوثين لبرنامج واحد، وتلاها في المرتبة الثانية متابعة برنامجين، وجاء في المرتبة الأخيرة متابعة أكثر من ثلاث برامج بـ 6.8%. وقد جاء في المرتبة الأولى من حيث نسبة المشاهدة، برنامج الحقيقة 53.8% وتلاه في المرتبة الثانية وبنسبة قريبة منه برنامج حالة حوار 50.8%، وجاء في المرتبة الثالثة برنامج قلم رصاص 48.5%، وفي المرتبة الأخيرة وبفارق كبير برنامج لقاء الأسبوع 22.8% وبذلك حصدت البرامج المصرية المراتب الأولى عن مثيلاتها غير المصرية.

- ارتفع بشكل عام مستوى الثقة في الحكومة حيث جاء المستوى المرتفع في المرتبة الأولى و بنسبة 42% من تقييم المبحوثين، وفي المرتبة الثانية ودرجة مقاربة 41.5% المستوى المتوسط، وجاء في المرتبة الأخيرة المستوى المنخفض بـ 16.5% وقد يعكس ذلك بشكل ما مدى وعي المواطن بأنه على الرغم من وجود كثير من السلبيات في مصر إلا أنه في ظل كثير من التوترات السياسية العربية والدولية لا تزال مصر تنعم بالاستقرار والسلام.

175/2

هبة حسين عبد الوهاب

مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2010.

هدفت الدراسة إلى معرفة مستويات مصداقية القنوات الإخبارية الفضائية (عربية - أجنبية) من وجهة نظر عينة من

والخاصة وأهم الأطر المستخدمة في عرض وإبراز تلك القضايا، ومن ثم تأثير تعرض الجمهور لتلك البرامج على اتجاهاته السياسية سواء سلباً أو إيجاباً وخاصة في مجال الثقة في الحكومة. وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بالتحليل الكمي بجانب التحليل الكيفي لدراسة أبعاد الظاهرة موضوع الدراسة وذلك في إطار منهج المسح الذي تم استخدامه كالتالي: أ - عمل مسح للقضايا المصرية بالقنوات العربية (المصرية وغير المصرية) محل الدراسة وهي (الفضائية المصرية - دريم 2 - دى - الساعة). وقد اشتملت العينة التحليلية على (193) حدث وقضية مصرية داخلية وخارجية في البرامج الأربعة، وذلك بإجمالي عدد (50) حلقة في دورة برامجية كاملة في الفترة من 2008/1/1 إلى 2008/3/31. ب- تم إجراء تحليل كيفي للقضايا الست البارزة والتي ظهرت من خلال الدراسة الكمية ج- مسح عينة من أفراد الجمهور المصري المشاهد لتلك البرامج، وقد اقتصر عينة الدراسة الميدانية العمدية على 400 مفردة من مشاهدي البرامج السياسية، وتم اختيارهم بأسلوب العينة المتاحة من خلال استخدام استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.

من أهم النتائج :

- تتحدد أهم أنواع الأطر المستخدمة في معالجة تلك القضايا في إطار المسؤولية تلاه إطار الصراع ولوحظ أن كلاهما كان موجه بشكل ما نحو دور الحكومة في معالجة تلك القضايا، وجاء في المراتب التالية إطار الاهتمامات الإنسانية، وإطار النتائج الاقتصادية، في حين جاء في المرتبة الأخيرة الإطار الاستراتيجي والذي كان موجه بشكل ما نحو العلاقات المصرية الخارجية.

- أما بالنسبة لاتجاهات الأطر المستخدمة، لوحظ غلبة الإطار السلبي بشكل خاص نحو كل من الحكومة والجهات الحزبية والجهات الخاصة

قناة النيل (مصر الإخبارية) في المراتب الثلاثة الأولى من حيث تفضيلات المشاهدة لدى المبحوثين بين القنوات الإخبارية الفضائية المدروسة بشكل عام وكأول القنوات الإخبارية الفضائية العربية بشكل خاص؛ تلتهم في المرتبة الرابعة والخامسة قناة CNN ثم قناة BBC-World وكأول القنوات الإخبارية الفضائية الأجنبية تلتهم قناة BBC-العربية ثم قناة الحرة.

3. إنحصرت النسبة الأكبر من تقييمات المصدقية الخاصة بالقنوات الإخبارية العربية الثلاثة الأولى من بين من يشاهدون تلك القنوات في فئة (متوسطة) بينما جاء تقييمات المصدقية الخاصة بقناة CNN و BBC-World من بين من يشاهدون تلك القنوات متقاربة بين فئة (مرتفعة) و (متوسطة) ولم يصنف أحد ممن يشاهدان مصداقيتهما في فئة (منخفضة). وصنف كل من يشاهد قناة BBC-العربية مصداقيتها بأنها (مرتفعة) على الرغم من قصر مدة الفترة التي أطلقت فيها القناة - في مارس 2008.

الصفوة المصرية بلغت 155 مبحوثاً تم إختيارهم من الصفوة الأكاديمية والإعلامية والسياسية. وطبقت هذه الدراسة في إطار النموذج البنائي لمستويات المصدقية حيث يسمح هذا النموذج بدراسة المصدقية كونها متغير متعدد يحمل في طياته العديد من المتغيرات التي ترتبط بمكونات العملية الإتصالية وعناصرها المختلفة التي تتفاعل مع بعضها البعض لتنتقل تقييمات المصدقية الخاصة بكل مستوى إلى مصداقية المستوى الآخر، كما إعتمدت هذه الدراسة على المنهج المقارن حيث قامت الباحثة بمقارنة القنوات الإخبارية الفضائية العربية وبعضها البعض، وبينها وبين القنوات الإخبارية الفضائية الأجنبية والموجهة في ضوء متغيرات الدراسة، وهي معايير المصدقية المتوافرة في تلك القنوات إلى جانب عوامل الملكية والسياسات التحريرية لها وقيم تأثيرها في أحجام مشاهدة تلك القنوات وتقييمات المصدقية الخاصة بها والإعتماد عليها في الأزمات المختلفة. مصر الإخبارية، الجزيرة العربية، BBC-World ، BBC-العربية، ANB بلغت القنوات 17 قناة هي: الحرة، العالم، روسيا اليوم، ANN، فرنسا-24، دويتش فيلي، الإخبارية، ميدسات المغربية، و CNN،

177/2

سالي أحمد محمد جاد

أساليب الدعاية السياسية في القناة الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية: دراسة مسحية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2010.

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل الأساليب الدعائية السياسية التي تعتمد عليها القناة الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية ومعرفة أهم الأطروحات السياسية التي تم تقديمها لهذه القناة وأهم مسارات البرهنة التي استخدمتها في عدد من القضايا

من أهم النتائج

1. جاء على رأس أسباب تفضيل مشاهدة القنوات الإخبارية العربية أنها تهتم بشئون مصر والدول العربية، بينما جاء سبب (السرعة التي التي تغطي بها الأحداث) على رأس أسباب تفضيل مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الإخبارية الأجنبية، إشتراك أسباب تفضيل المشاهدة بين القنوات الإخبارية العربية والأجنبية في عامل (الحرية التي تطرح بها الأحداث).

2. جاءت قناة الجزيرة ثم قناة العربية ثم

الرئيسية التي تم عرضها بالنشرات الإخبارية المقدمة بهذه القناة الفضائية الإسرائيلية، وذلك من خلال إجراء دراسة تحليلية لعينة من النشرات الإخبارية المقدمة بالقناة الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية وقوامها (90) نشرة إخبارية تم تقديمها على مدى ثلاثة شهور متصلة وتم الاعتماد في هذه الدراسة على مستويين من التحليل هما: أ- التحليل الكمي للمضمون. ب- التحليل الكيفي للمضمون.

178/2

بسنت مراد فهمي حسن

علاقة الشباب الجامعي ببرامج تليفزيون الواقع (في إطار تطبيق نظرية تأثير الشخص الثالث)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2010.

استهدفت الدراسة التعرف على علاقة الشباب الجامعي ببرامج تليفزيون الواقع في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح على عينة قوامها 450 مفردة من الشباب الجامعي الذين يشاهدون تليفزيون الواقع باستخدام استمارة الاستبيان.

ومن أهم ما توصلت له الدراسة: من نتائج متعلقة بعلاقة الشباب الجامعي ببرامج الواقع أن النسبة الكبرى من الشباب عينة الدراسة يشاهدون كلاً من برامج الواقع العربية والأجنبية، وجاء على قمة برامج الواقع العربية الأكثر مشاهدة "ستار أكاديمي" بينما الأجنبية "The biggest loser"، وترى النسبة الكبرى من الشباب أن برامج الواقع تنسم بالواقعية سواء بالنسبة إلى الأحداث أو الأشخاص، كما أنهم يتوحدون مع الشخصيات المفضلة لديهم التي تظهر بتلك البرامج، كما يقومون بعمليات لإعمال العقل أثناء المشاهدة.

ويرون أن هذه البرامج ممتعة ومثيرة، كما يرون أن هذه البرامج لها عدة إيجابيات بجانب عدة سلبيات، ولديهم عدة دوافع

وتُعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي هدفت إلى تحليل ودراسة البيانات تحليلاً شاملاً ومن أهم ما توصلت له الدراسة

1- كانت الأخبار السياسية والعسكرية تصدر قائمة الأخبار التي تم الاعتماد عليها في النشرات الإخبارية حيث بلغت نسبة الأخبار السياسية (46.7%) وبلغت نسبة الأخبار العسكرية (25.3%).

2- تصدرت الأخبار التي تتناول إسرائيل المرتبة الأولى حيث بلغت نسبة تلك الأخبار (57.7%) من إجمالي الأخبار في النشرات الإخبارية المذاعة عبر القناة الفضائية الإسرائيلية، بينما تصدرت الأخبار الخاصة بالأراضي العربية المرتبة الثالثة بنسبة (16.3%)، أما الأخبار الخاصة بالمنظمات العربية فكانت نسبتها ضعيفة جداً بلغت (1.1%).

3- تميل النشرات الإخبارية في تغطية القضايا والموضوعات والأحداث المختلفة إلى عرض جانب واحد فقط من جوانب الخبر حيث بلغت النسبة (59.9%) بينما بلغت نسبة عرض عدة جوانب للخبر (13.5%).

4- احتلت القضايا الإسرائيلية الداخلية

لمشاهدة هذا النوع على رأسها أن تلك البرامج تحتوي على روح المغامرة والمنافسة ، كما عملوا على تقييم معظم البرامج الأجنبية أو العربية بأنها تحتوي على قيم ايجابية بدرجة أكبر وهو ما يتفق مع منطق نظرية تأثير الشخص الثالث، كما أيدت معظم العينة إنتاج مزيداً من برامج الواقع مع ضرورة فرض رقابة عليها.

وبالنسبة إلى النتائج المتعلقة بنظرية تأثير الشخص الثالث، أيدت الدراسة الفرض الإدراكي العام للنظرية بأن الأشخاص يبالغون في تقدير التأثيرات السلبية على الآخرين مقارنة بالذات ، كما أيدت جزئياً الفروض المتعلقة بالمسافة الاجتماعية واختلاف الخصائص الديموجرافية بين الذات والآخرين وقبول الرسالة اجتماعياً

- وتوصلت الدراسة إلى أنه لا يوجد أي تأثير من متغيرات التوحد، إدراك الواقعية ، الاستمتاع بالمضمون، كم التعرض، أعمال العقل والانتباه على الفجوة الإدراكية، كما لا يوجد تأثير لمتغيري الكفاءة الذاتية وتقدير الذات على الفجوة الإدراكية، كما أيدت النتائج الفرض السلوكي لنظرية تأثير الشخص الثالث جزئياً فيما يتعلق بالرقابة الداخلية وليس الخارجية، وأخيراً هناك تأثير من بعض المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين على إدراك الشخص الثالث أو على تأييد فرض الرقابة.

179/2

نوال عبد الله علي الحزورة

التعرض للدراما العربية في القنوات الفضائية وعلاقتها بإدراك الجمهور اليمني لأدوار المرأة في المجتمع ، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2010.

استهدفت هذه الدراسة تحليل ورصد

الصورة الدرامية المقدمة عن أدوار المرأة في المجتمع (الاقتصادية، السياسية، الثقافية) التي تعرضها المسلسلات العربية في القنوات الفضائية، وإلى أي مدى يدرك الجمهور في المجتمع اليمني واقعية المضامين الدرامية المقدمة عن المرأة في أدوارها الاجتماعية في المسلسلات العربية، ثم إلى أي مدى تتشابه رؤية المبحوثين من الجمهور اليمني لأدوار المرأة الاجتماعية في الواقع الفعلي مع الرؤية التي تطرحها الدراما العربية. وقد قامت الباحثة بدراسة المسلسلات العربية التي عُرضت في قناة (mbc1) وقناة اليمن الفضائية، حيث تم تحليل (24) مسلسلاً بإجمالي حلقات (743) حلقة حيث بلغ عدد الشخصيات التي تم تحليلها حوالي (128) كُن يُؤدين أدواراً اجتماعية مختلفة. كما أجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة قوامها (500) مبحوثاً ممن تم اختيارهم من الجمهور العام في محافظة صنعاء (أمانة العاصمة) بطريقة حصرية غير احتمالية، بحيث لا يقل عمر المبحوث عن 18 عاماً .

وخلصت الدراسة إلى :

-أن هناك نوع من التقارب بين الرؤية الدرامية (الواقع الرمزي) ومعتقدات المبحوثين (الواقع الذاتي) لصورة المرأة في الأدوار الاجتماعية المختلفة، وذلك في إطار إدراك واقعية متوسط للمضامين الدرامية المقدمة عن المرأة في أبعاد الواقع المدرك الثلاثة (النافذة السحرية، التوحد، المنفعة).

-هناك نوع من التقارب بين الرؤية الدرامية ورؤية المبحوثين من الجمهور اليمني لأدوار المرأة الاجتماعية (الاقتصادية والثقافية والسياسية).

-أتى المبحوثون ذوي الإدراك المتوسط لواقعية المضامين الدرامية المقدمة عن المرأة في الأدوار الاجتماعية في المرتبة

الأولى، يليهم المبحوثون ذوي الإدراك المرتفع ثم المنخفض وذلك في الأبعاد الثلاثة (النافذة السحرية والتعلم والمنفعة).

تركز الدراما على تقديم المرأة في الأدوار والمهن الاقتصادية وإغفال تواجدها في الأدوار الثقافية والسياسية.

180/2

نهاد فتحي سليمان حجازي

القيم التي تعكسها الألعاب الإلكترونية وتأثيرها على الأطفال : دراسة مسحية ، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2010.

ناقشت الرسالة القيم والسلوكيات الإيجابية والسلبية التي تعكسها الألعاب الإلكترونية المقدمة عبر الحاسب الآلي وتأثيراتها على الطفل المصري، وذلك من خلال إجراء دراستين أحدهما تحليلية على عينة من 30 لعبة إلكترونية والأخرى ميدانية أجريت على عينة من 400 طفل تتراوح أعمارهم ما بين 9 و12 عاماً وقد تم الاعتماد على أدوات تحليل المضمون في الدراسة التحليلية واستمارة الاستبيان في الدراسة الميدانية.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- غلبة السلوكيات السلبية في الألعاب الإلكترونية محل الدراسة على القيم والسلوكيات الإيجابية.

- وجود فارق كبير بين عدد الشخصيات البشرية من الذكور والإناث في الألعاب الإلكترونية وجاء هذا الفارق لصالح الذكور.

- ظهرت فروق دالة إحصائياً بين مجموعات المبحوثين فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو الألعاب الإلكترونية وفق متغير كثافة تعرضهم وكانت الفروق لصالح الأطفال منخفضي الكثافة.

- ظهرت فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو الألعاب الإلكترونية وجاءت الفروق لصالح الأطفال الذكور، إذ أظهرت النتائج قوة اتجاهاتهم نحو الألعاب الإلكترونية مقارنة بالإناث.

- وجدت فروق دالة إحصائياً بين مجموعات المبحوثين بين كثافة التعرض للألعاب الإلكترونية وفق متغير الاندماج مع شخصيات هذه الألعاب وجاءت تلك الفروق لصالح مجموعة الأطفال كثيفي التعرض للألعاب الإلكترونية.

183/2

سارة شوقي عبد الستار المقدم

العناصر الفنية والتحريرية في التقارير الإخبارية في القنوات الفضائية الإخبارية : دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2010.

قامت الباحثة في هذه الدراسة بمقارنة الأساليب الإنتاجية للتقارير الإخبارية في أربع قنوات إخبارية فضائية ناطقة باللغة العربية، وهي قناة النيل الإخبارية المصرية، وقناة الجزيرة القطرية، وقناة الحرة الأمريكية، وقناة العربية التابعة لمجموعة MBC السعودية. وتشمل العناصر الإنتاجية علي العناصر الفنية مثل ارتباط الصوت بالصورة، واستخدام الصور السلبية، واستخدام الزوايا الدرامية واللقطات المقربة في التصوير، واستخدام الجرافيكس وفترات الصمت...الخ. أما العناصر التحريرية في هذه الدراسة فتشمل الأطر الإخبارية ووظيفتها بداخل التقرير، وآراء المراسل داخل التقرير، وتوازن التقرير،.... الخ. وقد امتدت فترة الدراسة من أبريل 2009 إلي يوليو 2009 وشملت التقارير الإخبارية في النشرات المسائية. وقد خلصت الدراسة إلي أن قناة النيل الإخبارية تستخدم

2009/10/1 وحتى 2009/10/31 ، كما قامت بإجراء دراسة ميدانية على عينة متاحة من الشباب الليبي قوامها (400) مبحوث في الفئة العمرية من 18 إلى 40 سنة، في مدينة طرابلس.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- جاءت أهم القضايا الواردة بالنشرات الإخبارية عينة الدراسة مرتبة كالتالي: القضية الفلسطينية، القضية العراقية، التفجيرات الإرهابية، التغيرات المناخية، النفط والطاقة، انتشار الأوبئة، العلاقات العربية مع الغرب، قضية الصومال، الهيمنة الأمريكية، والإصلاح السياسي ، قضية لبنان، ودارفور.

- أهم ثلاث قنوات ليبية أرضية وفضائية يحرص المبحوثون على متابعة النشرات الإخبارية بها هي: قناة الليبية الفضائية، قناة الجماهيرية الفضائية قناة الشبابية.

- أهم ثلاث قضايا تشغل بال المبحوثين ويبحثون عن معلومات عنها هي: القضايا المحلية في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاءت القضايا السياسية، كما جاءت القضايا الإقليمية في المرتبة الثالثة.

181/2

إنجي عباس أبو العز

معالجة القضايا الداخلية في الإذاعات المصرية الخاصة عبر الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2011.

تعد الإذاعات عبر الإنترنت مظهرًا من مظاهر النهضة الجديدة في مجال الإعلام. وقد بدأت في الظهور في مصر تحديدًا في أواخر عام (2005م)، حيث كانت أول

العناصر الفنية والتحريرية لتركز علي الأخبار المحلية وخاصة أخبار الحكومة المصرية وإعطاء صورة متفائلة عن الأخبار، وعلي العكس فإن قناة الجزيرة تستخدم هذه العناصر لإبراز الصراعات والخلافات والصورة السلبية وراء الخبر، أما قناة الحرة فإنها تركز علي الأخبار السياسية وتستخدم العناصر الفنية والتحريرية لتقديمها في شكل يجذب العين ويساعد علي زيادة الفهم، ولكنها تحاول تجنب إبراز الخلافات والصراعات السياسية، وأخيرًا قناة العربية تستخدم هذه العناصر لإبراز الجانب الإنساني للخبر مما يساعد علي زيادة التدخل العاطفي لدي الجمهور.

201/2

أنغام علي ماهر الفرجاني

دور المادة الإخبارية التي يقدمها التلفزيون الليبي في تزويد الشباب بالمعلومات عن القضايا الوطنية والإقليمية والدولية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2010

تستهدف هذه الدراسة رصد وتحليل العلاقة بين دور المادة الإخبارية المقدمة في نشرات الأخبار في القنوات التلفزيونية الليبية في تزويد الشباب الليبي في مدينة طرابلس العاصمة بالمعلومات حول القضايا المحلية والإقليمية والدولية المثارة، وبيان دوافع اعتماد الشباب الليبي على هذه النشرات، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد في ضوء مجموعة من المتغيرات الوسيطة.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، حيث قامت الباحثة بتحليل مضمون النشرة الإخبارية الرئيسية في قناتي: "الليبية الفضائية" ، و"الجماهيرية الفضائية"، في الفترة من

يمثل المستقبل، أسوة بما حدث في أمريكا من حيث انتشار آلاف القنوات المتخصصة على الإنترنت، والتي تجذب المستمعين والمعلنين أيضا. وخاصة وأن الشركات في مصر أصبحت تلمس حاليا أهمية هذه الثورة التكنولوجية التي أصبحت تصل لكل بيت عبر ملايين أجهزة الكمبيوتر، وعلى أجهزة الموبايل المتصلة بشبكة الإنترنت.

182/2

بسنت محمد عطية محمد

إستخدام الشباب الجامعي للدراما الأجنبية التي يعرضها التلفزيون المصري وعلاقتها بقيمهم المجتمعية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2011.

استهدفت الدراسة اختبار نموذج كيم وروبين للاستخدامات والتأثيرات وتطبيقه على استخدامات الشباب الجامعي المصري للمسلسلات الأجنبية التي يعرضها التلفزيون المصري، وذلك للتعرف على الدور الذي تقوم به الأنماط المختلفة لنشاط الشباب الجامعي عند التعرض للمسلسلات الأجنبية، وكذلك دوافعهم للتعرض وعلاقتها باكتسابهم للقيم والسلوكيات الاجتماعية والاقتصادية، وذلك من خلال الدراسة المسحية التي أجريت على عينة من الشباب الجامعي في إطار محافظتي الإسكندرية والسادس من أكتوبر قوامها ٤٨٠ شاب/ شابة جامعيين، كما تضمنت الدراسة تحليل مضمون لعينة من المسلسلات الأجنبية التي أذيعت على شاشة القناة الثانية بالتلفزيون المصري قوامها ٨ مسلسلات على مدى ما يقرب من ثلاثة أشهر استهدفت التعرف على سمات الشخصيات الدرامية المعروضة والقيم والسلوكيات الاجتماعية والاقتصادية التي تقدم من خلالها، بالإضافة إلى أهم المشكلات التي تعرضت لها فئة الشباب في المسلسلات وطريقة حلها والنتائج المترتبة عليها .

إذاعة مصرية عبر الإنترنت هي إذاعة "مصر اليوم" وهي إذاعة مستقلة. وتوالت وبعد هذه التجربة العديد من الإذاعات المصرية. ونظرا لعدم وجود رقابة نظريًا- على الإنترنت، فقد استغلت تلك الإذاعات الحرية المتاحة لها وعدم وجود رقيب في قول كل ما يدور بخاطرهم ومناقشتها بحرية تامة. ومن هنا تأتي أهمية المشكلة البحثية وأهمية الدراسة، والتي ترى أنه من الضرورة معرفة قدر الحرية والمسئولية المتاحة في معالجة الإذاعات المصرية الخاصة عبر الإنترنت للقضايا الداخلية. كذلك التعرف على سمات وخصائص القائم بالاتصال وإدراكه لقدر الحرية المتاح له، وأيضا مدى التزامه بالمعايير الأخلاقية والمهنية المحددة، وفقًا لنظرية المسؤولية الاجتماعية.

وقد خلصت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها :

أن سقف الحريات في الإذاعتين -محل الدراسة- عالٍ جدًا، ويمكن للقائمين بالاتصال قول كل ما يدور بخاطرهم دون حدود أو اعتبار. كذلك تتخطى تلك الإذاعات الخطوط الحمراء التي توجد في وسائل الإعلام التقليدية الخاصة والحكومية.

-وخلصت الدراسة إلى نجاح تلك الوسيلة في تحقيق أهدافها وأهداف القائمين بالاتصال فيها، وإن كانت تعاني من بعض القصور، سواء أمن ناحية الإمكانيات المادية أم البشرية أم الفنية أم المحتوى، وافتقاد الخبرة اللازمة في العمل الإذاعي لدى غالبية مقدمي البرامج، وعدم إدراكهم لأهمية الرقابة الذاتية، وعدم الاطلاع على موانئ الشرف الإعلامية بشكل كاف أو العمل بها.

-وهناك وجهة نظر لبعض الإعلاميين ترى بأن الاستثمار في إذاعات وقنوات الإنترنت

وقد توصلت نتائج الدراسة التحليلية إلى :

-أن القيم الاجتماعية جاءت في مقدمة القيم والسلوكيات التي عرضتها المسلسلات الأجنبية وبعدها جاءت السلوكيات الاجتماعية السلبية، وفي المرتبة الثالثة جاءت السلوكيات الاقتصادية السلبية، وفي المرتبة الأخيرة جاءت القيم الاقتصادية، كما عرضت القيم الاجتماعية والاقتصادية مقرونة بالفعل في أغلبها، وتم تدعيمها تدعيمًا معنويًا، كما عرضت السلوكيات الاجتماعية والاقتصادية السلبية في معظمها مقرونة بالفعل ولم تدعم بشكل كبير، ثم دعمت تدعيمًا معنويًا.

أما بالنسبة لنتائج الدراسة المسحية :فقد وجدت علاقة ارتباط إيجابية بين كل من الدوافع النفعية وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية وبين اكتساب الشباب الجامعي للقيم الاجتماعية والاقتصادية، والسلوكيات الاجتماعية والاقتصادية السلبية الناتجة عن التعرض للمسلسلات الأجنبية التي يعرضها التلفزيون المصري، بينما لم يثبت وجود علاقة ارتباط سلبية بين الدوافع الطقوسية وأنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية وبين اكتساب الشباب الجامعي للقيم الاجتماعية والاقتصادية، والسلوكيات الاجتماعية والاقتصادية السلبية الناتجة من التعرض للمسلسلات الأجنبية التي يعرضها التلفزيون المصري.

-كما ثبت جزئيًا- وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية وبين حجم التعرض للمسلسلات الأجنبية التي يعرضها التلفزيون المصري، بينما لم يثبت وجود فروق دالة إحصائية بين مجموعات العينة من حيث دوافع مشاهدة المسلسلات الأجنبية وذلك حسب الخصائص الديموجرافية.

184/2

صفا محمد إبراهيم

أخلاقيات الإعلان التلفزيوني وعلاقتها
بتنشئة الطفل المصري، رسالة ماجستير،
قسم الإذاعة، 2011.

تناولت الدراسة بالتحليل الإعلانات التلفزيونية عبر ثلاث قنوات عربية هي روتانا سينما، وميلودي أفلام، وسببيس تون على إمتداد الفترة من 15-نوفمبر 2009 إلى 15-فبراير 2010 بهدف تقييم إلى أى مدى تراعى الأخلاقيات المتفق عليها على مستوى العالم من خلال موثائق الشرف الإعلان والى التى عرضت الرسالة فى أحد الفصول إليها

وقد خلصت الدراسة إلى:

-أن أكثر القنوات تجاوزاً كانت قناة ميلودي أفلام تلتها قناة روتانا سينما كثارة وتجاوزات وتصرفات غير لائقة، وموathيق الشرف العربية كانت اكثر عمومية من الموathيق الأجنبية، التنشئة لم تعد تقتصر على المنزل والأسرة بل إمتدت لجميع وسائل الإعلام التى أصبحت تسهم فى تكوين شخصية الطفل، وتكوين إتجاهاته ومعتقداته جاءت الألفاظ السوقية الخارجة فى المرتبة الأولى للتجاوزات فى لغة الإعلان ب74.6% جاء فى المرتبة الأولى فى عوامل الإثارة ملابس الشخصيات التى بها إثارة غير لائقة ب22.1% يليها نمط العلاقة بين الشخصيات غير اللائقة ب18.9% جاء إستخدام الأطفال فى الإعلانات فى إعلانات السلع فى المرتبة الأولى ب94% يليها الخدمات ب4.1% ثم التوعية ب1.9%.

-إحتلت روتانا سينما المرتبة الأولى بأعلى

نسبة إعلانات تلنها ميلودي أفلام ثم سببيس تون.

- جاء القطاع الأجنبي في المرتبة الأولى كأكثر قطاع ملعن كعدد اجمالي لكل القنوات ثم الشركات العربية

-اختلفت روتانا وميلودي عن سببيس تون لأن قيم التركيز على جذب النوع الآخر وتبنى نمط متحرر للعلاقات جاءت الأعلى نسباً في روتانا وميلودي ولم توجد نهائياً في سببيس تون التي إرتفعت بها قيم الأنانية وحب الذات والعنف كقيم سلبية في إعلانات الأطفال.

185/2

سلمى عبد المؤمن السيد عبد الله

القيم التي تعكسها برامج الأطفال والشباب في القنوات الفضائية الدينية : دراسة مقارنة بين قناتي إقرأ وسات 7 ، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2011.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على القيم التي تعكسها برامج الأطفال والشباب المقدمة على قناتي إقرأ الإسلامية وسات 7 المسيحية الفضائيتين ومدى نجاح هذه البرامج في تناول القضايا والموضوعات الدينية بأبعادها المختلفة وطبيعة هذا التناول شكلاً ومضموناً والتعرف على ما تحمله من مضامين قيمية، وخاصة مع ظهور العديد من القنوات الفضائية الدينية خلال هذه الفترة.

وقد خلصت الدراسة إلى:

-نالت المضامين والموضوعات الدينية مراتب متقدمة بين المضامين والموضوعات التي حرصت حلقات وفقرات برامج الأطفال والشباب التي قدمتها قناتا إقرأ الإسلامية، وسات 7 المسيحية على تناولها

خلال فترتي الدراسة ، وقد تنوعت هذه المضامين والموضوعات الدينية وفقاً لطبيعة كل قناة.

-نالت "الموضوعات الأخلاقية والشخصية المرتبة الأولى بين الموضوعات المتنوعة التي تناولتها برامج الأطفال والشباب التي قدمتها قناة إقرأ الفضائية خلال فترتي الدراسة ، والمرتبة الثانية بين إجمالي الموضوعات التي تناولتها برامج الأطفال والشباب التي قدمتها قناة سات 7 خلال فترتي الدراسة

- جاءت "الموضوعات الأخلاقية والشخصية الإيجابية" في مقدمة الموضوعات الأخلاقية والشخصية التي اهتمت بها برامج الأطفال والشباب التي قدمتها قناتا إقرأ الإسلامية، وسات 7 المسيحية على حد سواء خلال فترتي الدراسة ، وإن اختلفت الأهمية النسبية لهذه الموضوعات فيما بين القناتين، إذ نالت "الموضوعات الأخلاقية الإيجابية" ما يمثل ٩٣.٣ % من إجمالي الموضوعات الأخلاقية والشخصية التي تناولتها برامج الأطفال والشباب التي قدمتها قناة إقرأ خلال فترتي الدراسة ، وذلك في مقابل مانسبته ٦.٧ % "للموضوعات الأخلاقية والشخصية السلبية". بينما جاءت نسبة تناول "الموضوعات الأخلاقية والشخصية الإيجابية" ببرامج الأطفال والشباب التي قدمتها قناة سات 7 المسيحية ٧٧.٨ %، وذلك في مقابل ٢٢.٢ % "للموضوعات الأخلاقية والشخصية السلبية".

186/2

محمد عبده محمد بدوي

دور برامج الرأي بالقنوات الفضائية

العربية في دعم ثقافة الحوار بين الجمهور العربي، رسالة ماجستير من قسم الإذاعة والتلفزيون، 2011

تسعي الدراسة للتعرف علي اتجاهات الجمهور العربي نحو دور برامج الرأي العربية في دعم ثقافة الحوار، ومعرفة مدى التزام برامج الرأي العربية بمحددات أخلاقيات الحوار من وجهة نظر الجمهور العربي، محاولا الكشف عن مدى دعم وتفعيل برامج الرأي بالفضائيات العربية لمفهوم (ثقافة الحوار) في عالمنا العربي.

وقد خلصت الدراسة إلى:

- أكثر من نصف مفردات العينة يرون أن برامج الرأي العربية تعبر عن مشكلات وقضايا المجتمعات العربية إلى حد ما.

- رأى حوالي ربع المبحوثين اللذين لا يرون أن برامج الرأي العربية لا تعبر عن قضايا ومشكلات المجتمعات العربية أن السبب وراء ذلك يتمثل في أن القضايا التي تناقشها برامج الرأي لا ترتبط بمختلف الدول العربية بل تركز على دول بعينها

- أشار ما يقرب من نصف مفردات العينة ٤٨,٥ % أن مستوى ثقافة الحوار في العالم العربي يبلغ المستوى المتوسط وتساوت نسبة من يرى ذلك عند مجموعة وادي النيل والمغرب العربي ويعكس ذلك أن نظرة الجمهور العربي لمستوى ثقافة الحوار في الواقع العربي نظرة محايدة لا يمكن وصفها بالاجابية أو السلبية.

- تزيد نسبة من ذكر (تقييد الحريات في المجتمع) كأهم نتيجة لغياب ثقافة الحوار في المجتمعات العربية وجاء أكبر تأييد لهذه النتيجة من قبل مجموعة المغرب العربي .

- جاءت (الأسرة) في المرتبة الأولى حسب الأهمية لدى غالبية المبحوثين كأهم مؤسسة مسؤولة عن نشر ثقافة الحوار في المجتمعات

العربية يليها في المرتبة الثانية (المؤسسة التعليمية) ، وفي المرتبة الثالثة (المؤسسة الدينية)، وفي المرتبة الرابعة (وسائل الإعلام).

- تضاعلت نسبة المبحوثين اللذين رأوا أن مشاركات الجمهور والضيوف تلتزم بأداب الحوار وأخلاقياته ١٧ % مما يعكس ضعف الممارسة الأخلاقية للحوار في برامج الرأي العربية.

187 /2

إيمان عبد الحكيم أحمد زايد

معالجة الأفلام الروائية المصرية لتعاطي وإدمان المخدرات وعلاقتها بالاتجاهات المضطربة للمدمن (دراسة مسحية) رسالة ماجستير من قسم الإذاعة والتلفزيون، 2011

تهدف الرسالة إلى كيفية معالجة الأفلام الروائية المصرية التي تعرض لقضية إدمان المخدرات، وكيفية تفسير الصورة التي تظهر بها شخصية المدمنين في هذه الأفلام وقياس الاتجاهات التي يتميز بها هؤلاء الذين أدمنوا بالفعل والذين تأثروا بهذه الأفلام، تفسير الصورة التي ظهرت بها شخصيات المدمنين في هذه الأفلام، وتستخدم الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي لاختبار تساؤلات وفروض الدراسة وذلك لجمهور المدمنين والذي تمثله العينة الميدانية بالإضافة إلى اختبار الاتجاهات المضطربة واستبيان الاتجاه نحو التعاطي . أيضاً تستخدم في هذه الدراسة تحليل المضمون لعينة الأفلام .

وكان من أهم النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسة الآتي:

- بالنسبة لأنواع المخدرات المتداولة في الأفلام ، فقد كان الحشيش أكثر انتشاراً في الأفلام عينة الدراسة وكان له أعلى النسب حيث كانت 49.20% . وهو ما تؤكد أيضاً

نتائج العينة الميدانية حيث إنه كانت أعلى نسبة هي الحشيش بنسبة 91%، يليها الهيروين بنسبة 81%.

-وبالنسبة للاتجاه نحو تعاطي المخدرات في الأفلام فكان الأعلى تكراراً هو الاتجاه الإيجابي بنسبة 77,59%، وهو ما يتفق مع نتائج الدراسة الميدانية ، حيث إن نسبة كبيرة من عينة المدمنين كان لديها اتجاه إيجابي نحو التعاطي، وبالنسبة للاتجاهات المضطربة فقد كان اتجاه عدم التكيف والاضطراب هو الاتجاه الغالب على عينة المبحوثين المدمنين حيث كان 99.62% .

- أيضاً تسير المعالجة الفيلمية في إطار من المتعة والترفيه والمرح الملاحظ على الشخصيات الرئيسية حينما تتعاطى المخدرات. وهذا قد يؤدي إلى نتائج عكسية ضد التوعية المرجوة من الأفلام الروائية عينة الدراسة .

188/2

رشا عبد اللطيف محمد عبد العظيم

معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضامين التليفزيونية من منظور الخبراء، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2011.

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها من منظور الخبراء في التعامل مع المضامين التليفزيونية، ودور كل من الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام ومؤسسات المجتمع المدني في نشر الوعي بها بالمجتمع المصري ، بهدف حماية الجمهور خاصة الأطفال والمراهقين من التأثيرات السلبية للتليفزيون، وقد اعتمدت الدراسة على استبيان طبق على 200 خبير في مجال الإعلام والإعلام التربوي والتربية وعلم النفس وعلم الاجتماع،

ومن أهم نتائج الدراسة أن:

- "الأسرة" جاءت في مقدمة المؤسسات المسؤولة عن نشر معايير التربية الإعلامية في مصر تليها "وسائل الإعلام" تليها "المدرسة" ثم "مؤسسات المجتمع المدني" في المرتبة الرابعة .

- جاء معيار "إدراك أن وسائل الإعلام لها تأثيرات على الفرد والمجتمع" في مقدمة المعايير التي يجب أن تستند إليها التربية الإعلامية .

- جاء "إرهاق الطلبة بالعديد من المقررات الدراسية مما لا يسمح بقبول مادة جديدة" في مقدمة معوقات نشر الوعي بالتربية الإعلامية بالمجتمع المصري .

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخبراء في اتجاهاتهم نحو إمكانية تطبيق التربية الإعلامية في المجتمع المصري باختلاف كل من متغير السن- الدرجة العلمية- مجال الخبرة - سنوات الخبرة للخبير.

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اتجاهات الخبراء نحو مدى وجود مفهوم التربية الإعلامية في الثقافة المصرية وبين اتجاهاتهم نحو إمكانية نشر ثقافتها في المجتمع المصري.

189/2

ياسمين أحمد على حسن فؤاد

العلاقات العائلية كما تقدمها المسلسلات المصرية وتأثيرها على التفاعل الأسري ، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2011.

تمثلت مشكلة البحث في دراسة تأثير النماذج المقدمة عن العلاقات الأسرية والعائلية في المسلسلات المصرية الاجتماعية على مجموعة من الاتجاهات والمعتقدات

والسلوكيات المرتبطة بالتفاعل الأسري بين أفراد الأسرة المصرية إلى جانب دراسة معتقدات كل من الآباء والأبناء بشأن تأثير مشاهدة تلك المسلسلات بما تقدمه من نماذج عن العلاقات العائلية والأسرية على تفاعلهم الأسري وعلى التفاعل الأسري لأفراد الأسرة الآخرين . واعتمدت الدراسة في إطارها النظري وبناء فروضها على نظريتي الغرس الثقافي وتأثير الشخص الثالث وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها 434 مفردة من الآباء والأبناء من أعضاء الأسرة المصرية والمقيمين بمحافظة القاهرة والجيزة، وتوصلت الدراسة إلى أن 62.8% علاقات أسرية مترابطة داخل الدراما المصرية، كما تمثلت السمات الإيجابية لتعامل أفراد الأسرة مع الكيان الأسري نسبة 72.3% من مجموع سمات تعامل أفراد الأسرة مع الكيان الأسري، وقد عرضت الدراما المصرية مشكلة الصراع بين الآباء والأبناء بنسبة 22.5%، وكانت مشكلة إنخفاض الدخل في المرتبة الأولى بين المشكلات الاقتصادية التي عانت منها الأسرة الدرامية بنسبة 20.1%.

190/2

فتحي محمد شمس الدين

العلاقة بين التعرض للدراما السينمائية الأجنبية المقدمة على الفضائيات العربية وأسلوب حياة الشباب المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2011.

استهدفت الدراسة اختبار نظرية الغرس الثقافي، والنظرية المعرفية الاجتماعية علي استخدامات الشباب المصري للأفلام الأجنبية التي تعرضها القنوات الفضائية العربية، وعلاقتها بأسلوب حياتهم ، وذلك من خلال التعرف علي

وقد توصلت نتائج الدراسة التحليلية إلى:- أن أساليب الحياة الشكلية جاءت في مقدمة أساليب الحياة الغربية التي قدمتها الأفلام الأجنبية عينة الدراسة حيث جاءت الملابس الغربية والمميزة في مقدمة الأساليب بنسبة 36%، ثم قصات وتسريحات الشعر المبتكرة بنسبة 35.4%، ثم ارتداء الثمائم والإكسسوارات بنسبة 16.9%، ثم وضع الوشم علي الجسد بنسبة 9.6%، وأخيراً تشبه الإناث بالذكور في الشكل الخارجي بنسبة 2.2%، ثم جاءت في المرتبة الثانية أساليب الحياة السلوكية حيث

التعرض للدراما السينمائية الأجنبية وأسلوب حياة الشباب المصري في وجود عدد من المتغيرات الوسيطة هي (دوافع المشاهدة النفعية ودوافع المشاهدة الطقوسية - بعد النافذة السحرية، وبعد التعلم، وبعد التوحد لمقياس إدراك واقعية المضمون - النوع" والمستوي الاقتصادي/الاجتماعي والمستوي التعليمي- المشاهدة النشطة).

191/2

نشوى جمال الدين بدر بدر عفيفي

العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للمادة الإخبارية في وسائل الإتصال الحديثة والتقليدية ومستوى مشاركتها السياسية ، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2011.

تهدف الدراسة إلى اختبار العلاقة بين كثافة تعرض المرأة المصرية للأخبار والبرامج الإخبارية في التلفزيون الأرضي، والقنوات الفضائية، والمواقع الإخبارية عبر الإنترنت ومستوى مشاركتها السياسية التقليدية وغير التقليدية ، وذلك في ظل وجود مجموعة من المتغيرات الوسيطة كالنقاش السياسي، والفاعلية السياسية ، والاهتمام السياسي، ولقد تم جمع البيانات من عينة متاحة من (400) مبحوثة بدءاً من سن 18 سنة في محافظتي القاهرة والجيزة.

ومن أهم نتائج الدراسة أن:

- أظهرت النتائج انخفاض مستوى المشاركة السياسية التقليدية لدى المبحوثات ، كما أشارت إلى ارتفاع مستوى المشاركة السياسية غير التقليدية (عبر الإنترنت) لدى المبحوثات إذا ما قورنت بمستوى المشاركة السياسية التقليدية لديهن.

- أظهرت النتائج أيضاً أنه لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة بين كثافة تعرض المبحوثات للأخبار في وسائل الاتصال

جاءت العلاقات الجنسية المتحررة في مقدمة الأساليب بنسبة 28.8%، ثم تعاطي المخدرات والمواد المنشطة بنسبة 22.7%، ثم الذهاب إلي حفلات الرقص والغناء الجماعية بنسبة 20.5%، ثم الاستماع للموسيقى الغربية (الروك-الميتل) بنسبة 15.2%، ثم اللغة الخاصة السائدة بين الشباب بنسبة 9.8%، وأخيراً استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة بنسبة 3%، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة أساليب الحياة الفكرية حيث جاءت الاعتقاد في القوي الخارجية وقوي ما وراء الطبيعة في مقدمة الأساليب بنسبة 46.8%، ثم تبني مفاهيم دينية مختلفة عن السائد بنسبة 19.7%، وأخيراً تبني مفاهيم اجتماعية مختلفة عن السائد بنسبة 15.5%. كما جاءت القيم الاجتماعية في المرتبة الأولى من بين إجمالي القيم والسلوكيات المقدمة في الأفلام الأجنبية عينه الدراسة.

بالنسبة لنتائج الدراسة المسحية فقد وجدت عدم وجود علاقة دالة دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للدراما السينمائية الأجنبية وبين اكتساب المفاهيم والقيم الغربية. بينما ثبت جزئياً- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين نحو المضمون الأجنبي باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع - التعليم - المنطقة الجغرافية)، إلا أنه لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغير المستوي الاقتصادي والاجتماعي. كما وجد علاقة دالة إحصائية بين كثافة المشاهدة للدراما الأجنبية ومعرفة الشباب المصري بأسلوب الحياة الغربي.

بينما لم يثبت وجود علاقة ارتباطية بين تبني الشباب المصري لسلوكيات أسلوب الحياة الغربية وبين الخصائص الديموجرافية والاقتصادي/الاجتماعي. كما لم يثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل

الحديثة (الإنترنت) و التقليدية (التلفزيون) ومستوى المشاركة السياسية لديهن كما أشارت النتائج إلى أن المبحوثات الأكثر تعرضاً للأخبار عبر الإنترنت أكثر اهتماماً بالسياسة وأكثر ثقة في المعلومات السياسية التي لديهن من المبحوثات الأكثر تعرضاً للأخبار في وسائل الاتصال التقليدية (التلفزيون).

193/2

صفاء عبد المقصود محمد السيد النجار

معالجة السينما المصرية لقضايا حقوق الإنسان السياسية: "دراسة مسحية على الأفلام المصرية في الفترة من 1950-2000" (رسالة ماجستير من قسم الإذاعة والتلفزيون، 2011)

تبحث الدراسة كيف عالجت السينما المصرية قضايا حقوق الإنسان السياسية في الفترة من 1950-2000، وتم ذلك من خلال تحليل مضمون الأفلام السينمائية التي طرحت قضية أو أكثر من قضايا حقوق الإنسان السياسية، ودراسة تأثير اختلاف الفترة الزمنية وطبيعة النظام السياسي على توجهات السينما المصرية في تناولها لقضايا حقوق الإنسان السياسية وإجراء دراسة ميدانية على الخبراء و الناشطين في مجال حقوق الإنسان، والمتخصصين في مجال الإبداع السينمائي من الأكاديميين والممارسين (النقاد، المخرجون، كتاب السيناريو...) لمعرفة وجهة نظرهم و آراءهم في معالجة السينما المصرية لحقوق الإنسان السياسية.

وقد توصلت الدراسة إلى:

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين تغير النظام السياسي ومعالجة السينما المصرية لقضايا حقوق الإنسان السياسية.
- عدم وجود علاقة ارتباطية بين جهة

الإنتاج ومعالجة السينما المصرية لقضايا حقوق الإنسان السياسية.

- أن غالبية الأفلام التي تناولت حقوق الإنسان السياسية من إنتاج القطاع الخاص، تليها الأفلام التي أنتجها القطاع العام ثم أفلام الإنتاج المشترك.

- تنوع قضايا حقوق الإنسان السياسية التي عالجتها الأفلام، و قد اشتمل كل فيلم على معالجة أكثر من قضية قضايا حقوق الإنسان السياسية، وأن قضية الحق في الحياة جاءت في المرتبة الأولى ، تليها قضية - الحق في عدم الاعتقال - الحق في عدم المعاملة الحاطة للكرامة في حين لم تعالج الأفلام قضيتي الحق في الاجتماع والتنظيم. والحق في التجمع السلمي.

- تنوعت أساليب انتهاك حقوق الإنسان السياسية في أفلام حقوق الإنسان السياسية واشتمل كل فيلم على أكثر من أسلوب ومظهر لانتهاك حقوق الإنسان السياسية وجاء في مقدمة أساليب انتهاك حقوق الإنسان القتل ثم تلاه الإهانة الجسدية ثم الاعتقال، ثم التعذيب ، ثم التخويف والتهديد ، ثم الإهانة اللفظية ، ثم تزييف الوعي ، ثم الترغيب ، ثم النفي والتهجير وإتلاف الممتلكات، وجاءت بعض أساليب الانتهاك قليلة جدا مثل الاغتصاب، التنصت ، حرق الكتب.

جاء في مقدمة مبررات انتهاك حقوق الإنسان السياسية: مبرر الحفاظ على النظام السياسي ثم مبرر الحفاظ على بقاء الاحتلال، ثم مبرر الحفاظ على الأمن العام، ثم المبررات الدينية .

أن العقاب والردع جاء في المرتبة الأولى لأهداف انتهاك حقوق الإنسان السياسية بنسبة 72% وأن الحصول على معلومات جاء في المرتبة الثانية بنسبة 32% وأن الحصول على اعتراف جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 6% .

دور التلفزيون في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو أزمات التنمية السياسية في مصر، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2011.

تتناول هذه الدراسة دور التلفزيون في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو أزمات التنمية السياسية وعلى هذا تتحدد مشكلة الدراسة في اختبار وتحليل العلاقة بين حجم التعرض للتلفزيون (المصري الأرضي والفضائي) واتجاهات الجمهور المصري نحو أزمات التنمية السياسية (أزمة الهوية، الشرعية، المشاركة، التغلغل، التكامل، التوزيع) وتحليل المتغيرات والعوامل التي يمكن أن تؤثر على العلاقة بينهم، وقياس التأثيرات الإعلامية الناتجة عن التعرض لهذه المعالجات على معارف الجمهور واتجاهاته نحو هذه القضايا الست، وذلك في ضوء نظريتي وهم الاتفاق (الإجماع) الزائف، وفعالية التوقعات الإعلامية من خلال التطبيق على عينة عنقودية من (400) مفردة

أشارت نتائج الدراسة إلى:

- عدم فعالية دور التلفزيون المصري الأرضي والفضائي في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو أزمات التنمية السياسية
- كما توصلت إلى وجود جميع أزمات التنمية السياسية في مصر مع اختلاف درجة تغلغل وانتشار كل أزمة عن غيرها من الأزمات.
- ارتفاع مستوى المعرفة السياسية في مقابل انخفاض مستوى الاندماج السياسي.

اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو الصراع العربي الإسرائيلي وعلاقتها بالاهتمام بالأخبار الدولية في الراديو والتلفزيون: دراسة تتبعية منذ 1948 حتى 2009، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2011.

استهدفت الدراسة تحليل توجهات الرأي العام الأمريكي نحو الصراع العربي - الإسرائيلي خلال الفترة من 1948 إلى 2009، بما تتضمنه من أحداث، أبرزها حرب فلسطين 1948، والعوان الثلاثي على مصر 1956، وحرب يونيو 1967، وحرب أكتوبر 1973، واتفاقية كامب ديفيد 1978 ومعاهدة السلام المصرية الإسرائيلية 1979، والاحتياح الإسرائيلي للبنان 1982، واتفاقية أوسلو 1993 ومعاهدة السلام الأردنية الإسرائيلية 1994، وحرب (اجتياح) لبنان 2006، وأخيرًا غزو غزة (2009)، وذلك من أجل تحديد الأثر الذي أحدثته هذه الأحداث في اتجاهات الرأي العام الأمريكي (نحو الصراع العربي الإسرائيلي، ومقارنة ذلك بتوجهات السياسة الخارجية الأمريكية، وربط ذلك كله بدرجة الاهتمام بالأخبار الدولية).

اعتمدت الدراسة على منهج المسح، باستخدام أسلوب " التحليل الثانوي وهو أسلوب يستخدم لرصد الاتجاهات العامة عبر الفترات الزمنية المختلفة لاستطلاعات الرأي العام وتحليلها. تم التحليل على مستويين، الأول: رصد الخصائص الأساسية لاستطلاعات الرأي العام الأمريكية إلى جانب تحليل الاتجاهات والثاني: البحث عن الأسئلة التي تكررت عبر العقود السبعة وتقيس فروض الدراسة وتحليلها من أجل

الوصول إلى مؤشرات بقبول الفروض أو رفضها، ولتحقيق أهداف الدراسة، تم تحليل استجابات الرأي العام الأمريكي على 1012 سؤال لا تم طرحها عليه خلال الفترة من سبتمبر 1944 حتى ديسمبر 2009 في أثناء سنوات ذروة الصراع.

وقد خلصت الدراسة إلى:

- وجود علاقة توافق بين طبيعة اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو قضية الصراع العربي الإسرائيلي وطبيعة توجهات السياسة الخارجية الأمريكية نحوها في جميع الأحداث الخاصة بالصراع عدا حدثين هما: "حرب يونيو 1967"، والاحتياح الإسرائيلي للبنان في 2006 وإلى عدم وجود علاقة توافق بين درجة اهتمام الرأي العام الأمريكي بالأخبار الدولية) عن الصراع العربي الإسرائيلي (وطبيعة اتجاهاته نحو أطراف الصراع العربي الإسرائيلي في مراحل مختلفة.

وجود علاقة توافق بين طبيعة اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو قضية الصراع العربي الإسرائيلي وطبيعة توجهات السياسة الخارجية الأمريكية نحوها في جميع الأحداث الخاصة بالصراع عدا حدثين هما: حرب يونيو 1967م، والاحتياح الإسرائيلي للبنان 2006.

196/2

سارة عبد اللطيف عبد الحليم عبد الله

عنوان الرسالة : "المسئولية الاجتماعية لقنوات التلفزيون المصرية (الحكومية والخاصة) كما تراها النخبة". رسالة ماجستير من قسم الإذاعة والتلفزيون، 2011

استهدفت هذه الدراسة قياس مدى التزام قنوات التلفزيون المصري (الحكومية والخاصة) بمبادئ المسؤولية الاجتماعية

للإعلام فنتناول هذه الدراسة بالبحث أبعاد المسؤولية الاجتماعية في قنوات التلفزيون المصري ومحاولة التعرف على الجوانب السلبية والإيجابية في أداء هذه القنوات كذلك رصد وقياس أحكام النخبة المصرية نحو أداء هذه القنوات والتعرف على تصوراتهم لتطوير الأداء، وذلك من خلال دراسة تحليلية للمحتوى المقدم في عينة من برامج القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة باستخدام أداة تحليل المضمون بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية على عينة من النخبة المصرية للتعرف على آرائهم في مدى التزام القنوات بمسئوليتها الاجتماعية باستخدام استمارة استقصاء بالمقابلة.

وقد خلصت الدراسة إلى:

- زادت نسبة المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج عينة الدراسة في القنوات الخاصة عن الحكومية

- ارتفعت نسبة القيام بالمسئولية المهنية في القنوات الحكومية عن الخاصة.

- رأت نسبة 66% من النخبة أن القنوات الخاصة هي الأكثر التزاما بمبادئ المسؤولية الاجتماعية للإعلام مقابل نسبة 21% فقط رأت أن القنوات الحكومية هي الأكثر التزاما.

- أكدت استجابات النخبة توافر عوامل نجاح الأداء المهني في القنوات الخاصة بنسبة أكبر من توافرها في القنوات الحكومية.

198/2

رنا ياسر أمين

استخدام تكنولوجيا المعلومات في إعداد البرامج التعليمية: دراسة مقارنة بين التلفزيون السوري والتلفزيون المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة،

2011

لمواقعها الإلكترونية في تسويق برامجها السياسية، وتحليل الإصاليب التي تستخدمها الأحزاب والقوى السياسية عبر مواقعها على شبكة الإنترنت لتساعدها في تحقيق أهداف حملاتها السياسية وتعتمد الدراسة على منهج المسح بشقية الكمي والكيفي.

من نتائج تحليل المضمون والتحليل البنائي والحقائق التي نلت الانتخابات (ثورة 25 يناير) نستنتج أن هناك عدة عوامل قد أثرت سلباً على مدى تبني الأحزاب والقوى السياسية المصرية لتكنولوجيا الإنترنت في تسويق برامجها السياسية منها عدم الثقة في نزاهة العملية الانتخابية التي كانت تجري بمعرفة حكومات الحزب الوطني- عدم تعبير الأحزاب الرسمية عن قوة حقيقية على أرض الواقع وإدراك الأحزاب نفسها لتلك النقطة وبالتالي لم تجد داع لاطلاق حملات منظمة عبر مواقعها الإلكترونية تستهدف تحقيق مكاسب لن تحصل عليها.

197/2

رهام محمد عز الدين

العلاقة بين التعرض لبرامج المرأة في الفضائيات العربية ونظرة المرأة لذاتها ونظرة المجتمع لها، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012

تسعي الدراسة الي التعرف علي طبيعة العلاقة بين مشاهدة برامج المرأة في القنوات الفضائية العربية وتغير نظرة المرأة لذاتها ونظرة المجتمع لها فيما يتعلق بالموضوعات والقضايا الخاصة بها. وقد طبقت الدراسة علي عينتين هما: العينة التحليلية: وشملت عشرة برامج بخمس قنوات فضائية منهم قناتين متخصصتين للمرأة هما (قناة المرأة العربية هي، الآن)، ثلاث قنوات عامة هم (قناة المحور، Dream، MBC1)، والعينة الميدانية:

استهدفت الدراسة اختبار نظرية ثراء وسائل الإعلام علي مدى استخدام القائمين بالاتصال للتقنيات التكنولوجية و البرامجية في إعداد وإخراج البرامج التعليمية التي عرضت على كلا القناتين قناة سوريا التربوية و قناة النيل التعليمية، وذلك من خلال الدراسة المسحية التي أجريت علي عينه من المعدين و الفنيين المتخصصين قوامها (٧٥) مفردة موزعة (٥٠) مفردة مسحوبة من قناة النيل التعليمية و (٢٥) مفردة مسحوبة من قناة سوريا التربوية، كما تضمنت الدراسة تحليلية مضمون لعينة من الحلقات التعليمية التي أذيعت على القناة السورية والقناة المصرية قوامها (١٠٨) حلقات موزعة بالتساوي على المواد العلمية (فيزياء- كيمياء-أحياء) على مدى ثلاثة أشهر وقد توصلت الدراسة إلى أعمدت الحلقات التعليمية المصرية على الأدوات العلمية بنسبة عالية 95.8% وبالمقابل استخدم الحلقات التعليمية السورية 25% فقط، كما أعمدت الحلقات التعليمية على التكنولوجيا المطورة والمتقدمة بنسبة عالية 95.8% بما يخص قناة النيل المصرية في مقابل 6.8% للحلقات التعليمية السورية، تفوق قناة النيل المصرية في استخدام البرامج الحاسوبية ذات التقنية العالية بينما اعتمدت قناة سوريا التربوية على البرامج حاسوبية متوسطة.

192/2

هشام أحمد عبد العاطي

توظيف الأحزاب والقوى السياسية المصرية للمواقع الإلكترونية في تسويق برامجها السياسية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2012.

تمثلت مشكلة البحث في التعرف على كيفية توظيف الأحزاب والقوى السياسية في مصر

وشملت 400 مفردة مقسمة 253 اناث، 147 ذكور بالقاهرة الكبرى.

أهم نتائج الدراسة: تشترك كل من القنوات المتخصصة للمرأة والقنوات العامة في زيادة الإهتمام بموضوعات المظهر والإهتمامات المنزلية تليها الموضوعات الصحية ثم الموضوعات الإجتماعية. وتفاوتت نسبة النماذج الإيجابية المقدمة للمرأة، واتضح ان نوع المعد لم يؤثر علي مدي ايجابية النموذج المقدم للمرأة.

غلبت النظرة الإيجابية للمرأة بين المبحوثين في أغلب الموضوعات مثل الموضوعات الصحية ماعدا مشاركتها في الحياة السياسية. واتضح وجود علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة برامج المرأة في القنوات الفضائية العربية ونظرة المرأة لذاتها ونظرة المجتمع لها في أغلب الموضوعات ماعدا موضوع مشاركتها في سوق العمل والموضوعات الدينية.

199/2

أحمد أحمد أحمد عثمان

القضايا السياسية الداخلية كما تعكسها المنتديات المصرية علي شبكة الانترنت، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012

اهتمت الدراسة برصد وتحليل القضايا السياسية الداخلية كما تعكسها المنتديات المصرية علي شبكة الانترنت للتعرف علي هذه القضايا المطروحة للحوار في هذه المنتديات ، وكيف يتم تحديد هذه القضايا ، مع تحديد مدي اهتمام المشاركين في هذه المنتديات بالحوار حول كل قضية ودلالة ذلك ، وهل يؤدي ذلك إلي إتجاهات واضحة حول كل قضية مطروحة للحوار أعتمدت الدراسة علي منهج المسح بشقية الوصفي والتحليلي، وقد طبقت الدراسة علي منتدي

(مزكا تو داي) القسم السياسي، قسم المحيط السياسي بمنتديات محيط، قسم أخبار وسياسة المنتديات (صحيفة نت)، قسم دهاليز السياسية بمنتديات (ابن مصر) وتشير نتائج الدراسة إلى ثلاثة عناصر هوية المنتدى جاءت معلنة وواضحة في منتديين من بين أربعة منتديات تم تحليلها وهذه العناصر: أهداف المنتدى ، المنظمين له، شعاره. جاءت القضايا السياسية الداخلية المطروحة للحوار علي هذه المنتديات متعددة ومتنوعة وبلغ عددها 31 قضية ، 58% من مشاركات الأعضاء داخل المنتديات جاءت بإبداء الرأي والتعليق علي هذه القضايا.

200/2

حنان حسين حسن

تأثير الإعلانات التليفزيونية علي العادات الصحية للطفل المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف علي تأثير الإعلانات التليفزيونية في العادات الصحية للطفل المصري ومعرفة مدى اكتسابه للعادات الصحية الإيجابية أو السلبية من خلال مشاهدته للإعلانات التليفزيونية، وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث استخدمت استمارة تحليل مضمون لعينة من الإعلانات التليفزيونية التي عرضتها كل من القناة الأولى وروتانا سينما علي مدار دورة برامجية امتدت خلال الفترة من 2009/1/1 إلى 2009/4/1 واشتملت علي رصد 80 إعلانا بالقناة الأولى و196 إعلان بقناة روتانا سينما، وتم تصميم استمارة استبيان لعينة عشوائية من الأسر المصرية قوامها 200 مفردة من جمهور الأطفال الذين تتراوح أعمارهم من سن (9-12 سنة)، و200 مفردة من الآباء والأمهات

المقيمين بمحافظات القاهرة والجيزة ومدينة 6 أكتوبر، الذين يمتلكون أجهزة استقبال للقنوات الفضائية.

وتوصلت الدراسة إلى أن الأطفال يتأثرون بالفعل ببعض السلوكيات الإيجابية والسلبية من خلال مشاهدتهم للإعلانات التليفزيونية، وأن هذه الإعلانات تؤثر في مفاهيم الطفل وسلوكياته وقيمه ولغته، ولكن قد لا يكتسب منها العادات الصحية الإيجابية أو السلبية بشكل قوى مثلما يكتسبها من الأسرة والبيئة المحيطة والأصدقاء، فقد أثبتت الدراسة أيضاً وجود تأثير قوى للإعلانات التليفزيونية في الطفل في العادات الشرائية.

202/2

مى محمود عبد الحميد

تعرض الطفل المصري لأفلام الكارتون في التليفزيون وعلاقته بمستوى التوحد مع الشخصيات والنماذج الكارتونية المقدمة: دراسة مسحية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012

سعت هذه الدراسة إلى اختبار طبيعة العلاقة بين حجم تعرض الطفل المصري لأفلام الكارتون في التليفزيون وعلاقته بمستوى التوحد مع الشخصيات والنماذج الكارتونية وذلك انطلاقاً من نظرية التعلم الاجتماعي من خلال النموذج، مع اختبار العوامل التي تتوسط هذه العلاقة والتي تمثلت في المتغيرات الديموجرافية كالنوع والعمر ومحل الإقامة، كما سعت الدراسة إلى اختبار بعض العوامل المؤثرة على مستوى التوحد مع الشخصيات الكارتونية والمتمثلة في فاعلية التوقعات المرتبطة بالسلوك، ومقدار القيمة المتوقعة من القيام بالسلوك، ونتائج التوقعات المرتبطة بالسلوك وذلك انطلاقاً من نظرية التوقع - القيمة

203/2

داليا عثمان ابراهيم
المعالجة الإخبارية للقضايا السياسية العربية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012

اهتمت الدراسة برصد وتحليل المعالجة الإخبارية للقضايا السياسية العربية في القنوات الحرة الأمريكية-العالم الإيرانية-فرنسا (٢٤) وذلك للوقوف على أهم القضايا السياسية العربية التي تم معالجتها والتعرف على الاطر الرئيسية و الاطر الفرعية التي برزت عند معالجة هذه القضايا، وقد اعتمدت الدراسة على نظرية الاطر الإخبارية كمدخل نظري للدراسة، واستخدمت الدراسة منهجى المسح الاعلامي والمنهج المقارن، كما استخدمت أداة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي وذلك بتطبيق استمارتي تحليل مضمون على العينة محل الدراسة والتي تمثلت في عينة من النشرات الإخبارية وعينة من البرامج الإخبارية المقدمة على القنوات محل الدراسة

أهم نتائج الدراسة:

-الاهتمام الكبير من القنوات الثلاث بمعالجة القضايا السياسية محاولة القنوات الثلاث الوصول إلى قدر من التوازن في عرض القضايا من خلال طرح وجهات نظر متعددة.

- ارتفاع نسبة الأخبار السلبية بشكل عام في النشرات والبرامج الإخبارية نظراً لما تحتويه من إثارة وجذب لإهتمامات الجمهور.

-أكدت النتائج على التحيز الواضح والاختلاف بين القنوات محل الدراسة في تغطية القضايا العربية وفقاً لسياسة الدولة المالكة للقناة وعلاقتها السياسية بالدول العربية.

دوافع تعرض الشباب المصري لإعلانات الإنترنت والاشباكات المتحركة منها، تعرض رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012

الإنترنت التي تجذب أفراد عينة الدراسة للإعلانات وجاءت في مقدمة اختياراتهم هي وجود الإعلانات بصورة متكررة ودائمة بنسبة كبيرة بلغت 47.1%، ثم في المرتبة الثانية جاءت ميزة إمكانية المقارنة بين إمكانات السلع المختلفة المعروضة على مواقع الشبكة بنسبة 25.5%، ثم ميزة إتاحة فرصة التفاعل مع المعلن بنسبة 14.9%، وأخيراً ميزة استخدام هذه الإعلانات لتقنية الوسائط المتعددة بنسبة 12.5%.

اتضح أن الصورة جاءت في مقدمة العوامل التي تؤثر على جاذبية الإعلان على شبكة الإنترنت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بنسبة 13.9%، تلاه في المرتبة الثانية استخدام الخلفية بنسبة 11%، ثم في المرتبة الثالثة استخدام العنوان بنسبة 9.1%، وهي النتيجة التي توضح أهمية مخاطبة حاسة البصر لدى الجمهور حيث إن الصورة تلخص المعاني الكلامية بصورة أبلغ لو تم وصفها كلامياً.

العلاقة بين استخدام الإنترنت وتطوير الأداء المهني للإعلاميين الرياضيين في مصر، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على معدل اعتماد الإعلاميين الرياضيين في مصر - سواء في المؤسسات الإعلامية العامة أو الخاصة - على المواقع الرياضية الإلكترونية التي تتيحها لهم شبكة الإنترنت سواء المصرية أو الأجنبية. والتعرف على دوافع تعرض الإعلاميين الرياضيين لهذه المواقع الرياضية الإلكترونية. من خلال التطبيق على عينة قوامها 150 مفردة من

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على دوافع تعرض الشباب المصري لإعلانات الإنترنت على اختلاف أنواعهم وتنوع استخدامهم لها، والإشباكات المتحركة لهم من ذلك التعرض والاستخدام، بالإضافة إلى التعرف على ماهية المتغيرات الوسيطة التي تؤثر في ذلك مثل (النوع، والسن، ونوع التعليم، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي). وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية بسيطة قوامها 400 مبحوث من الشباب المصري من محافظة القاهرة، والذين تتراوح أعمارهم ما بين (18-35 عاماً)، وتم توزيع مفردات العينة على عدد من الأحياء في محافظة القاهرة بشكل عشوائي لتمثل المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة.

أهم نتائج الدراسة:

- اتضح أن نسبة (59%) من أفراد عينة الدراسة لديهم بدائل وظيفية ضعيفة وقليلة لقضاء وقت الفراغ، تلاه بنسبة (22.2%) من أفراد عينة الدراسة من لديهم بدائل وظيفية جيدة ومتنوعة لقضاء وقت الفراغ، وأخيراً نجد أن نسبة (15%) من أفراد عينة الدراسة لديهم بدائل وظيفية متوسطة لقضاء وقت الفراغ.
- تبين أن من أكثر مزايا إعلانات

العاملين في الحقل الإعلامي الرياضي في القنوات التلفزيونية والصحف المصرية.

أهم نتائج الدراسة:

- النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة من العاملين بمجال الإعلام الرياضي (60.7%) يرون أن المواقع الرياضية الإلكترونية أثرت "إلى حد ما" على تراجع تعامل الجمهور مع الوسائل التقليدية في المجال الرياضي، في حين رأت نسبة (25.3%) أنها أثرت "بالفعل" على تراجع تعامل الجمهور مع الوسائل التقليدية في المجال الرياضي، ورأت النسبة المتبقية (14%) أنها "لم تؤثر" على تراجع تعامل الجمهور مع الوسائل التقليدية في المجال الرياضي. - النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة (92.0%) يرون ضرورة وجود قانون ينظم عمل المواقع الرياضية الإلكترونية، وذلك في مقابل نسبة (8%) يرون عدم وجود ضرورة لمثل هذه القوانين المنظمة لعمل المواقع الرياضية الإلكترونية. - النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال في مجال الإعلام الرياضي (54.7%) "راضون إلى حد ما" عن مستوى أدائهم المهني في مجال الإعلام الرياضي، في حين أن نسبة (34.0%) أقرروا بأنهم "راضون" بالفعل عن مستوى أدائهم المهني، وأقرت النسبة الباقية (11.3%) بأنها "غير راضية على الإطلاق" عن مستوى أدائهم المهني.

206/2

أمنية محمد فاروق

علاقة الصفوة المصرية بقناة النيل الثقافية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012
تهدف الدراسة التعرف على طبيعة العلاقة

بين أفراد الصفوة المصرية و قناة النيل الثقافية، التعرف على دوافع مشاهدة برامج و مواد قناة النيل الثقافية من جانب أفراد الصفوة المصرية، التعرف على مدى الإشباع المتحققة لدى الصفوة المصرية نتيجة التعرض لبرامج ومواد قناة النيل الثقافية، الوقوف على تقييم أفراد الصفوة المصرية لقناة النيل الثقافية، و اقتراحاتهم من أجل تحقيق المزيد من التطور لبرامج قناة النيل الثقافية الصفوة، التعرف على وضع القناة وسط القنوات الفضائية الأخرى بشكل خاص ووسائل الإعلام بشكل عام من حيث نسب المشاهدة ودرجة التفضيل والمتابعة من جانب أفراد الصفوة المصرية، خاصة و أن القناة تهدف إلى تقديم الثقافة الرفيعة من أجل منافسة القنوات الفضائية الأخرى في اجتذاب أفراد الصفوة

أهم النتائج: 73% من أفراد الصفوة يشاهدون قناة النيل بشكل دائم، 82% من أفراد الصفوة يعتمدون على قنوات التلفزيون لمعرفة ومتابعة القضايا والموضوعات الثقافية المتنوعة، 81.3% من أفراد الصفوة يحرصون على متابعة كل ما يدور حول القضايا الثقافية في مختلف وسائل الإعلام.

207/2

محمد شريف أمين الدالى

المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في قناتي (France24) والحررة الأمريكية الموجهتين باللغة العربية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012

اعتمدت الدراسة علي نظرية الأطر الإخبارية كمدخل نظري لها ، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي. كما استخدمت أداة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي وذلك بتطبيق استمارة تحليل مضمون علي عينة من نشرات الأخبار

الرئيسية و كانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: اهتمام الفئتين بالقضايا السياسية المتعلقة بالصراع العربي الإسرائيلي وحوادث الإرهاب والانتخابات التشريعية بالعراق والحوادث الطائفية وأحزاب المعارضة بمصر وحرب الحوثيين ومظاهرات الحراك الجنوبي باليمن والأحداث الإرهابية بـافغانستان وباكستان، والملف النووي وأحداث القمع بـإيران

208/2

إيمان سيد عبد الصادق

تأثير الأفلام السينمائية على المفردات اللغوية اللفظية للشباب المصري: دراسة مسحية تحليلية على عينة من الشباب المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012

استهدفت هذه الدراسة التعرف على تأثير الأفلام السينمائية على المفردات اللغوية اللفظية للشباب المصري ، و ذلك من خلال: أداة تحليل المضمون لتحليل عينة من الأفلام السينمائية قوامها (40) فيلم مثلوا 25% تقريباً من مجتمع الدراسة ، خلال الفترة 2004 - 2008. إجراء مسح ميداني على عينة من الشباب المصري قوامها 400 مفردة ، من الذكور و الإناث في الفترة العمرية 18-30 عاماً ، في ثلاث محافظات مصرية هي: القاهرة-الجيزة-حلوان

أهم النتائج:

إن التردد على السينما سواء بشكل دائم أو بشكل غير منتظم يلعب دوراً كبيراً في إقبال الشباب على استخدام الألفاظ محل الدراسة، فالمتريدين على السينما بشكل دائم كانت النسبة الأكبر منهم يستخدمون الألفاظ محل الدراسة، في الوقت الذي يقل بينهم وبنسبة كبيرة غير المستخدمين كما لا يوجد علاقة دالة بين حجم ما يستخدمه الشباب من المفردات اللغوية محل الدراسة وفقاً لخصائص الديموغرافية (النوع، العمر، الجنس).

209/2

مطر على مطر المطيري

معايير بناء أجندة الأخبار في التلفزيون الكويتي وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو القضايا العربية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012

تبلورت مشكله الدراسة في محاولة للتعرف على محورين أولهما كيفية بناء الأجندة الإخبارية والمصادر، التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في الحصول على أخباره ، والسياسة الإعلامية التي تحدد له مسارات الاختيار والمعالجة لمواده الإخبارية وأسس الاختيار والاستبعاد لبعض أخباره ، وثانيهما تأثير تلك الأجندة في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه قضايا بعينها

وقام الباحث بتحليل عدد من نشرات الأخبار التي يتم بثها عبر شاشة القناة الأولى بتلفزيون الكويت خلال الفترة من 1 أغسطس حتى 5 أغسطس عام 2010 ماعدا يوم 11 أغسطس 2010 حيث تم تخصيص الفترات الإخبارية كلها لتلقى التهاني بحلول شهر رمضان والمقدمة لأمير البلاد والديوان الأميري .، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عشوائية طبقية قوامها 400 مفردة من مشاهدي الأخبار في محافظتي الأحمدية والفروانية

النتائج العامة:

- ارتفاع نسبة مشاهدة جمهور العينة للنشرة الإخبارية، وارتفاع نسبة الذين ينتظرون النشرة لو كان هناك حدث مهم يرغبون في متابعته وارتفاع نسبة من يحرصون على المشاهدة وينتظرون موعد النشرة. - كشفت النتائج عن أن أفراد العينة يولون

النشرة قدراً متزايداً من الانتباه وكذلك ارتفاع نسبة من يستمرون في المشاهدة مما يؤكد آخر الأمر الارتباط الإيجابي نحو نشرة الأخبار من جمهور العينة وحرصه عليها.

-وجود إقبال ملحوظ لعدد من النشرات يتراوح بين نشرتين أو ثلاثة وأن أسباب التفضيل تبدأ بأن موعد النشرة مناسب لأفراد العينة ثم قيام النشرة باستعراض أحداث اليوم كله ثم الاهتمام بالإكثار من تقديم الأخبار المحلية.

-ارتفعت نسبة من يرون أن النشرة متوازنة في عرض وجهات نظر الدول وأن النشرة تحظى بدرجة ثقة في مصداقيتها مرتفعة للغاية أما الثقة المنخفضة فتمثلت 14.5% فقط.

-ثبتت صحة الفرض القائل بوجود توافق بين المضامين الإخبارية الواردة في النشرات الإخبارية وتلك التي يرغب أفراد العينة في متابعتها.

210/2

منى عنتر محمد لطفى

دور التلفزيون في تنمية الوعي المائي عند الجمهور المصري: دراسة مسحية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التلفزيون في تنمية الوعي المائي بمشاكل وقضايا المياه عند الجمهور المصري، من أجل توعية الجماهير بخطورة قضايا المياه ومشكلاتها وخاصة مشكلة تلوث المياه، وتعريف الجمهور بالأنشطة السلوكية الخاطئة التي تؤدي للتلوث، وحثهم على مراعاة عدم تلويث مصادر المياه، وتنمية الوعي الجماهيري بالعمل على تنفيذ القوانين التي تنعكس على البيئة وسلامتها وخاصة الحفاظ على المياه من التلوث، وتنمية مساهمة الجمهور في حماية البيئة من التلوث.

وقد تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عشوائية بسيطة قوامها (044 مفردة) من الجمهور المصري، الذين تبلغ أعمارهم (61 سنة فأكثر) في محافظة القاهرة في الأحياء ذات المستوى الاجتماعي - الاقتصادي المرتفع (مدينة نصر)، والأحياء ذات المستوى الاقتصادي - الاجتماعي المنخفض (دار السلام). أهم نتائج الدراسة التحليلية: فيما يخص حملات الحفاظ على المياه بالتلفزيون:

- جميع رسائل الحملات موضع الدراسة جاءت غير محددة التاريخ بنسبة (63.3%)، مما يشير إلى

استمرارية القائمين على أمر هذه الحملات في عرضها بنفس رسائلها دون الإحلال أو التجديد وبالتالي عادم مواكبتهم لأهم المشكلات التي تواجه مصر حالياً بشأن نهر النيل، ومنها مثلاً (مشكلة تعديل إتفاقية حوض النيل).

- أهم نتائج الدراسة الميدانية: وجاءت مشاهدة البرامج البيئية في المرتبة الثامنة وهى مرتبة متأخرة، ويرجع ذلك بسبب قلة حجم البرامج التي تتناول موضوعات بيئية بشكل عام، وموضوعات عن المياه بشكل خاص، أو أنها تقدم في قالب تقليدي يسوده الملل.

-جاءت البرامج البيئية في المرتبة الأولى بنسبة (55 %) كأكثر البرامج التلفزيونية التي تقدم معلومات عن المياه، تلاها البرامج العلمية والثقافية في المرتبة الثانية بنسبة (23.5%)، ثم البرامج الصحية في المرتبة الثالثة بنسبة (23.3%)، وجاءت البرامج الدينية في المرتبة الرابعة بنسبة 8.8%، واحتلت برامج المرأة المرتبة الأخيرة

211/2

عمرو محمد محمود عبد الحميد

حقوق الطفل كما تعكسها برامج الأطفال في إذاعة وتلفزيون مصر: دراسة مسحية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012

تهدف الدراسة إلى استقصاء مدى تناول حقوق الطفل في برامج الأطفال المقدمة باتحاد الإذاعة والتلفزيون، ومدى مراعاتها لاحتياجات الطفل المصري، ورصد وتحليل الحقوق المقدمة من حيث مضمونها وطريقة عرضها والاستمالات الإقناعية المستخدمة بها ومدى مشاركة الأطفال في طرح وتناول هذه الحقوق.

وكذلك دراسة معارف واتجاهات عينة من القائمين بالاتصال في تلك البرامج نحو قضايا حقوق الأطفال، وطبيعة المعالجة الإعلامية لها، ومعرفة مدى اختلاف مفهوم حقوق الطفل وأولويات الحقوق بالنسبة لهم، وفي ضوء ذلك يمكن رصد واقع الممارسة الفعلية لبرامج الأطفال تجاه حقوق الطفل المصري. وفي إطار منهج المسح تم تحليل مضمون برامج الأطفال الإذاعية والتلفزيونية خلال دورة برامجية كاملة لمدة ثلاثة شهور من خلال أسلوب الحصر الشامل بالتطبيق على القناة الثانية بالتلفزيون المصري وقناة النيل للأسرة والطفل وإذاعة البرنامج العام. كما تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها 150 مبحوث من القائمين بالاتصال في برامج الأطفال سواء في اتحاد الإذاعة والتلفزيون أو في شركات القطاع الخاص المنتجة لبرامج الأطفال .

وفي ضوء ما توصلت إليه النتائج برزت أهمية تسليط الضوء بصورة أكبر على واقع وحقوق الطفل المصري، وإشراكه بفاعلية في المحتوى المقدم، باعتبار أن الوضع القائم لاتحاد الإذاعة والتلفزيون يمثل نمط من أنماط إعلام الخدمة العامة الذي يتوجه لمختلف فئات

المجتمع المصري.

أهم النتائج التطبيقية:

1. ضرورة الاهتمام ببرامج الأطفال الإذاعية والتلفزيونية شكلاً ومضموناً، خاصة أن المساحة الزمنية التي تم تخصيصها لبرامج الأطفال في الخريطة البرامجية للوسائل محل الدراسة تعد ضئيلة بالمقارنة بنسبة الأطفال في المجتمع، كما أن برامج الأطفال محل الدراسة لا تعطي الاهتمام الكافي لقضايا حقوق الأطفال سواء من حيث المساحة الزمنية أو أسلوب العرض أو مشاركة الأطفال في تناول حقوقهم.

2. شغل الحيز الزمني لحقوق الطفل في البرامج الإذاعية والتلفزيونية محل الدراسة نسبة 15.9% من إجمالي الحيز الزمني للموضوعات والقضايا التي تناولتها برامج الأطفال خلال فترة الدراسة وجاء تناول حقوق الطفل في إطار فقرات متناثرة وجهود متفرقة في بعض الحلقات والبرامج ولم تكن في إطار برامجي متكامل .

212/2

سهى فوزى أحمد

العلاقة بين اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية الإسلامية ومستوى المعرفة الدينية لديهم، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2012

هدفت هذه الدراسة التعرف على مدى اعتماد الجمهور على القنوات الفضائية الإسلامية لتزويدهم بالمعرفة الدينية، ودراسة التأثير المعرفي لتلك القنوات والذي يرتبط بعدة متغيرات، بعضها يتعلق بحصائص الرسالة الإعلامية المقدمة في برامج تلك القنوات والبعض يتعلق بسمات الجمهور الشخصية من مستوى اجتماعي

واقتصادي وتعليمي وخصائص ديموجرافية، ومعرفة العلاقة بين متغير الاعتماد على تلك القنوات والمعرفة بالموضوعات الدينية .

وتوصلت الدراسة إلى أن: القنوات الفضائية الإسلامية من أهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور المصري عينة الدراسة للحصول على المعرفة الدينية، وأن هناك علاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة بين اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية الإسلامية ومستوى المعرفة الدينية لديهم فكلما زاد اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية الإسلامية زاد في المقابل مستوى المعرفة الدينية لديهم، وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة بين دوافع الاعتماد على القنوات الفضائية الإسلامية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

- التأثيرات المعرفية جاءت في مقدمة التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على القنوات الفضائية الإسلامية وتشير تلك النتيجة أن القنوات الفضائية الإسلامية تسهم في إثراء المعلومات والمعارف الدينية لدى الجمهور المصري من خلال ما تقدمه من موضوعات في مجالات المعرفة الدينية المختلفة.

- جاءت الفتاوى والآراء في مقدمة المضامين التي يحرص الجمهور المصري عينة الدراسة على متابعتها في القنوات الفضائية الإسلامية.

213/2

دينا منصور محمود يونس

العلاقات الأسرية في المسلسلات العربية التي يعرضها التلفزيون وأثرها على دعم ثقافة الحوار في المجتمع المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012
استهدفت هذه الدراسة التعرف على

الواقع التلفزيوني الذي تقدمه المسلسلات التلفزيونية المصرية الاجتماعية عن العلاقات الاجتماعية التي تربط أفراد الأسرة المصرية الاجتماعي الحقيقي المتعلق بتلك العلاقات في المجتمع المصري من ناحية وتأثيرها كذلك على السلوكيات المرتبطة بالتفاعل الأسري وقد تم إجراء دراسة تحليلية على عينة من المسلسلات التلفزيونية قوامها 12 مسلسل بالإضافة إلى دراسة ميدانية على عينة عشوائية بسيطة قوامها 434 مفردة من الآباء والأبناء المقيمين بمحافظة القاهرة والجيزة. ، و الإطار النظري لها نظرية الغرس الثقافي.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- ان اختيار أنماط الأسر ذات المستوى الاقتصادي المرتفع هو الشكل الغالب على الأسرة المصرية في المسلسلات.

- ظهرت الأسرة المصرية مترابطة بنسبة 62,8% والعلاقة بين الزوجين والأبناء علاقة إيجابية.

- كانت هم المشكلات الاجتماعية التي ظهرت في الأسرة المصرية هي الصراع بين الآباء والأبناء أما أهم المشكلات الاقتصادية هي انخفاض مستوى الدخل.

- أن معظم الأسر في المسلسلات المصرية الاجتماعية تسودها العلاقات المترابطة مع وجود خلافات، و يغلب على العلاقات الأسرية بها الطابع الإيجابي.

- و جود علاقة بين معدل دوافع التعرض و الدوافع النفعية منها من ناحية و التأثير على دعم مستوى ثقافة الحوار في المجتمع المصري، فعندما يكون دافع المشاهدة هو الاستفادة من المضمون يكون التأثير أكبر على دعم مستوى ثقافة الحوار.

حيث طريقة وأسلوب التناول.

2- اوضحت الدراسة اختلاف تصورات كل من قناة الجزيرة و CNN حول أطراف القضية والذي يعكس رؤية كل منهما لعناصر المشكلة المحورية للأحداث المختلفة الفعلية تجاه تشكيل الحدث، وما للأطر الإعلامية من تأثير على تلك التصورات.

3- بالرغم من إن اختلاف المضمون ومدى قرب أو بعد تأثيراته المباشرة يتحدد معه مدى التشابه والتباين في سمات الأطر الإعلامية المختلفة إلا أن هناك بعض المحاور الأساسية التي تمثل خطوطاً عريضة في الأطر الإعلامية الخاصة بكل قناة والتي تسعى إلى تحديد ورسم ملامح شخصيتها.

4- أهمية استخدام نظرية الأطر الإعلامية في توضيح التحيز في التناول الإعلامي، وتأثير ذلك على الكيفية التي يستقبل بها الجمهور للرسالة الإعلامية، وكذلك أهمية كل من التحليل الكمي والكيفي للإطار الإعلامي، حيث انعكست أيولوجية الوسيلة الإعلامية في التناول الإعلامي لحرب 2003 ففي حين وصفتها قناة CNN بصفات محايدة، وصفتها قناة الجزيرة بالاعتداء الأمريكي على العراق، الحرب الأنجلوأمريكية على العراق، الاحتلال الأمريكي للعراق.

215/2

غادة ممدوح سيد امين

معالجة العنف في الافلام العربية والاجنبية بالقنوات الفضائية وعلاقتها بالميول العدوانية لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012

214/2

اميرة فتحى ابراهيم القاضى

المعالجة الاخبارية للازمة العراقية فى قناتى الجزيرة و CNN، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2012

تناول موضوع الدراسة رصد وتحليل المعالجة الإخبارية للأزمة العراقية في قناتي الجزيرة و CNN وذلك للتعرف على المضامين والأشكال المختلفة لكل منهما، ومدى توافر قدر من التوازن والتنوع وحجم المصداقية، وتم ذلك من خلال إجراء مقارنة بين كل من النشرات الإخبارية التي تبثها قناة الجزيرة، وكل من النشرات الإخبارية التي تبثها قناة CNN. اعتمدت على إجراء هذه الدراسة على أسلوب تحليل المضمون للنشرات الإخبارية التي تقدمها قناة الجزيرة و CNN على مدار ثلاثة أشهر على التوالي لتحديد الأطر الإخبارية التي تستخدمها تلك القنوات لمعالجة الحرب الأنجلو- أمريكية على العراق. وأيضاً اعتمدت في إجراء دراسة علي منهج المسح الإعلامي، وقياس حجم التغطية الإخبارية، والكشف عن اتجاه التغطية في القناتين خلال فترة البحث. كما تم الاعتماد على منهج المسح بالعينة فيما يتعلق بالنشرات الإخبارية والتقارير الإخبارية. كما استخدمت الدراسة المنهج المقارن في المقارنة بين قناتي CNN والجزيرة خلال فترة البحث، وذلك للتعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بينهما.

أهم نتائج الدراسة:

1- وجود اختلافات جوهرية وجذرية في التغطية الإخبارية للحرب على العراق ما بين قناة الجزيرة و CNN من

تهدف الدراسة إلى معرفة سمات المضمون العنيف الذي تقدمه الأفلام العربية والأجنبية التي تعرضها قنوات الدراما الفضائية العربية والعربية التي تُقدم مضمونا أجنبيا، بالإضافة إلى الكشف عن معدل ودوافع مشاهدة الشباب المصري للأفلام ذات المضمون العنيف، وعما إذا كانت هناك علاقة ارتباط بين معدل مشاهدة تلك الأفلام وميل الشباب نحو العدوان، وذلك بدراسة تحليلية على عينة قدرها 26 فيلما عربيا وأجنبيا عرضت على قناتي روتانا سينما وMBC2، أما عينة الدراسة الميدانية فتكونت من 400 مبحوثا من الشباب المصري المقيم في محافظات القاهرة والقليوبية والجيزة، في الفئة العمرية من (18:35)، وذلك باستخدام منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، واستخدام نظرية الغرس الثقافي التي تفترض أن كثيفي التعرض للتلفزيون أكثر إدراكا للواقع الاجتماعي على أنه أكثر تشابها مع الواقع المُقدم في التلفزيون.

وقد توصلت الدراسة التحليلية لمجموعة نتائج أهمها/ تساوي نسبة مشاهد العنف تقريبا بالأفلام العربية والأجنبية عينة الدراسة والمعرضة بقنوات الدراما الفضائية العربية والعربية التي تقدم مضمونا أجنبيا- تفوق الذكور كمرتكبي للعنف على الإناث في الأفلام العربية والأجنبية عينة الدراسة بنسب (85.1%)، (14.9%) على التوالي، وكان هناك اتفاق بين الأفلام العربية والأجنبية- عينة الدراسة- على مجئ الذكور في المرتبة الأولى كمرتكبي للعنف بنسب (84.9%)، (85.3%) على التوالي- اتضح أن العنف البدني أكثر أنواع العنف استخداما في الأفلام العربية والأجنبية عينة الدراسة، وبالنسبة لنتائج الدراسة الميدانية فقد توصلت إلى: تم قبول الفرض القائل بأن الذكور أكثر ميلا للعنف عن الإناث كما

وجدت علاقة ارتباط طردية دالة إحصائيا بين حجم تعرض الشباب للأفلام ذات المضمون العنيف ومستويات ميلهم نحو العدوان، أي أنه كلما زاد التعرض زاد الميل نحو العدوان- كشفت الدراسة أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة يشاهدون الأفلام ذات المضمون العنيف بصفة غير منتظمة وهم من كانت إجاباتهم أحيانا بمعدل (188 تكرارا) بنسبة (47%)، يليهم في المرتبة الثانية من يشاهدون الأفلام ذات المضمون العنيف بصفة نادرة ونسبتهم (33.5%)، وفي المرتبة الثالثة جاء من يشاهدون الأفلام ذات المضمون العنيف بصفة منتظمة ودائمة وهم من كانت إجاباتهم دائما وبلغت نسبتهم (19.5%) - أيضا توصلت الدراسة إلى أن أكثر من نصف الشباب عينة الدراسة يرون أن مشاهد العنف يتم عرضها أكثر في الأفلام الأجنبية والتي أخذت المرتبة الأولى بنسبة (81.5%) وهي نسبة عالية تدل على خطورة تلك الأفلام وما تعرضه على الصغار والكبار وخاصة المراهقين منهم الذين لم تنمو قدراتهم بعد للفرقة بين ما هو خيالي وما هو واقعي.

216/2

محمد نبيل أحمد محمد حماد

صورة العرب في الأفلام السينمائية الأمريكية بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 (دراسة تحليلية)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2012

تحدد مشكلة البحث في السؤال الآتي : ما هي طبيعة الصورة النمطية التي يحملها الأمريكيون عن العرب وتنعكس من خلال الأفلام السينمائية الأمريكية بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001؟ من تحليل الأفلام السينمائية التي تعرض صورة

العلاقة بين استخدام المكفوفين للإذاعة ومستوى معرفتهم بالأحداث الجارية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012

استهدفت الدراسة اختبار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وتطبيقها على العلاقة بين استخدام المكفوفين للإذاعة ومستوى معرفتهم بالأحداث الجارية وتأثير كل من: المتغيرات الديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي - الحالة الاجتماعية)، وسن الإصابة بكف البصر، ودرجة الاعتماد على الإذاعة في معرفة الأحداث الجارية في مصر والعالم، وأهداف هذا الاعتماد (الفهم - التوجيه - التسلية والتأثيرات الناتجة عنه) المعرفية - الوجدانية، ومدى المشاركة بالرأي في برامج الإذاعة، ومدى الحرص على متابعة الأحداث الجارية، ومدى الاستفادة من الإذاعة في متابعة الأحداث الجارية، ومدى الثقة في مصداقية الإذاعة كمصدر للمعلومات، وذلك من خلال دراسة مسحية أجريت على عينة عمدية (عينة كرة الثلج (من المكفوفين البالغين أكثر من ١٨ عاماً قوامها ٨٠ مفردة ممن كف بصرهم كفاً كلياً ولا يعانون أي إعاقة أخرى ، ويقعون بمحافظة القاهرة ، تم تقسيمهم تقسيماً متساوياً وفقاً لكل من المتغيرين الديموجرافيين (النوع والمستوى الاجتماعي الاقتصادي لأحياء القاهرة السكنية خلال الفترة من أول مايو حتى نهاية شهر يوليو ٢٠٠٩،

توصلت الدراسة إلى:

-بلغ مدى استماع أفراد العينة من المكفوفين إلى الإذاعة بصفة دائمة ومنتظمة إلى نسبة

العرب بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 م ،وتتكون عينة الدراسة من الأفلام السينمائية الأمريكية التي أنتجت بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001 م تم تطبيق العينة العشوائية البسيطة، وبهذا تكونت عينة الدراسة من (16) فيلماً تناولت صورة العرب

نتائج الدراسة

-أن غالبية الأفلام التي عكست صورة العرب مصدرها قصص مؤلفة خصيصاً للسبينا ،وتنوع الشخصيات العربية في الأفلام التي عالجت الصورة العربية ، فقد جاءت الشخصية المصرية في المقام الأول تليها الشخصية السعودية ، والفلسطينية ، واليمينية إلخ .

-أظهرت الأفلام جميع الشخصيات العربية يعتقدون الدين الإسلامي وذلك بنسبة 100% -وصفت الأفلام أن أغلب الشخصيات العربية يتصفون بأن مستواهم الاقتصادي مرتفع وذلك بنسبة 43.75%

-لم تهتم أغلب الأفلام بإبراز الحالة الاجتماعية للشخصية العربية وذلك بنسبة 56.25% ، بينما ظهرت الشخصية العربية بصفة أعزب بنسبة 25% من الشخصيات العربية

-أتضح أن أغلب الشخصيات العربية تتمتع بقيم أخلاقية سلبية بنسبة 64.11% تتنوع بين القسوة والإعتداء علي الآخرين ، استخدام العرب في أعمال غير مشروعة ، الأنانية وحب الذات ، الغدر والخيانة .. إلخ

-أظهرت غالبية الأفلام الوسائل التي تتبعها الشخصيات العربية لتحقيق أهدافها هي وسائل سلبية وذلك بنسبة 68.75% وهي تتنوع بين أعمال غير مشروعة كالقتل ، وتجارة السلاح ، السرقة والإختطاف ، العنف .

٤٦,٧ %، وبلغت نسبة أفراد العينة من المكفوفين الذين يستمعون إلى الإذاعة بصفة غير منتظمة ٤٣,٩ %، كما تبين من العلاقات الارتباطية وجود علاقة دالة إحصائية بين مدى الاستماع إلى الإذاعة والمستوى التعليمي، وهذه العلاقة تميل لصالح المستوى التعليمي "حاصل على شهادة أقل من أو متوسط" في حالة الاستماع دائماً للإذاعة، وتميل لصالح "يقرأ ويكتب" في حالة الاستماع أحياناً، بينما لا توجد علاقة دالة إحصائية بين مدى استماع أفراد العينة إلى الإذاعة وكل من النوع والسن والمستوى الاجتماعي الاقتصادي للحالة الاجتماعية وسن الإصابة بكف البصر.

جاء الراديو في المرتبة الأولى بين الوسائل التي تفضل فئة الإعاقة البصرية التعرض لها ومتابعتها، وتأتي القنوات الفضائية في الترتيب الثاني.

- احتلت إذاعة القرآن الكريم مقدمة الإذاعات التي يفضل أفراد العينة الاستماع إليها، وشغلت إذاعة البرنامج العام الترتيب الثاني، ثم إذاعة الشباب والرياضة.

218/2

السيد محمد أبو شعيشع حسن

دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، قسم الإذاعة، 2012
اهتمت الدراسة بالتعرف على دور برامج المشاركة الجماهيرية في دعم حرية التعبير وتحديد الفرص التي تقدمها للجمهور العربي والمصري للمشاركة بارائه إزاء الموضوعات والقضايا المقدمة في هذه البرامج، والتعبير عن اتجاهاته نحوها وما يمكن أن يترتب على ذلك من تأثير على صنع القرار السياسى، وذلك من خلال

تحديد نوع القضايا التي تتم مناقشتها في هذه البرامج، والأسس التي يتم من خلالها تحديد هذه القضايا وأسلوب المعالجة المستخدم في المناقشة، كما تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على نوعية القضايا التي تناقش في برامج المشاركة الجماهيرية، ومساحة الحرية التي تعطى لكل مشارك في هذه البرامج، ومدى تدخل مقدمو البرنامج في تغيير أو تقييد آراء المشاركين فيها من الجمهور، واستمدت الدراسة إطارها النظري من نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، واعتمدت وذلك من خلال تحليل المضمون، (Descriptive) على منهج المسح بشقه الوصفي

وتوصلت إلى أن: القائم بالاتصال لم يتدخل برأيه في (٩٣%) من مشاركات الجمهور، وهو ما يشير إلى

أن برامج المشاركة الجماهيرية تدعم حرية التعبير إلى حد كبير حيث تسمح للجمهور بالتعبير عن رأيه بشكل محايد دون محاولة من جانب القائم بالاتصال للقفز على هذا الرأي وتغييره أو محاولة إبراز رأى معين في الحلقة دون غيره من الآراء.

219/2

رباب حسين محمود عبد الله

علاقة مشاهدة الأفلام الأمريكية في القنوات الفضائية بإدراك الجمهور المصري لمفهوم النوع الاجتماعي، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2012

تسعى هذه الرسالة إلى التعرف على العلاقة بين مشاهدة الأفلام الأمريكية المقدمة على القنوات الفضائية العربية وإدراك الجمهور المصري لمفهوم النوع الاجتماعي، وتمثلت أهدافها الرئيسية في الحصول على معلومات دقيقة وكافية عن

مروة عبدالغني عبدالفتاح الصيفي

استخدام الأطفال للقنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمستوى المعلومات الدينية لديهم رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2012

تسعى هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة العلاقة بين الأطفال والقنوات الفضائية الإسلامية، وهل يؤثر تعرضهم لها على مستوى المعرفة الدينية المتاحة لديهم، وأجريت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها (400 مفردة) من الأطفال - من 9 إلى 12 سنة - الذين يشاهدون الفضائيات الإسلامية

أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

1- توجد فروق غير دالة إحصائية بين الذكور والإناث -عينة الدراسة في معدل التعرض للقنوات الفضائية الإسلامية.

2- توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث -عينة الدراسة في مستوى المعرفة الدينية، وباستقراء البيانات يتضح أن المتوسط الحسابي للإناث (12,97) أكبر من المتوسط الحسابي للذكور (11,11).

3- توجد فروق دالة إحصائية بين الأطفال من المدارس الحكومية والخاصة في معدل التعرض للقنوات الفضائية الإسلامية لصالح أطفال المدارس الحكومية.

4- أثبتت النتائج أن أطفال المدارس الخاصة أعلى من أطفال المدارس الحكومية في مستوى المعلومات الدينية.

5- توجد فروق دالة إحصائية بين الأطفال عينة الدراسة من المستويات الاجتماعية الاقتصادية (منخفض، متوسط، مرتفع) في معدل التعرض للقنوات الفضائية الإسلامية لصالح المستوى الأقل.

حدود الدور الذي يقوم به التلفزيون في تكوين الصورة الذهنية عن الرجل والمرأة وخلق اتجاهات نحوهما، من خلال التعرف على أنماط التعرض للتلفزيون والصورة الإعلامية المقدمة من خلاله عن الرجل والمرأة، وتأثيرها على الواقع المدرك لدى الجمهور المصري تجاه النوع الاجتماعي.

وارتكزت الدراسة على نظريتي الغرس الثقافي ونظرية النموذج، مستخدمة المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي؛ فقد أجرت الباحثة تحليل مضمون لعينة من الأفلام الأمريكية الاجتماعية وأفلام الحركة المقدمة في القنوات الفضائية العربية المفتوحة التي تقدم الأفلام الإنجليزية المعبلة، لمعرفة كيفية رسمها لصورة النوع الاجتماعي، كما أجريت الدراسة على عينة طبقية عشوائية مكونة من 400 مفردة من الجمهور المصري في إطار محافظات القاهرة الكبرى (القاهرة والجيزة والقليوبية)، حيث تم مراعاة التنوع في المستويات الاجتماعية الاقتصادية، ومستوى التعليم والسن كذلك.

وخلصت الرسالة إلى أنه لا يوجد

تطابق بين الصورة الإعلامية التي تقدمها الأفلام الأمريكية على القنوات الفضائية عن النوع الاجتماعي، والصورة الذهنية المدركة لدى الجمهور المصري عن النوع الاجتماعي، وأن العلاقة الارتباطية بين الصورة الإعلامية التي تقدمها الأفلام الأمريكية على القنوات الفضائية عن النوع الاجتماعي، والصورة الذهنية المدركة لدى الجمهور المصري عن النوع الاجتماعي لا تتأثر بالخصائص الديموجرافية (النوع الاجتماعي - السن - المهنة - الدخل الشهري).

حسين خليفة حسن خليفة

أثر استخدام الإثارة الحسية بالأفلام والمسلسلات العربية المقدمة في القنوات الفضائية على الشباب، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2012

تمثلت مشكلة البحث في دراسة مدى تأثير استخدام الإثارة الحسية في الأفلام والمسلسلات العربية المقدمة بالقنوات الفضائية على الشباب المتابع لها، إلى جانب دراسة دوافع الشباب وأنماط نشاطه التي يمارسها أثناء مشاهدة تلك الأفلام والمسلسلات. واعتمدت الدراسة في إطارها النظري، وصياغة فروضها علي نموذج روبين وكيم وهو أحد مداخل نظرية الاستخدامات والتأثيرات، وكان للدراسة (5) فروض رئيسية، (9) فروض فرعية، واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، حيث قام الباحث بمسح عينة من مضمون الأعمال الدرامية المقدمة بالفضائيات العربية، وذلك علي مدار ثلاثة أشهر كاملة، والتي اشتملت علي (72) فيلماً عرضتها قناة "ميلودي أفلام" و(3) مسلسلات عرضتها قناة "كايرودراما"، وتم التحليل باستخدام استمارة تحليل المضمون، إلي جانب مسح عينة عشوائية طبقية من الجمهور قوامها (400) مبحوثاً من الشباب المقيمين بمحافظات القاهرة الكبرى.

وأشارت نتائج الدراسة التحليلية إلي أن الوزن النسبي للشخصيات الإثارية بالأعمال الدرامية العربية بلغ 62%، وجاءت مرحلة الشباب كأكثر المراحل العمرية التي تم تقديمها علي أنها الأكثر إثارة بنسبة بلغت 61.4%، ثم مرحلة النضج في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 27.2%، ثم مرحلة كبار السن في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 10.2%، أما مرحلة المراهقة فجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة

بلغت 1.2%، كما بلغت النسبة الإجمالية للأعمال المشروعة التي قامت بها الشخصيات الإثارية بالأعمال الدرامية 54%، بينما بلغت النسبة الإجمالية للأعمال غير المشروعة 31.5%.

وأشارت نتائج الدراسة الميدانية إلي أن غالبية المبحوثين يشاهدون الأعمال الدرامية الإثارية بصفة دائمة ومنتظمة بنسبة بلغت 71.5%، وأما الذين يشاهدونها بصفة غير منتظمة فبلغت نسبتهم 28.5%، كما يري المبحوثون عدم وجود أهمية لمشاهد الإثارة الحسية بالأفلام والمسلسلات العربية بنسبة وصلت إلي 64.7%، في حين تري نسبة 35.3% وجود أهمية لتلك المشاهد، ويؤيد غالبية المبحوثين أن تحذف الرقابة الفنية مشاهد الإثارة الحسية من الأعمال الدرامية العربية بنسبة وصلت إلي 78.7%، في حين ترفض نسبة 21.3% حذفها، وثبتت صحة الفرض الأول للدراسة، في حين لم تثبت صحة الفرض الثاني، كما ثبتت صحة الفرض الثالث والرابع جزئياً. أما الفرض الخامس فلم تثبت صحته.

ميرا أحمد محمد فتحي

استخدام الجمهور في الريف المصري للقنوات الفضائية وعلاقته بالسلوك المهني والإنتاجية: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2012.

تناولت هذه الدراسة "استخدام الجمهور في الريف المصري للقنوات الفضائية وعلاقته بالسلوك المهني والإنتاجية" حيث اعتمدت الباحثة على استمارة استبيان لجمع البيانات ورصد وتحليل العلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية من جهة وكل من السلوك المهني والإنتاجية والاتجاه نحو المهنة من جهة أخرى، حيث أجريت الدراسة على عينة

عشوائية قوامها 400 فرد من الذكور من محافظتي المنيا والبحيرة، وتم الاعتماد على مدخل الاستخدامات والإشباع للتعرف على دوافع المبحوثين لمشاهدة الفضائيات وكذلك رصد الإشباع المتحققة جراء ذلك.

أهم النتائج: يفضل المبحوثين الفضائيات المصرية في المقام الأول يليها التي تبثها الدول العربية ، أفاد أكثر من نصف العينة بأنهم يقضون من ساعة إلى ساعتين في مشاهدة القنوات الفضائية كام أفاد 59% من مجمل العينة بأنهم يتابعون القنوات الفضائية لعدة ساعات متواصلة، يفضل المجتمع الريفي مشاهدة التلفزيون في المنزل وبالتالي فإن 94% أفادوا أنهم يشاهدون التلفزيون مع أفراد الأسرة.

235/2

عزة لطفى عبد الحميد علام

دور القنوات الفضائية العربية في نشر الفكر الخرافى (دراسة مسحية)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2012

تتناول هذه الدراسة المعالجة الإعلامية لقضية الخرافى و دور القنوات الفضائية العربية في نشر الفكر الخرافى والتعرف على مدى تأثيرها على المشاهد المصرى ومدى اهتمامه بمشاهدة البرامج والأفلام التى تهتم بالدجل والشعوذة وتناولت الإطار المنهجى للدراسى حيث يتم عرض مشكلة الدراسة وأهميتها وأهداف الدراسة (التحليلية والميدانية) وكذلك عرض لتساؤلات الأساسية التى تسعى الدراسة إلى الإجابة عنها بالإضافة إلى نطاق الدراسة التحليلية وتحديد مجتمع الدراسة الميدانية وأدوات جمع البيانات وإجراءات الصدق والثبات والمقاييس الإحصائية المستخدمة وتوصلت الدراسة: أكثر القنوات التى تعرض وتهتم بهذه البرامج هي القنوات العراقية 4 قنوات

وقناة البغدادية أكثرها عرضاً لبرامج السحر والشعوذة، يليها قنوات فضائية مصرية وجميع هذه القنوات تتبع الإعلام الخاص، أظهرت نتائج الدراسة الميدانية عدم معرفة أفراد العينة لصفات ابراجهم حيث بلغت نسبتهم 67.3% بينما يعرف 37% صفات برجهم، بلغت نسبة 93.3% من أفراد العينة الذين يتفائلون ويتشائمون بما يقال عن البرج بين أفراد العينة مقابل 3.7% فقط من لا يؤمنون بهذه الأبراج.

221/2

رانيا فوزى حنفى محمود مرسى

خصائص المجتمعات الغربية كما تعكسها الأفلام السينمائية الروائية المصرية وعلاقتها باتجاه الشباب المصري نحو الهجرة إلى هذه المجتمعات" دراسة تحليلية وميدانية "، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

تكمن جاذبية السينما المصرية التي تتناول واقع المجتمع الغربي في حالة الإشباع النفسي الذي تقدمه هذه الأفلام للمشاهدين لأن تلك الأفلام تقدم مضامين معينة عن الحياة الغربية والواقع الخارجى من خلال المشاهد واللقطات والأحداث والحوار قادرة علي إقناع المشاهد ببعض مضامين الأفلام التي تقدم وقائع زائفة أو محرفة في بعض الأحيان داخل حركة الأفلام السينمائية ، ويظهر ذلك التأثير جلياً في أن السينما المصرية نقلت عادات وتقاليد المجتمع الغربى دون أن تراعى الاختلافات الموجودة في العلاقات وفي التقاليد المصرية والموروثات الشعبية، مما جعل نظرة الشباب المصري للغرب ما زالت نظرة إنجذاب وإعجاب، فهم ينجذبون لطريقة حياة الغرب لأنه مصدر الحداثة، والعلم، والمدنية ، أصبحت الهجرة فى عصرنا الحاضر

حيث الشكل و المضمون في التلفزيون المصري من خلال : التعرف على حجم المعالجة للقضية ، و مدى نجاح الخدمة الإعلامية في إدارة الأزمة ، رصد و معرفة أبرز القوالب و الأشكال الخبرية و البرمجية التي نقلت المحتوى المتعلق بالقضية موضوع الدراسة ، معرفة درجة الاختلاف بين القنوات المختلفة في طريقة معالجة قضية مياه النيل ، استشراف رؤية إعلامية للتعامل مع القضية في الفترة القادمة.

توصلت الدراسة إلى مايلي:

-غلبة الاخبار السياسية عن بقية الموضوعات الخيرية الاخرى في النشرات الاخبارية، كما جاءت القضايا السياسية في صدارة القضايا الفرعية المثارة عن قضية مياه النيل في الحلقات البرمجية.

-مجي تجاهل مصب والسودان فضائهما الافريقي في مقدمة أسباب حدوث أزمة حوض النيل ، بينما أحتل (حل وتوثيق زيادة التعاون بين مصر وباقي دول حوض النيل المرتبة الاولى في حلول قضايا حوض النيل كما طرحتها القنوات عينة الدراسة.

224/2

أسماء أحمد بن مصطفى

التعرض للأباحية عبر الإنترنت والاتجاهات نحو الجنس بين المراهقين (باللغة الانجليزية)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

تبحث هذه الدراسة العلاقة بين التعرض للمواد الإباحية على الانترنت والمواقف الجنسية للمراهقين، وتطبيق فرضيات تأثير الشخص الثالث كإطار نظري. تم تقديم استبيانات على الانترنت ل 420 طالب (13-19 سنة) من المدارس والجامعات في

الهدف الرئيسي الذي يسعى من أجله أغلب الشباب طمعاً في تحقيق الحلم بالسيارة الفخمة والفلا والرصيد البنكي الهائل وبحياة الرفاهية والبذخ وإبهار الآخرين ، وعلى الرغم من أن جنون المغامرة أودى بحياة عديد من الشباب الذين قادتهم أحلامهم إلى أفواه الأسماك في البحار والمحيطات، ولايبقى أمام الشاب المولع بالهجرة بسبب تشديد إجراءات السفر والاقامة في الدول الأوروبية سوى المغامرة برحلة بحرية سرية مع أحد مهربي المهاجرين يصعب التكهّن بنهايتها التي غالباً ما تكون الموت أو الإيقاف أو الاعتقال التحفظي في أحد معسكرات تجميع المهاجرين غير الشرعيين في إيطاليا علماً وأن البعض من هؤلاء المغامرين حالفهم الحظ وتمكنوا من بلوغ الهدف في بلد الأحلام الزائفة ، ولهذا يمكننا القول بأن الهجرة الحالية للشباب المصري بدأت في السنوات الأخيرة، حيث إصطدام الشباب في حياتهم بالبطالة وأعباء المعيشة، لتتحول سريعاً إلى تيار هجرة خارجية أتجه فيها الشباب نحو أوروبا الغربية بشكل خاص ثم الولايات المتحدة الأمريكية حيث الاقتصاد الحر مزدهر ولا قيود على الحريات الفردية، بهذا إزدادت الهجرة غير الشرعية بشكل ملفت للنظر في الآونة الأخيرة للمهاجرين الشباب، ولعل المآسي التي تجسدت في موت الشباب غرقاً في البحر ليست ببعيدة .

223/2

جوزيف أنطون متری

معالجة التلفزيون المصري لقضية مياه النيل : دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

هتتمت الدراسة بالتعرف على طبيعة المعالجة الإعلامية لقضية مياه النيل من

القاهرة.

ووجدت النتائج أن المجيبين يعتقدون أن الآخرين قد تعرضوا أكثر للمواد الإباحية على الإنترنت من أنفسهم، كما توصلت الدراسة أن الذكور كانوا أكثر تعرضاً للمواد الإباحية عبر شبكة الإنترنت من الإناث وكذلك أشارت النتائج أن المبحوثات يتصورون أن لتلك المواد تأثيراً سلبياً أكبر مما يتصوره الذكور. وقد أوضحت أيضاً الدراسة أن التعرض للمواد الإباحية عبر شبكة الإنترنت يؤثر على السلوك المتساهل جنسياً العلاقات الرومانسية غير الزوجية ، إن التعرض للمواد الإباحية عبر شبكة الإنترنت يؤثر على التغاضي عن العلاقات الجنسية غير الزوجية.

225/2

شيماء محمد محمد حسنين

علاقة الجمهور في مصر بالخدمة الإنجليزية في البرنامج الأوروبي (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

تستهدف الدراسة التعرف على طبيعة العلاقة بين برامج الخدمة الإنجليزية في البرنامج الأوروبي المحلي وبين جمهور هذه الخدمة من المصريين والأجانب المقيمين في مصر ومعرفة خصائص كل جمهور ومعرفة الدوافع التي تدفعهم للاستماع والإشباع التي تحققها لهم من خلال إجراء بحث ميداني لعينة من الجمهور المصري والأجنبي 400 مفردة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة

- عدم وجود اختلاف بين المستمعين من الذكور والإناث في معدل الاستماع إلى الخدمة الإنجليزية في البرنامج الأوروبي المحلي.
- عدم وجود اختلاف بين المستمعين من

الذكور والإناث والدوافع الطقوسية والنفعية لاستخدام الخدمة الإنجليزية في البرنامج الأوروبي المحلي.

• اختلاف تحقيق إشباعات الوسيلة المتحققة من الاستماع إلى الخدمة الإنجليزية في البرنامج الأوروبي المحلي باختلاف الجنسية.

• اختلاف تحقيق إشباعات المحتوى من الاستماع إلى الخدمة الإنجليزية في البرنامج الأوروبي المحلي باختلاف الجنسية.

• وجود علاقة ارتباطية طردية بين معدل الاستماع إلى الخدمة الإنجليزية في البرنامج الأوروبي المحلي وبين إشباعات المحتوى (اجتماعية توجيحية) المتحققة من الاستماع.

• وجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع الاستماع إلى الخدمة الإنجليزية في البرنامج الأوروبي المحلي والإشباعات المتحققة من الاستماع.

• توصلت الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين أفراد العينة من الجمهور المصري والأجنبي والخدمة الإنجليزية في البرنامج الأوروبي المحلي، ومن خلال ذلك تعرفت الدراسة على إيجابيات تلك الخدمة الإعلامية المصرية باللغة الإنجليزية وسلبياتها، والمشكلات التي واجهها، وعرض مقترحات لحل هذه المشاكل وتطويرها.

226/2

لميس علاء الدين الوزان

صورة المرأة في إعلانات القنوات الفضائية العربية ودورها في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحوها، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

وانعكاس هذا الدور على نظرة الشباب للمرأة المصرية الشرقية التي تلتزم بدينها وتقاليدها، فهو يبيع ويشترى على حساب كرامتها لتشويه صورتها وزعزعة مشاعر واتجاهات الشباب نحوها، ويدل ذلك على عدم الانضباط الأخلاقي للجهات المعلنة، ويجب إعادة النظر في هيكله صنع الإعلان باستغناء مثل هذه السياسة المشينة للترويج للسلع والبعد عن الإثارة الجسدية للمرأة والتركيز في الأدوار الإيجابية للمرأة في المجتمع وتجنب ظهور المرأة إلا في أدوار محترمة محتشمة بناءة مثل إعلانات التوعية وغيره، وعدم قيام أي معن بتسويق المرأة إلا ما تحدده وتسمح به الرقابة على الإعلانات.

- وجدت فروق معنوية إحصائية لصورة المرأة في إعلانات القنوات الفضائية العربية طبقاً للنوع الاجتماعي مع واحد من المتغيرات المدروسة. كذلك خرج البحث بصحة الفرض الثاني جزئياً بخصوص صورة المرأة في إعلانات القنوات الفضائية العربية طبقاً للفئة السنية.

- وجدت فروق معنوية إحصائية لصورة المرأة في إعلانات قنوات الفضائية العربية طبقاً لمستوى الحي الذي يسكن فيه المبحوث، والذي يشير إلى علاقة المستوى الاجتماعي/الاقتصادي بالمتغيرات المدروسة.

227/2

أحمد محمد محمود إبراهيم

تأثير التعرض للقنوات الفضائية على تغيير الثوابت الثقافية والاجتماعية : دراسة حالة على قرية بصعيد مصر، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

هدف البحث الوقوف على مدى تغلغل

تتلخص مشكلة هذه الدراسة في محاولة تقديم رؤية علمية لتفسير العلاقة بين التعرض لصورة المرأة في الإعلانات التي تعرض على القنوات الفضائية من ناحية وبين دور هذه الصور في تشكيل اتجاهات الشباب نحو المرأة من ناحية أخرى، وتحديد طبيعة ومدى قوة هذه العلاقة، وإلى أي مدى يمكن للإعلانات التي تعرض على شاشة التلفزيون من خلال القنوات الفضائية العربية أن تشكل اتجاهات طلاب الجامعة نحو المرأة، والتعرف على دور المتغيرات الأخرى المختلفة - التي قد يكون لها دور - لتحليل الإعلانات التي توجد بها صورة المرأة، لمعرفة إلى أي مدى يمكن أن تكون هذه الإعلانات أداة لغرس صورة معينة لدى الشباب المصري، سواء كانت صورة إيجابية للمرأة أو سلبية. لذلك تم مما اختيار أكثر القناة التي يقبل الشباب على مشاهدتها أكثر من أي قناة أخرى، حيث كانت قناة الحياة الحمراء هي الأولى في الترتيب من حيث نسبة المشاهدة في الدراسة الاستطلاعية التي سبقت إجراء الدراسة التحليلية. وأجريت الدراسة على عينة قوامها 429 مفردة تم سحبها من عدة جامعات حكومية وخاصة، وذلك للتعرف على صورة المرأة ودورها في الإعلانات في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحوها.

وتشير نتائج البحث إلى: أن طلبة الجامعات عينة الدراسة ترى أن المرأة تظهر في الإعلان بصورة مثيرة ومستفزة لأنها لا تشبه المرأة في الواقع، إلا أنها قد تظهر بشكل جذاب من حيث ملابسها وانفعالاتها في الأداء المبالغ فيه والذي تظهر به في الإعلان، مما يشكل عائقاً كبيراً بالنسبة للمعايير والقيم التي تغرسها هذه الإعلانات لدى الشباب بخصوص صورة المرأة.

- أغلبية آراء المبحوثين عن سلبية دور المعلن في تقديم المرأة بصورة سيئة

دور التلفزيون والإنترنت في التعليم الجامعي عن بعد، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

تسعي الدراسة للتعرف علي دور التلفزيون والإنترنت في التعليم الجامعي عن بعد، ومدى تأثير بعض المتغيرات في استخدام الطلب لهذه الوسائل والاستفادة منها، إلي جانب استعراض بعض التجارب العالمية في مجال التعليم المفتوح ومدى الاستفادة منها في العملية التعليمية في مصر.

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية، استخدمت فيه الباحثة منهج المسح بالعينة وطبق علي عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٢٥ مفردة من طلاب مركز التعليم المفتوح بجامعة القاهرة، تم جمع البيانات من خلال صحيفة استبيان بالمقابلة الشخصية في الفترة من ٩ إلي ٢٣ ديسمبر ٢٠١١ واعتمدت الدراسة في اطارها النظري علي نظرية التماس المعلومات.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة

• أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية طلاب مركز التعليم المفتوح جامعة القاهرة بنسبة ٤٨,٨٥ % يستخدمون وسائل العلم التعليمية التي يوفرها المركز مقابل ٦,١٤ % من عينة الطلب لا يستخدمون تلك الوسائل العلمية التعليمية.

• يتابع ٧,٢٨ % فقط من الطلاب المحاضرات التلفزيونية التي يتم بثها علي قناة جامعة القاهرة ويرجع ذلك لتفضيل غالبية الطلب Univ2 وقناة التعليم العالي Cairo Univ1، وحضور اللقاءات السبوعية إلي جانب افتقار المحاضرات التلفزيونية لعنصر التفاعل بين الطلب والساتذ.

وسائل الاتصال الجماهيري بالقرية، و علاقة هذه الوسائل بأنماط الاتصال الأخرى القائمة بالقرية، و أسلوب تعامل القرويين مع هذه الوسائل، ورؤيتهم لها، أو درجة اعتمادهم عليها، و تحديد قدرة كل نمط اتصالي على تلبية احتياجات القرويين من المعارف والمعلومات. التعرف علي المضمون الأكثر تعرضا له من العينة المختارة. القيام بدراسة على قاطني القرية المدروسة، للتعرف علي التأثير الذي تركته تلك القنوات على الثوابت و العادات والتقاليد في قرية في صعيد مصر. تحديد علاقة أجهزة الاتصال بالتغيرات القيمة التي حدثت بالقرية المصرية

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة وتحليلها بالاستعانة بمنهج الاستدلال الفكري وقد توصلت الدراسة إلى: 58.5% يرون أن الترابط هو العادة التي كانت الأكثر إنتشاراً سابقاً وانتهت الآن بينما يري 8.9% إن صلة الرحم هي العادة التي أختفت الآن وييري 7.1% أن احترام الصغير للكبير هي العادة التي أختفت الآن، كما أن 3.1% يرون أن زواج الأقارب قد أختفي في حين يري 1.8% أن العادة التي إندثرت هي عدم المغالاة في المهور. وعن تغيير سلوكيات الجمهور يري 58% أن سوء التعامل بين الناس وبعضها هو أكثر ما تغير في السلوكيات في يحن 25% يرون أن ما تغير في سلوكيات الناس هو تطور التعليم والأهتمام به لأهميته في حياة الأبناء. وييري 12.5% أن ما تغير في سلوكيات الناس هو حب المال بينما يري 11.5% أ، توافر رفاهيات الحياة، بينما يري 10.9% أن الأخلاقيات لدي الأفراد.

• يستخدم ١,٨٥ % من طلاب موقع مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح علي شبكة الانترنت لمشاهدة وتحميل المحاضرات والتطبيقات الخاصة بهم و للحصول علي نتائج المتحانات.

• أشار ٧,٧٧ % من عينة الطلاب إلي تكامل الوسائل التعليمية التي يوفرها المركز مقابل ٩,٤ % بين الوسائل التعليمية التي يقدمها مركز التعليم المفتوح بجامعة القاهرة

230/2

نوره زينهم صالح محمد

صورة البطل في الدراما العربية وأثرها على تقديم نموذج القدوة للشباب المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

تبلورت مشكلة البحث في دراسة صورة البطل والكيفية التي يقدم بها في الأفلام والمسلسلات على شاشات القنوات الفضائية الدرامية العربية وتأثيره على الشباب المصري ومدى اتخاذه قدوة يحتذى بها، وقوفاً على الدور الذي يمكن أن تسهم به أبطال الأفلام والمسلسلات العربية في التأثير على سلوكيات وقيم ومعتقدات الشباب المصري سواء بالسلب أو الإيجاب. واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، حيث قامت الباحثة بإجراء مسح لعينة من الأعمال الدرامية المقدمة على الفضائيات العربية، وذلك على مدار ثلاثة أشهر كاملة، والتي اشتملت على (60 فيلم) عرضتها قناة "روتانا سينما" و(4) مسلسلات عرضتها قناة "بانوراما دراما 1"، وتم التحليل باستخدام استمارة تحليل المضمون، إلى جانب مسح عينة عشوائية بسيطة قوامها (400 مفردة) من الشباب المصري المقيمين في محافظتي القاهرة والجيزة ممن تتراوح أعمارهم من 18-35 عاماً.

وأشارت نتائج الدراسة التحليلية إلى أن الأبطال الذكور كانوا يحتلون المرتبة الأولى بنسبة (61.8%)، وجاءت فئة الشباب كأكثر الفئات العمرية تكراراً بنسبة (88%)، أما بالنسبة للقيم التي تضمنتها الأعمال الدرامية فتبين أن أعلى قيمة إيجابية وردت في الأعمال الدرامية كانت (مساعدة الآخرين والتعاون معهم) وكانت نسبتها (9.5%) من إجمالي القيم الإيجابية، تلتها في المرتبة الثانية قيمة (التعاطف مع الآخرين والعطف عليهم) بنسبة (8.8%)، أما بالنسبة للقيم السلبية تبين أن أعلى قيمة سلبية تكراراً ووروداً كانت قيمة (عدم الحفاظ على الصحة أو اتباع العادات الصحية السليمة) من تدخين وشرب الخمر وتعاطي المخدرات، حيث احتلت المرتبة الأولى وكانت نسبتها (22.3%) من إجمالي القيم السلبية، تلتها في الترتيب الثاني (عدم التمسك بالقيم والشرف وقبول المال الحرام) بنسبة (7.3%).

وأشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن غالبية المبحوثين يشاهدون الأفلام والمسلسلات العربية بنسبة (77%)، كما ذكر (62.3%) أنهم (أحياناً) يقلدون البطل في قصص الشعر والألفاظ الشبابية التي تظهر في الأفلام والمسلسلات العربية، وثبتت صحة الفرض الأول والثاني والخامس والثامن والعاشر والثاني عشر، بينما لم تثبت صحة الفرض الثالث والرابع والسادس والسابع والتاسع والحادي عشر.

231/2

حسن علي قاسم

دور الفضائيات في معالجة قضايا الصحة العامة لدى المرأة المصرية ، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013
تسعي هذه الدراسة إلي التعرف علي مدي

الإذاعة، 2013

هذه الدراسة تنتمي إلى بحوث قياس تأثيرات وسائل الإعلام سواء السيسولوجية أو السيكولوجية واستهدفت هذه الدراسة الأطفال تحديداً من سن التاسعة وحتى الثانية عشرة بهدف التعرف على التأثيرات الناجمة عن تعرض هؤلاء لمضامين الرعب والعنف وخاصة تلك المضامين التي يقوم ببطولاتها الأطفال. ناقشت الدراسة كل ما سبق في إطار نظريتي التعلم بالملاحظة والغرس الثقافي وذلك باستخدام منهج المسح، وبالإستعانة بالأدوات المنهجية التالية: الاستبيان بالمقابلة المباشرة لكل من الأطفال (١٢:٩) عاماً، وأولياء أمورهم. إستمارة تحليل مضمون لبعض من أفلام الرعب التي يقوم ببطولاتها الأطفال

وأجريت الدراسة الميدانية على ٣٠٠ مفردة بواقع ١٥٠ طفلاً ، و ١٥٠ من أولياء أمورهم وقد قسمت بالتساوى بين المدارس الحكومية والخاصة والأجنبية، كما أجريت الدراسة التحليلية على أربعة عشر فيلماً من أفلام الرعب بواقع خمس وعشرون ساعة مشاهدة تقريبا

- هناك علاقة إرتباطية طردية بين تبنى الأسرة لأنماط الرقابة الوالدية والمستوى الإجتماعى والاقتصادى للأسرة، وبين الرقابة الوالدية والتحكم بالتأثيرات غير المرغوب فيها والناבעة جراء تعرض الطفل لمشاهدة

مضامين الرعب،و بين تعرض الأطفال لمضامين الرعب والعنف وتزايد السلوك العدوانى لديهم تجاه أفراد الأسرة و الأقران، وكذلك بين تزايد تعرض الأطفال لمضامين الرعب والعنف وحدوث صعوبات فى النوم مثل الكوابس و نوبات الفزع الليلى و كذلك الأرق.

نتائج الدراسة التحليلية:

فاعلية دور الفضائيات في إمداد المرأة المصرية بالمعرفة الصحية وانعكاس هذه المعرفة علي اتجاهات المرأة وسلوكياتها الصحية، ومدي اعتماد المرأة المصرية علي هذه النوعية من البرامج ،والتعرف علي دور الفضائيات في نشر المعلومات الصحية السليمة وزيادة الوعي الصحي.كما تسعى الدراسة إلي التعرف علي تأثير بعض العوامل الديموجرافية (السن،المستوي التعليمي،حالة العمل،مستوي الدخل،منطقة السكن) وكثافة المشاهدة ودرجة الإعتداد علي هذه البرامج وغيرها من العوامل المؤثرة في مستوي اكتساب المعرفة الصحية.واستخدمت الدراسة في إطارها النظري نظرية الإعتداد علي وسائل الإعلام والنموذج الشامل للاتجاهات.واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت الدراسة عينه قوامها 600 مفردة من السيدات المصريات.

أشارت نتائج الدراسة إلى:

- أظهرت الدراسة إن (90%) من إجمالي العينة يشاهدون البرامج الصحية الخاصة بالمرأة
- أثبتت الدراسة انه يوجد ارتباط طردي موجب بين مستوى المعلومات الصحية وكلا من مستوى التعليم ومعدل مشاهدته البرامج الصحية في التلفزيون.
- أثبتت الدراسة انه يوجد ارتباط طردي موجب بين الاتجاه الايجابي نحو السلوك الصحي وممارسه هذا السلوك.

232/2

امل اسماعيل عبد الرازق محمود

تأثير تعرض الطفل المصري لمشاهد مضامين الرعب التي يقوم ببطولاتها الأطفال " دراسة تطبيقية على عينة من الأطفال (12:9)"، رسالة ماجستير، قسم

أولاً: البعد الخاص بالصورة النمطية التي تعرضها الأفلام عينة الدراسة التحليلية للطفل .

ثانياً: البعد الخاص بالتفاعل الإجتماعي للطفل كما تعرضه الأفلام عينة الدراسة التحليلية.

ثالثاً: البعد الخاص بصورة الأسرة كما تعرضها الأفلام عينة الدراسة التحليلية.

تم توجيه الإيذاء للأطفال من قبل أحد أفراد الأسرة سواء كان الأم أو الأب أو أحد الأخوة بنسبة % 42.8

- اشترك الأطفال مع أفراد أسرهم في القيام بالجرائم بنسبة % 7.1 وكذلك اشتركوا مع جهات أخرى بنسبة % 92.8.

233/2

مروة عبد الله السيد

تقييم السينما المستقلة الرقمية في مصر دراسة مسحية على المضمون والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

تمثل السينما المستقلة الرقمية في مصر حركة سينمائية جديدة، نشأت قرب نهاية القرن العشرين مع انتشار تداول التكنولوجيا الرقمية في صناعة الأفلام، حيث مكّنت تلك التكنولوجيا المخرجين من التعبير عن أنفسهم خارج الأطر المعتادة للأفلام في مصر. وعلى الرغم من أن هذه الظاهرة - الجديدة نسبياً - تتعرض للكثير من العقبات والصعوبات إلا أنها حققت نجاحات على الصعيد الفني بل وأصبح لها جمهور يتزايد مع الوقت. تركز الدراسة على تحديد ماهية هذا الاتجاه السينمائي وتحديد مفهومه وبداياته وتطوره في العالم ومصر، ثم تنتقل لرصد المشكلات التي تواجه انتشاره وأهم الموضوعات التي يطرحها في مصر. كما يركز البحث على دراسة أهم سمات

مخرجي الأفلام المستقلة في مصر وعلاقتهم بالجمهور ووسائل الإعلام والضغط التي يتعرضون لها.

أشارت نتائج الدراسة إلى:

- النسبة الأكبر من المخرجين ترى أن الفيلم المستقل لا يحظى بجماهيرية تناسب قيمته الفنية وذلك بنسبة 58% من إجمالي المخرجين عينة الدراسة.

- تشير النتائج إلى النسبة الأكبر من المخرجين يؤيدون فكرة إلغاء الرقابة على الأفلام السينمائية من أجل تطور الفن السينمائي وذلك بنسبة 72% من إجمالي المخرجين عينة الدراسة.

- يتضح من النتائج، أن النسبة الأكبر من المخرجين يقومون بإنتاج الفيلم بأنفسهم وذلك بنسبة 47.7% من إجمالي المخرجين عينة الدراسة.

- ترى النسبة الأكبر من المخرجين أن تطوير السينما المستقلة في مصر يكون من خلال إلغاء الرقابة على عرض الأفلام المستقلة، وذلك بنسبة 24.1% من إجمالي المخرجين عينة الدراسة.

234/2

إنجي طه سيف النصر مناصير

توظيف الأحزاب المصرية للتلفزيون والإنترنت في الحملات الانتخابية واتجاهات الجمهور نحوها، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

رصدت هذه الدراسة كيفية توظيف الأحزاب المصرية للتلفزيون والإنترنت في الحملات الانتخابية خلال فترة إنتخابات مجلس الشعب 2011 -2012، وذلك من خلال دراسة ومقارنة أساليب توظيف الأحزاب المصرية الناشئة بعد الثورة والمنتمية إلي تيارات سياسية مختلفة سواء يميني ديني متمثلاً في حزب الحرية

والعدالة، أو مدني متمثلاً في تحالف الكتلة المصرية، وتحديد مدي إقتناع الجمهور بهذه الحملات واتجاهاتهم نحوها، وذلك من خلال إجراء تحليل مضمون ودراسة ميدانية.

وتوصلت الدراسة إلى:

- أن حزب الحرية والعدالة قد استفاد من الموقع الإلكتروني في تقديم حملة انتخابية متكاملة أكثر من التلفزيون، بينما استفادت الكتلة المصرية من وسيلتي التلفزيون والإنترنت في تقديم حملات متكاملة ومنسقة. وقد تمثلت قضية "هوية الدولة" الموضوع الرئيسي خلال حملات حزب الحرية والعدالة والكتلة المصرية؛ وتمثل الصراع الأيدلوجي (ديني- مدني) أساس الخلاف والحرب الدعائية المتبادلة بينهما.

وقد كان التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر تفضيلاً لدى الجمهور في متابعة إنتخابات مجلس الشعب 2011 - 2012، كما كانت إستقطابات الصراع الأيدلوجي من أهم أسباب الجمهور لاختيار موقع حزب بعينه. وأخيراً- كان الجمهور أكثر إقتناعاً برسائل الأحزاب السياسية الموجهة إليهم عبر التلفزيون أكثر من مواقع الأحزاب.

236/2

خالد جمال عبده

علاقة الشباب الجامعي بمواقع الإعلام البديل على الإنترنت، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

استهدفت الدراسة التعرف على علاقة الشباب الجامعي ببرامج تلفزيون الواقع في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث، وقد استخدمت الدراسة منهج على عينة قوامها 450 مفردة من الشباب الجامعي الذين يشاهدون تلفزيون الواقع باستخدام استمارة الاستبيان وقد سعت الدراسة للإجابة على خمسة وعشرين تساؤل واختبار

ثمانية فروض.

ومن أهم ما توصلت له الدراسة من نتائج متعلقة بعلاقة الشباب الجامعي ببرامج الواقع أن النسبة الكبرى من الشباب عينة الدراسة يشاهدون كلا من برامج الواقع العربية و الأجنبية

237/2

محمد عيسى صياد

استخدام المراهق الفلسطيني للقنوات العربية والأجنبية وعلاقته باتجاهاته نحو بعض الشعوب، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

المراهق الفلسطيني يعيش في مجتمع مغلق ومحاصر نتيجة للاحتلال الاسرائيلي و ممارساته القمعية ، و بالتالي عملية احتكاك المراهق المباشرة بالشعوب الأوروبية تقل نسبياً عن نظرائه في الدول الأخرى . و من هنا تأتي خصوصية هذا المراهق في أنه يتعرف على الآخر من خلال الوسائط الإتصالية و من بينها القنوات التلفزيونية الفضائية ، فمن خلال هذه القنوات الفضائية يتعرف على الشعوب و الثقافات الأوروبية ، و يتلمس جوانب عديدة من حياتها، أعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بالطريقة المسحية على عينة المراهقين تتراوح أعمارهم ما بين 14-18 وتوصلت الدراسة إلى :جاءت قناة mbc1 في المرتبة الأولى من حيث القنوات العربية الأكثر مشاهدة من قبل المراهقين، وجاءت mbc4 في المرتبة الثانية، بلغت نسبة المراهقين عينة الذين يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية 89% وأن اللغة الأجنبية لا تشكل عائقاً امام مشاهدة هذه القنوات، 91% من المراهقين يرون أن الشخص الأوروبي نشيط ويحترم العمل، كما أكد 90% أن الشخص الأوروبي منظم ويلتزم بالقانون.

معالجة القضايا الإيرانية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية وعلاقتها بصورة إيران لدى الجمهور العربي، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

استهدفت الدراسة التعرف على خصائص وسمات المعالجة الإخبارية - للأحداث والقضايا الإيرانية كما تعرضها نشرات الأخبار في ثلاث قنوات موجهة باللغة العربية، وتحديد الأطر الإخبارية التي توظفها تلك القنوات لصياغة وعرض قضايا إيران، وانعكاس ذلك على صورة إيران لدى عينة من الجمهور العربي، والتعرف على اتجاهات هذا الجمهور نحو إيران والإيرانيين. ولقد شملت عينة الدراسة التحليلية تسعين نشرة بواقع ثلاثين نشرة لكل قناة تم تسجيلها في الفترة من أول يناير وحتى نهاية مارس 2013 في ثلاث قنوات موجهة باللغة العربية مختلفة التوجهات نحو إيران وهي: الحرة الأمريكية - روسيا اليوم - العالم الإيرانية

أهم النتائج: لم تول القنوات الثلاثة محل الدراسة اهتماماً كبيراً لأخبار إيران في نشراتها الإخبارية خلال فترة إجراء الدراسة، كما اتسمت التغطية الإخبارية للموضوعات والقضايا الإيرانية باختلاف واضح بين القنوات الثلاث سواء من حيث تجاة الأخبار أو طبيعة السمات التي عرضت عن إيران، فقد قدمت قناة الحرة الأمريكية أكبر عدد من الأخبار في حين قدمت قناة روسيا اليوم أكبر عدد من الأخبار الإيجابية عن إيران بينما كانت قناة العالم الإيرانية الأكثر إيجابية.

دور البرامج الحوارية التلفزيونية في دعم المشاركة السياسية للجمهور المصري: دراسة تطبيقية على القنوات التلفزيونية المصرية الأرضية والفضائية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

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

القيم التي تعكسها الرسوم المتحركة بقنوات الأطفال العربية وتأثيرها على النسق القيمي للأطفال، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

هدفت هذه الرسالة التعرف على القيم السائدة في أفلام الرسوم المتحركة المعروضة على

المصري للفتنات الفضائية: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013.

تهدف الدراسة إلى تحديد العلاقة بين أنماط التدخل الأبوي وطبيعة التأثيرات الناتجة عن هذا التدخل عند تعرض الطفل المصري للفتنات الفضائية، ولذلك تهتم هذه الدراسة بقياس أنماط التدخل الأبوي، والتي يمارسها الوالدان في تعامل أطفالهما مع التلفزيون مع أربعة أشكال تلفزيونية (الإعلانات والفيديو كليب) كمثال للأشكال السلبية و(برامج الأطفال المعدة بشكل تربوي سليم والبرامج الدينية) كمثال للأشكال الإيجابية التي تُقدم في التلفزيون بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (400) و أسرة الذين يمتلكون الدش في إقليم القاهرة الكبرى- (ريف / حضر) والذين لديهم أطفال تتراوح أعمارهم بين(٥-15 سنة)، وتم التركيز على هذه المرحلة العمرية بالأخص لأنها فترة بناء للطفل.

توصلت الدراسة إلى :

- أن نسبة الوالدين الذين يتدخلان و يتابعان أطفالهما هي (٧٩,٣%) وهي نتيجة إيجابية تدل على إهتمام الوالدين بمتابعة ما يشاهده أطفالهم
-الإتفاق بين إجابات الوالدين والأبناء حول قيام الوالدين بوضع بعض الضوابط للتحكم في مشاهدة أطفالهما أى مضمون سلبي وقد يُفسر ذلك أن الوالدين يضعان بعض الضوابط للتحكم في مشاهدة أطفالهما أى مضمون سلبي حيث أنهم يرون أن هذا هو الحل الأمثل للتخلص من التأثير السلبي لهذا المضمون

241/2

نجلاء محمد حامد حسن

صورة الموظف الحكومي بالمؤسسات الخدمية والانتاجية كما تعكسها الدراما بفتنات الأفلام العربية واتجاهات الجمهور المصري نحوها، رسالة ماجستير، قسم

فتنات الأطفال العربية المتخصصة حيث تم إجراء دراسة تحليلية على قناتي Mbc3 ، Spacetoon لمعرفة طبيعة ونوعية الرسوم المتحركة المقدمة من خلالها من حيث الشكل والمضمون ولقياس مدى التأثير على الأطفال تم إجراء دراسة ميدانية على 400 طفل من أطفال المدارس الابتدائية تتراوح أعمارهم بين 9 إلى 12 سنة للتعرف على تفضيلاتهم في أفلام الرسوم المتحركة والشخصيات الكرتونية المختلفة وقياس مدى تأثيرهم بالقيم المقدمة من خلالها،

أشارت نتائج الدراسة إلى:

- وقد نتج عن الدراسة سيطرة الإنتاج الأجنبي على المعروض على القناتين بصورة كبيرة ووجود نسبة كبيرة من العنف البدني.
- كما ظهر وجود درجة كبيرة من الارتباط بين الأطفال والشخصيات الكرتونية وتمنى كثير منهم أن يكونوا مثل شخصياتهم الكرتونية المفضلة مما يشكل عامل هام ينبغي الوقوف عنده عند اختيار الأفلام التي تعرض على قنات الأطفال لأن الشخصية الكرتونية هي ما يرتبط به الطفل و يقلده في بعض الأحيان وهي ما يقدم من خلالها القيم في أفلام الرسوم المتحركة سواء كانت ايجابية أو سلبية كما نتج عن الدراسة ضرورة اهتمام الوالدين بمشاركة أطفالهم في المشاهدة والتعليق على ما يقدم لان هذا من شأنه أن يساعد الأطفال على فهم المضمون المقدم واكتساب القيم الايجابية.

258/2

هاجر محمد الشافعي محمد

العلاقة بين أنماط التدخل الأبوي وطبيعة التأثيرات الناتجة عن تعرض الطفل

من أهم السمات السلبية التي يروها في الموظف الحكومي أنه مرتشئ وروتيني. لقد ثبتت صحة الفرض الثالث الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين نوع المبحوثين (ذكور/ إناث) من حيث إدراكهم لصورة الموظف الحكومي المقدمة في الأفلام العربية، بينما لم يثبت صحة الفرض السادس الذي ينص على أنه يؤثر متغير الخبرة الشخصية (المباشرة) في إدراك المبحوثين لصور الموظف الحكومي المقدمة في الأفلام العربية

242/2

هبة محمد السيد حمزة

استخدام طلبة المدارس الإعدادية والثانوية للبرامج التعليمية في قنوات النيل المتخصصة (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014

إن مشكلة الدراسة الرئيسية هي بحث استخدام طلبة المدارس الإعدادية والثانوية للبرامج التعليمية التي تقدمها قنوات النيل المتخصصة ودراسة درجة الإشباع المتحققة لهم من هذه الاستخدامات، وذلك في محاولة لتعظيم الاستفادة من هذه القنوات ودراسة مقترحات الطلاب لتطوير الخدمة التعليمية المقدمة لهم في إطار طبيعة الدور المنوطة به هذه القنوات.

أهم النتائج:

- 1- يشاهد جميع الطلاب عينة الدراسة البرامج التعليمية المقدمة عبر قنوات النيل التعليمية المتخصصة.
- 2- أهم البرامج التي يفضل طلاب المدارس الإعدادية 41% بفضل مادة الدراسات الاجتماعية عليها ، 31% مادة العلوم ، 23.5% مادة الرياضيات ، 22% مادة اللغة الانجليزية ، 16.5% مادة اللغة

تستهدف هذه الدراسة التعرف على طبيعة ملامح صورة الموظف الحكومي التي تقدمها الأفلام العربية، بالإضافة الى التعرف على اتجاه الجمهور المصرى نحو هذه الصورة. وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، حيث قامت الباحثة بتحليل مضمون (30) فيلم من الأفلام العربية التي تم عرضها على قناتي "روتانا سينما" و"سما سينما"، وقد تم التحليل باستخدام استمارة تحليل المضمون، بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية طبقية قوامها 400 فردا من الجمهور العام ممن يشاهدون الأفلام العربية، وتم توزيع مفردات العينة وفقا لأسلوب التوزيع المتساوي بين الذكور والإناث، كما تمت مراعاة التوزيع المتناسب للعينة على المحافظات الثلاث التي تم تطبيق الدراسة عليها وهى محافظات (القاهرة والجيزة والقليوبية)، أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

أولاً: بالنسبة لنتائج الدراسة التحليلية، فقد توصلت الدراسة الى تفوق نسبة الموظفين الحكوميين الذكور في الأفلام حيث بلغت (90.6%) على نسبة الموظفات الحكوميات الإناث والتي بلغت (9.4 %)، ولوحظ في الأفلام العربية أن هناك تركيز على عرض السمات الإيجابية للموظف الحكومي بنسبة تفوق السمات السلبية، وجاءت منة " ضابط الشرطة " في مقدمة المن التي يقوم بها الموظف الحكومي في الأفلام بنسبة (33 %) يليه الموظف الإداري ثم المدرس، واحتلت صعوبة " قلة التسهيلات التي يوفرها العمل " المرتبة الأولى بالنسبة لأهم الصعوبات التي تواجه الموظف الحكومي يليها "قلة الدخل".

ثانياً: بالنسبة لنتائج الدراسة الميدانية: جاء انطباع أفراد عينة الدراسة عن مهنة الموظف الحكومي انطباعا سلبيا، وكانت

العربية .

3- أما المرحلة الثانوية 53.5% يفضوا مادة اللغة الانجليزية ، 47% اللغة العربية ، 44.5% اللغة الفرنسية ، 34.5% مادة الفيزياء ، 22% مادة الجيولوجيا ، 10.5% مادة الاحياء ، 9.5% مادة الكيمياء ، 9% مادة التاريخ.

244/2

هدير محمود عبد الله احمد

السلوكيات التي يكتسبها الأطفال من الأفلام السينمائية المصرية التي تعرض بالقنوات الفضائية (دراسة على عينة من الآباء والأمهات)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014

تستهدف هذه الدراسة التعرف على مدى اكتساب الأطفال السلوكيات من الأفلام السينمائية المصرية التي تعرض بالقنوات الفضائية ونوعية السلوكيات التي يكتسبونها، والمتغيرات التي تحكم تأثير الأطفال بهذه الأفلام ، بالإضافة إلى معرفة مدى تقدير الآباء والأمهات لتأثير الأفلام على أطفالهم ومدى تدخلهم في ما يشاهدونه من أفلام.

واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح على عينة عشوائية قوامها 400 مبحوثاً من الآباء والأمهات من محافظتي القاهرة والجيزة، مع مراعاة أن يكون لديهم أطفال في سن (6-12 سنة) من مشاهدي الأفلام السينمائية المصرية التي تعرض بالقنوات الفضائية.

أهم النتائج التي توصلت إليها:

-وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائية بين كثافة مشاهدة الطفل للأفلام السينمائية المصرية التي تعرض بالقنوات الفضائية ومدى اكتسابه للسلوكيات بوجه عام (إيجابية/ سلبية) من الأفلام وفقاً لتقدير

الآباء والأمهات.

- وكانت أبرز السلوكيات السلبية التي اكتسبها الأطفال هي: أن الأفلام تجعل الطفل يسأل عن موضوعات غير ملائمة لسنه، يليه تعرض الطفل لحالات من القلق والخوف نتيجة مشاهدة بعض الأفلام، ثم تعلم الطفل بعض الحركات العنيفة وبعض الحركات التي قد تشكل خطورة على سلامته.

-أما أبرز السلوكيات الإيجابية فهي :أن الطفل يقبل على عمل الخير نتيجة مشاهدة الأفلام يليه تعلم الطفل كيفية التعامل مع الآخرين. وكان نمط التدخل التقييدي هو الأكثر بروزاً من قبل الآباء والأمهات عينة الدراسة يليه التدخل بالمشاركة في المشاهدة، ثم التدخل النشط (المناقشة).

245/2

سارة محمد شريف حسين

تغطية القنوات الفضائية الإخبارية لقضايا السياسة الخارجية المصرية وتأثيرها على اتجاهات الجمهور تجاه الدور المصري في القضايا العربية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2013

سعت الدراسة إلى تطبيق نظرية " تحليل الأطر الخبرية " ، فقد تحددت مشكلة البحث في تحليل أساليب المعالجة التليفزيونية للأخبار التي تخص القضايا العربية والتي تقوم السياسة الخارجية المصرية بدور فيها، وتحليل الأطر الخبرية التي ظهر فيها هذا الدور، ومدى انعكاس تلك التغطية على اتجاهات الجمهور نحو الدور السياسي المصري في قضايا السياسة الخارجية ، وكيفيه إدراكه لهذا الدور، ومدى اقتناعه بأساليب السياسة المصرية في حل القضايا العربية بالتطبيق على عينة من الجمهور المصري.

علاقة التلفزيون بتشكيل ثقافة الجريمة لدى الطفل المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014

تتناول هذه الدراسة محاولة تقديم رؤية علمية لتفسير العلاقة المحتملة بين التعرض للأفلام السينمائية العربية والأجنبية التي تعرض في القنوات الفضائية من خلال التلفزيون من ناحية، وبين معرفة الطفل ثقافة الجريمة ومفرداتها اللغوية والبصرية من ناحية أخرى، وتحديد طبيعة ومدى قوة هذه العلاقة، وإلى أي مدى يمكن للجريمة التي تعرض على شاشة التلفزيون من خلال الأفلام العربية والأجنبية التي تعرضها القنوات الفضائية أن تصبح أداة لإكساب وإنماء معلومات ومهارات عن الجريمة لدى الطفل، ودور المتغيرات الأخرى المختلفة كالنوع والسن والعمر والمستوى التعليمي ومستويات التعرض لهذه الأفلام، وقد تم إجراء الدراسة التحليلية على عينة من الأفلام السينمائية العربية والأجنبية التي يفضل الطفل أن يشاهدها أكثر من مرة، والتي بلغ عددها 44 فيلماً عربياً وأجنبياً، مناصفة بينهما، وهي عينة عمدية ركزت على الأفلام التي يحتوى مضمونها على موضوع الجريمة، للتعرف على كيفية تناولها لموضوع الجريمة. وقد تم الاستعانة أيضاً بتحليل المضمون بوصفه أداة بحثية يعتد بها، كقراءة تحليلية لعينة من رسوم الأطفال للتحقق من صحة فروض الدراسة بتحليل عينة من رسوم الأطفال بلغت 204، لعدد 107 لوحة من رسوم الأطفال الذكور، و97 لوحة من رسوم الإناث تم سحبها من استمارات الدراسة الميدانية ممن قاموا برسم شكل المجرم كما يتخيلون بغية التحقق من

تمثل الدراسة اختباراً للفرض الرئيسي لنظرية " تحليل الأطر الخبرية " ، فتم من خلال الدراسة تحليل التغطيات الإعلامية لقضايا السياسة الخارجية المصرية، ودراسة تأثير تلك التغطيات على اتجاهات الجمهور المصري تجاه الدور السياسي المصري ، كما تختبر الدراسة المتغيرات الوسيطة التي قد تدعم أو تضعف من دور وسائل الإعلام في عملية تشكيل اتجاهات الجمهور المصري تجاه الدور السياسي المصري وقد استخدمت الباحثة في هذه الدراسة منهج المسح بالعينة، والذي يسمح بدوره باختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة، والتحقق من صحة الفروض واستخلاص نتائج تفسيرية .

أهم النتائج:

1- أظهرت النتائج أن نشرات قناة الجزيرة أطول من نشرات قناة مصر الاخبارية رغم تقاربها في عدد الاخبار المقدمه في نشرات كل منهما ، كما أن القناتين اهتمتا بالصراع العربى الاسرائيلي و أبدت قناة مصر الاخبارية تجاهل واضح للأزمة اللبنانية و الازمة العراقية في حين ابدت اهتمام بأزمة جنوب السودان ، كما ابدت قناة الجزيرة اهتمام نسبي بالأزمة اللبنانية و اهتمام أقل بأزمة جنوب السودان.

2- 70 % من الجمهور المصرى يرى أن مصر لم تقتصر فى دورها السياسى فى الصراع العربى الاسرائيلي و كانت الفئة العمرية (25 - 30) هما الأكثر انتقاداً للدور السياسى المصرى فى الصراع العربى الاسرائيلي بينما الفئة الأكثر من 60 عاما هم الأقل انتقاداً للدور السياسى المصرى فى الصراع العربى الاسرائيلي.

الدور الذي يساهم به التلفزيون في تقديم معلومات وصور ومفردات عن عالم الجريمة وبالتحديد شكل مرتكب الجريمة من خلال الأفلام التي يحتوي مضمونها موضوع الجريمة، باعتبار أن رسوم الأطفال لغة تتيج للطفل التعبير عن مكنونات نفسه بدون خوف، وبالتالي يتوافر لها عنصر المصادقية التي ترفع من قدر هذه الدراسة

أهم النتائج: أثبتت الدراسة أن 98% من الأطفال يتعرضون لأفلام تحتوي على موضوع الجريمة دائماً بينما قلت نسبة الأطفال الذين يتعرضون أحياناً، كما يفضل الأطفال عينة الدراسة مشاهدة أفلام الجريمة لأن الفيلم به إثارة وتشويق ومغامرات وأكثرين يليهم لأنهم يحبون أبطال هذه الأفلام، كما يحبون مشاهد العنف والجرائم والقتل والرعب والخيال.

248/2

دينا توفيق عبد الفتاح عبد المعطي

معالجة البرامج الوثائقية للقضايا العربية السياسية: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014.

تحدد مشكلة الدراسة في رصد معالجة البرامج الوثائقية للقضايا العربية السياسية والأحداث الجارية في القنوات الفضائية الإخبارية محل الدراسة، وتحليل مدى تأثير تبعية وسياسة كل قناة على أجندة اهتماماتها من حيث الموضوعات وأسلوب المعالجة، بما يحقق عقد المقارنة بين القنوات محل الدراسة. حيث تهدف الدراسة إلى رصد ومقارنة أساليب معالجة البرامج الوثائقية للقضايا العربية السياسية في عدد من القنوات الإخبارية العربية والأجنبية الموجهة باللغة العربية.

أهم النتائج التطبيقية التي تم التوصل إليها:

-أشارت النتائج إلى اهتمام القنوات العربية والأجنبية الموجهة باللغة العربية بعرض البرامج الوثائقية وإن اختلفت درجات الاهتمام

-اختلفت أولويات القنوات من حيث طبيعة القضايا التي تتناولها في برامجها الوثائقية، حيث اهتمت القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية؛ الحرة، وبى بى سى عربى، ودويتشه فيلهة بالقضايا الثقافية والاجتماعية، وتراجع الاهتمام فى القنوات الثلاث بالقضايا العربية السياسية، بينما كانت الأولوية فى القنوات العربية؛ الجزيرة، والعربية، والنيل لمعالجة القضايا العربية السياسية فى البرامج الوثائقية.

-انعكست الأحداث الجارية فى المنطقة العربية على أولويات القضايا العربية السياسية فى البرامج الوثائقية التى بثتها القنوات عينة الدراسة

-تراجعت قناة النيل المصرية فى إنتاج برامج وثائقية تتناول فيها شتى القضايا العربية السياسية والأحداث الجارية، وفى ضوء ذلك لابد من الإشارة إلى عدم إنتاج القناة برامج وثائقية تتناول أكثر القضايا مساساً بالأمن القومى المصرى وهو ملف دول حوض النيل والنزاع على نهر النيل.

249/2

ديانا نادر قليني

العلاقات الأسرية وانعكاسها على استخدام المراهقين لوسائل الاتصال التقليدية والحديثة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014.

تهدف هذه الرسالة الى معرفة علاقة أنماط الإتصال الأسرى (التوجه العلى والتوجه الاجتماعى) باستخدام المراهقين لوسائل الإتصال التقليدية و الحديثة مثل التلفزيون

استراتيجيات التكيف التي يستخدمها الأطفال للحد من الخوف الناتج عن المشاهدة.

اختبرت الدراسة تأثير كل من النوع و المستوى الاقتصادي الاجتماعي و البيئة الأسرية على هذه المشاعر. تم اجراء الدراسة على عينة قوامها 260 مفردة من أطفال المرحلة الابتدائية و الذين تتراوح أعمارهم بين عشرة إلى ثلاثة عشر عاما. اتساقا مع نظرية بياجيه في التطور المعرفي.

اثبتت نتائج الدراسة أن التعرض للعنف الإخباري أدى إلى إثارة مشاعر القلق لدى الأطفال و التي كانت أكثر شيوعا مقارنة بمشاعر الخوف.

إضافة إلى ذلك، كانت مشاعر الخوف و القلق أكثر شيوعا بين الفتيات و الأطفال من ذوي المستويات الاقتصادية الاجتماعية الأدنى. كما كانت استراتيجيات التكيف المعرفية أكثر فاعلية في الحد من مشاعر الخوف و القلق مقارنة بالاستراتيجيات السلوكية نظرا لتطور القدرات المعرفية و العقلية لديهم.

251/2

عصام على عبد السلام سليمان

اتجاهات النخبة والجمهور العام نحو الضوابط المهنية في البرامج الرياضية التلفزيونية المصرية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014.

تستهدف هذه الدراسة رصد وقياس تأثير الممارسات الإعلامية الرياضية في اتجاهات النخبة والجمهور العام نحو الضوابط المهنية في البرامج الرياضية من منظور المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام حيث اهتمت الدراسة بالوقوف على الجوانب الإيجابية والجوانب السلبية في البرامج الرياضية والعوامل المرتبطة

و الراديو والسينما و الصحف و المجالات و الألعاب الإلكترونية و الانترنت و التلفزيون المحمول. المنهج: أجريت هذه الدراسة على 250 من المراهقين في المرحلة العمرية من 12 إلى 18 سنة من مختلف أحياء محافظة القاهرة بتطبيق العينة الطبقية العشوائية. حيث تم توزيع استمارة استبيان مكونة من ثلاثة أجزاء، الجزء الأول مكون من أسئلة لقياس أنماط الإتصال الأسرى و الجزء الثاني مكون من أسئلة عن استخدامات وسائل الإتصال و الجزء الأخير عن الخصائص الديمغرافية. هذا بالإضافة إلى عمل مقابلات متعمقة أجريت مع آباء المراهقين.

من اهم نتائج هذه الدراسة:

- أن الإنترنت و المحمول هم وسائل الإتصال الأكثر استخداما لدى مراهقين عينة الدراسة، وتراجع مشاهدة التلفزيون لدى المراهقين. كما كان من نتائج الدراسة أن نوع الأسرة سواء ذو التوجه العقلي أو التوجه الاجتماعي لم يكن له تأثير على استخدام المراهق لهذه الوسائل الحديثة.

- وهذا ما تم الاتفاق عليه من جانب المراهقون في استمارة الاستبيان و أيضا ما قاله الآباء من خلال المقابلات المتعمقة. و أن هذه الوسائل الحديثة تستحوذ على معظم وقت المراهق في هذه المرحلة العمرية.

250/2

منة الله عبد الحميد سالم عبد الحميد

العلاقة بين التعرض للعنف التلفزيوني وإثارة مشاعر الخوف لدى الأطفال (باللغة الانجليزية)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014.

يسعى هذا البحث التجريبي للتعرف على العلاقة بين التعرض للعنف المقدم في الأخبار التلفزيونية و إثارة مشاعر الخوف و القلق لدى الأطفال؛ إضافة إلى

والمؤثرة في كفاءة الاداء الإعلامى بتلك البرامج ومدى التزامها بالمعايير الأخلاقية والمهنية ومدى تأثير النخبة الرياضية وتأثيرها بطريقة معالجة بعض القضايا الرياضية من خلال البرامج الرياضية واعتمدت هذه الدراسة في إطارها التفسيري على نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وتشتمل عينة الدراسة المسحية على عدد 100 مفردة تمثل النخبة الرياضية، وقد تم اختيار عدد 400 مفردة من الجمهور الرياضي داخل إقليم القاهرة الكبرى.

اثبتت نتائج الدراسة : أن هناك ثمة اتفاق بين أفراد الجمهور العام والنخبة الرياضية على عدم التزام البرامج الرياضية الأربعة محل الدراسة بالمعايير المهنية والأخلاقية في الاعلام الرياضي وفي مقدمتها الموضوعية والحيادية.

- أن اشكالية البرامج الرياضية من وجهة نظر النخبة الرياضية تقع على عاتق مقدم البرنامج الرياضي لذلك يجب تدريبه وتأهيله ووضع أساس ومعايير مهنية وأخلاقية واحترافية .

252/2

حنان على حسن الشبيني

العوامل المؤثرة على أداء مراسلي الإذاعات والقنوات العربية والأجنبية بالقاهرة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014.

تتحدد مشكلة الدراسة في رصد وتحليل العوامل والضغوط المختلفة التي تؤثر سلبياً أو إيجابياً في الأداء المهني للمراسل الأجنبي الذي يقوم بتغطية الأحداث والوقائع المختلفة في مصر. وتهتم الدراسة بمفهوم المراسل المقيم وليس المراسل المؤقت الذي يقوم بتغطية حدث طارئ أو مفاجئ؛ أي أن الدراسة ستنصب بشكل أساسي على رصد وتحليل العوامل المؤثرة في أداء مراسلي

الإذاعات والقنوات العربية والأجنبية بالقاهرة، وبخاصة في ضوء تنوع الضغوط التي يتعرض لها المراسل الإخباري خلال عملية صناعة الأخبار، والتي تتحدد وفقاً لنظرية القائم بالاتصال أو حارس البوابة في كل من الضغوط المهنية، والضغوط التنظيمية، فضلاً عن الضغوط الروتينية والخلفية الأيديولوجية والثقافية والسياسية. وثمة ضغوط أخرى تتمثل في سياسة الوسيلة وطبيعة الجمهور المستهدف. بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 150 مراسلاً يمثلون القنوات والإذاعات العربية والأجنبية بالقاهرة على أن تمثل كافة وسائل الإعلام المسموعة والمرئية في القاهرة .

نتائج الدراسة الميدانية:

- رصدت الدراسة انخفاض نسبة غير مصريين و ارتفاع عدد المصريين ويرجع ذلك الى اختلاف تصنيف المراسل الأجنبي إلى مراسل مقيم دائم وهو النسبة الأكبر مصري تعينه القناة أو الإذاعة ومقيم بالقاهرة وأيضاً كشفت المقابلة الشخصية أنه قد يكون مسجل أو غير مسجل بجمعية المراسلين الأجانب ، أما معظم المراسلين غير مصريين غير مقيم مؤقت أو حر.

- إن الباحثين عينة الدراسة اتفقوا على أن الدور الذي يؤديه المراسلون للمجتمع جاء في المرتبة الأولى في نقل الأحداث والمعلومات بشكل حيادي وجاء في المرتبة الأخيرة الدفاع عن مصلحة المؤسسة التي يعمل بها سواء كانت إذاعة أو قناة مما يؤكد على أن المراسلين لا يدافعون عن مصلحة المؤسسة بشكل كبير.

- رصدت الدراسة من المقابلات الميدانية أن المراسلين لقناة أو لإذاعة عربية أو أجنبية في مصر يحاولون الظهور بالدور الحيادي بنقل المعلومات والأحداث إلا

أنهم يحاولون الابتعاد عن الموضوعات التي تظهرها أو عدم نقل تفاصيل أحداث بعينها مما يتفق مع سياسة الوسيلة الإعلامية وتوجهها السياسي ويشير تركيز المراسل لقناة أو لإذاعة عربية أو أجنبية على الأحداث ذات البعد العالمي إلى اهتمام المراسل بالأحداث المرتبطة بالدولة التي يعمل بها ، واتضح أن هناك اهتمام واضح من القنوات الأجنبية بالأحداث والأزمات المحلية في مصر وخاصة السلبية منها .

253/2

هند محمد نبيل حسين

دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات الجمهور نحو الموضوعات والقضايا الاقتصادية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014.

سعت الدراسة الى التعرف على أجندة الموضوعات والقضايا الاقتصادية التي يطرحها التلفزيون المصري من خلال تحليل مضمون النشرات والبرامج الاقتصادية للقناتين الأولى والنيل للأخبار بالإضافة الى تحديد أجندة الموضوعات والقضايا الاقتصادية للجمهور العام من خلال استمارة استبيان كما سعت الدراسة الى التعرف على اسلوب تناول تلك الموضوعات في النشرات والبرامج الاقتصادية وكيفية تحليلها وعرضها بالإضافة الى قياس تأثير بعض المتغيرات المعرفية والديموقراطية للجمهور العام على تكوين الاجندة الخاصة به

أهم نتائج الدراسة هي:

- يتابع المبحوثين النشرات الاقتصادية المعروضة على قناة النيل للأخبار أكثر من

متابعتهم للنشرات بالقناة الأولى وجاءت نسبة متابعة البرامج الاقتصادية على القناتين منخفضة مقارنة بالنشرات.

- تصدر القضايا الاقتصادية المحلية المباشرة المتعلقة بحياة المبحوثين اليومية قائمة أولوياتهم حيث جاءت قضية البطالة في المرتبة الاولى ثم مشكلة الفقر وانخفاض الدخل ثم قضية ارتفاع الاسعار ثم أزمة الوقود .

- اهتمت النشرات بعرض الاخبار الخارجية أكثر من لاخبار المحلية، بينما ركزت البرامج على الاخبار المحلية الخاصة بالموضوعات الاقتصادية.

254/2

محمود سامي حسن حسان

دور القنوات التلفزيونية في ترتيب أولويات الإصلاح السياسي لدى الشباب بعد ثورة 25 يناير، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تعرض الشباب للقنوات التلفزيونية وقدرة هذه القنوات التلفزيونية (حكومية وخاصة وعربية) على ترتيب أولويات الإصلاح السياسي لدى الشباب المصري المشاهد لهذه القنوات بعد ثورة 25 يناير 2011. وفي إطار ذلك تم الاستعانة بمنهج المسح بالعينة على عينة قوامها اربعمائة مفردة من شباب الجامعات الحكومية من سن (18-35) في اقاليم الجمهورية المختلفة وتم اختيار جامعة القاهرة ممثلاً للعاصمة، وجامعة المنيا ممثلاً للوجه القبلي، وجامعة الاسكندرية ممثلاً للوجه البحري.

وقد جاءت أهم النتائج على النحو التالي :
جاء التلفزيون كأهم مصادر المبحوثين في الحصول على معلومات بشأن الإصلاح

السياسى فى مصر بليه فى الترتيب الانترنت ثم الصحف ثم الإذاعة وأخيراً الأهل والأصدقاء. جاءت القنوات الخاصة فى المركز الأول من حيث اعتماد الشباب عينة الدراسة عليها فى الحصول على معلومات بشأن الإصلاح السياسى تليها القنوات العربية وأخيراً القنوات الحكومية. عارض نحو 53.3% معالجات القنوات التلفزيونية الحكومية لقضايا الإصلاح السياسى فيما عارض نحو 29.6% معالجات القنوات التلفزيونية الخاصة لقضايا الإصلاح السياسى.

وكان من أهم النتائج:

أن جاءت قناة النيل للأخبار فى صدارة ثقة أفراد عينة الدراسة، فهي التي يلجأون لها فى حالة تضارب التقارير الإخبارية حول الحدث الواحد فى القنوات الإخبارية التلفزيونية التي تعالجه، يليها قناة الجزيرة الإخبارية. وجاءت الفورية فى عرض الأحداث والتعليق عليها بطريقة مثيرة وجذابة فى مقدمة أسباب رضا عينة الدراسة عن المعالجة الإخبارية لقناة الجزيرة، ثم كفاءة المراسلين ومقدمي البرامج فى المرتبة الثانية. بينما جاء الاعتماد على المصادر الرسمية من أسباب رضا عينة الدراسة عن أداء قناة النيل الإخبارية، يليه الاعتدال فى طرح القضايا.

256/2

حسن محمود حسن قزاز

معالجة السينما الروائية المصرية للقضية الفلسطينية وتأثيرها على اتجاهات الشباب الجامعي المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014.

هدفت هذه الدراسة رصد وتحليل سمات وملامح معالجة الأفلام السينمائية للقضية

السياسى فى مصر بليه فى الترتيب الانترنت ثم الصحف ثم الإذاعة وأخيراً الأهل والأصدقاء. جاءت القنوات الخاصة فى المركز الأول من حيث اعتماد الشباب عينة الدراسة عليها فى الحصول على معلومات بشأن الإصلاح السياسى تليها القنوات العربية وأخيراً القنوات الحكومية. عارض نحو 53.3% معالجات القنوات التلفزيونية الحكومية لقضايا الإصلاح السياسى فيما عارض نحو 29.6% معالجات القنوات التلفزيونية الخاصة لقضايا الإصلاح السياسى.

تم التحقق من ثبوت الفرض الرئيسى للدراسة بوجود علاقة إيجابية بين اعتماد الشباب عينة الدراسة على القنوات التلفزيونية فى الحصول على معلومات سياسية وأولويات الإصلاح السياسى لديهم بعد ثورة 25 يناير 2011. تم التحقق من ثبوت الفرض الثانى للدراسة بوجود علاقة إيجابية بين تعرض الشباب عينة الدراسة للقنوات التلفزيونية وإدراك أفراد المبحوثين عينة الدراسة لأهمية قضايا الإصلاح السياسى بعد ثورة 25 يناير 2011

255/2

فاطمة محمد صالح

العوامل المؤثرة على مصداقية المادة الإخبارية التلفزيونية: دراسة مقارنة لإتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية قناتي النيل للأخبار والجزيرة الإخبارية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014.

تتمثل مشكلة الدراسة فى التعرف على العوامل المؤثرة على مصداقية المادة الإخبارية التلفزيونية لدى الجمهور المصري والمتغيرات المؤثرة عليها واتجاهاته، من خلال دراسة ميدانية مقارنة

الفلسطينية وقياس دور هذه الأفلام في تشكيل اتجاهات شباب الجامعات المصرية نحو القضية وتأتي أهمية الدراسة من قلة الدراسات التي تتناول اتجاهات الشباب بوجه عام والشباب المصري بوجه خاص نحو الأفلام السينمائية المصرية التي عالجت القضية الفلسطينية وندرة الدراسات التي تناولت القضية الفلسطينية في السينما المصرية.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح.

أهم النتائج:

1- 87.7% من الأفلام عينة الدراسة عالجت القضية الفلسطينية ، وكانت أغلب الأفلام انتاج القطاع الخاص 92%.

2- 48% من الشباب الجامعي يشاهد الأفلام الروائية المصرية التي تتناول القضية الفلسطينية .

3- 54% من الشباب اختار قضية الانتفاضة من بين المشكلات السياسية ذات الصلة بالقضية الفلسطينية.

257/2

سمر نجاح عواد

دوافع استخدام المراهقين للإعلام الإلكتروني وإشبعاته: دراسة تطبيقية للإنترنت وغرف الدردشة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014.

تسعى هذه الدراسة للتعرف على دوافع استخدام المراهقين للإعلام الإلكتروني ثم التطبيق على ألعاب الإنترنت وغرف الدردشة والتعرف على الإشباعات المتحققة من استخدامها والتأثيرات الناتجة عن ذلك الاستخدام بما في ذلك تأثير المتغيرات الديمغرافية على الدوافع والإشباعات طبقت

الدراسة منهج المسح وتم تطبيق الدراسة الميدانية باستخدام إستمارة الإستبيان على عينة عشوائية من طلاب المدارس بمحافظة الجيزة تكونت العينة من 400 مفردة من الذكور والإناث بالتساوي وتم التطبيق على المرحلتين الإعدادية والثانوية داخل الفصول.

أهم النتائج :

1- أغلب مفردات العينة يستخدمون ألعاب الإنترنت ، وهذا يدل على اتجاه المراهقين لممارسة تلك الألعاب على الرغم من تطلب وجود العديد من الامكانيات للوصول اليها.

2- لا يشارك معظم أفراد العينة في الألعاب المدفوعة بسبب خوفهم من المشاركة في دفع اموال قد تضيع عليهم او يفقدوها في مواقع اللعب ، الى جانب توافر نسخ معتمدة من تلك الألعاب.

3- تنوعت التأثيرات الناتجة عن ممارسة الألعاب على الانترنت ما بين الايجابي و السلبي و كانت الحصة الاكبر للتأثير الايجابي على السلبي ، حيث انها ساهمت في تعلم أفراد العينة اللغة الانجليزية أو ساعدتهم على تحسينها.

259/2

مروة محمود عبد الله

صورة الزوج والزوجة في المسلسلات المصرية والتركية وعلاقتها بدوافع العلاقات الزوجية في الأسرة المصرية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014.

تستهدف الدراسة التعرف على الصورة التي يقدم بها الزوج والزوجة في كل من المسلسلات المصرية والتركية، وتأثير تلك الصورة على واقع العلاقة بينهما في الأسرة المصرية. وقد

بندر عبد العزيز خليل الحارثي

اعتماد الشباب السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في تناول الموضوعات المجتمعية واتجاهاتهم نحوها، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014.

تسعى هذه الدراسة للتعرف على تأثيرات اعتماد الشباب السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي - فيس بوك وتويتر في الحصول على معلومات عن القضايا المجتمعية في مجتم الدراسة وتأثير ذلك في تشكيل اتجاهاته نحو هذه القضايا ودرجة دفع شبكات التواصل الاجتماعي للشباب السعودي للمشاركة في تقديم حلول لهذه القضايا بالدراسة الميدانية.

وتوصلت الدراسة الميدانية إلى: أن الذكور أكثر استخداماً للإنترنت بشكل عام في المملكة العربية السعودية كما يفضل الشباب السعودي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي يمكنه من خلالها كتابة مقالات وآراء.

كما توصلت الدراسة أن المستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي والاجتماعي ليس لهم تأثير على استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وكان أهم أسباب استخدام الشبكات الاجتماعية تكوين اصدقاء ومعارف جدد تلاه التعرض لأشياء مسلية ومضحكة كما ترى غالبية العينة أن الحكومة قد نجحت إلى حد ما في استغلال مواقع التواصل الاجتماعي من أجل حل مشكلات المجتمع السعودي.

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، حيث قامت الباحثة قامت الباحثة بإجراء دراسة تحليلية على عينة من المسلسلات التلفزيونية المصرية التي تم عرضها على قناتي "سى بى سى" و"فد" ام بى سى و"الحياة مسلسلات"، كذلك عينة من المسلسلات التركية المدبلجة التي تم عرضها على قناتي "4 و"النهار دراما"، وقد تم التحليل باستخدام استمارة تحليل المضمون، بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية قوامها 440 مفردة من الأزواج والزوجات المصريين ممن يشاهدون المسلسلات المصرية والتركية المدبلجة التي تعرض على القنوات الفضائية، وتم توزيع مفردات العينة وفقاً لأسلوب اتساوى بين الأزواج والزوجات فى الأسرة المصرية فى كل محافظة، مع مراعاة التوزيع المتناسب للعينة فى محافظتى القاهرة والجيزة اللتان تم تطبيق الدراسة عليهما.

أهم النتائج:

1- 59% من المبحوثين يشاهدون المسلسلات المصرية بمعدل متوسط بينما 26% يشاهدونها بمعدل منخفض و 14.7% يشاهدونها بمعدل مرتفع، و بالنسبة للمسلسلات التركية فان 39.2% يشاهدونها بمعدل منخفض و ذلك بسبب المط و التطويل التي تنسم به المسلسلات التركية.

2- كما انه لا يوجد علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة الزوج و الزوجة للمسلسلات المصرية و تأثيرها على العلاقة بين الزوجين أما بالنسبة للمسلسلات التركية فإنه يوجد علاقة بين كثافة مشاهدة الزوج و الزوجة للمسلسلات التركية و تأثير مشاهدة تلك المسلسلات على واقع العلاقة بين الزوجين فى الاسرة المصرية.

وإناث) من محافظات (القاهرة – الجيزة – المنوفية).

262/2

منة الله كمال موسى دياب

علاقة الشباب المصري بالمواقع الإلكترونية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية على الإنترنت، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014.

تستهدف هذه الدراسة التعرف على طبيعة علاقة الشباب المصري بالمواقع الإلكترونية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية عبر الإنترنت حيث قامت إسرائيل مؤخراً بتدشين عدد من المواقع الإلكترونية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية (إسرائيل تتكلم بالعربية- قرآن. نت – إسرائيل بدون رقابة – عربيل "صوت إسرائيل") بالإضافة لعدد من الصفحات لها على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة علي الفيس بوك وآخرهم صفحة الاقتصاد الإسرائيلي بالمصري وتعمل هذه الصفحات علي طرح موضوعات للنقاش وتبث أخبار وتقارير هدفها جذب أكبر قدر ممكن من الشباب لمعرفة ما يدور في عقولهم تجاه إسرائيل، كما تسعى إسرائيل بشكل ممنهج، من خلال هذه المواقع والصفحات المكثفة التي تبثها باللغة العربية لاختراق الشباب العربي والمصري بصفة خاصة، وإيهام المشاركين في هذه الصفحات بأن إسرائيل دولة ديمقراطية ومتقدمة وتتميز بالتعددية. أجريت هذه الدراسة الميدانية على مجتمع من الشباب المصري وتتراوح أعمارهم ما بين (18-35 سنة) وتم التطبيق على عينة عمدية من الشباب المصري من مستخدمي المواقع الإلكترونية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية وبرامج المحادثات المكالمات المجانية الإسرائيلية، وتتكون العينة من 400 مفردة من الشباب المصري (ذكور

أهم النتائج التي تم التوصل إليها :

-تزايد استخدام الشباب المصري عينة الدراسة للمواقع الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية ولبرامج المحادثات المجانية منذ عدة أشهر نظراً لحدثة هذه البرامج وانتشارها في الآونة الأخيرة عقب انتشار الهواتف الذكية بأسعار تناسب الجميع وتنافس الشركات الهاتفية وبعضها البعض لتقديم أحدث الأجهزة الهاتفية الذكية وتنافس شركات الاتصال على تقديم أفضل العروض على خدمات الإنترنت بما يتيح استخدام هذه البرامج والتطبيقات المختلفة بسهولة ويسر.

-يلجأ الشباب المصري عينة الدراسة في أغلب الأحوال إلي استخدام اسماً مستعاراً في التعامل مع المواقع والبرامج الإسرائيلية صفة معينة، ما يعني أن أكثرية الشباب المصري تفضل الابتعاد عن ذكر الاسم الحقيقي لصالح استخدام أسماء مستعارة أو كنيات أو صفات وذلك رغبة منهم في الهروب من الرقيب حتى لا يحاسبهم الآخرين على توجهاتهم وإختياراتهم وآرائهم.

-كشف تحليل البيانات عن أن 121 مفردة يتعرضون للمواقع الإلكترونية الإسرائيلية، وهذه النسبة ليست بالقليلة بالنظر إلى خطورة هذه المواقع.

-جاء ترتيب المواقع الإسرائيلية الناطقة بالعربية من حيث الأهمية لدي الشباب المصري المتعرضين لها، وقد جاء موقع قرآن. نت في المركز الأول، يليه موقع إسرائيل تتكلم العربية بما يعني أن المحتوى الإسلامي الذي تقدمه هذه المواقع استطاع اجتذاب عدداً لا بأس به من متابعي المواقع الاللكترونية بالتغاضي عن كون إسرائيلي

1- تدنى نسبة مشاركة الجمهور في البرامج (عينة الدراسة) على عكس الضيوف المشاركين حيث كان الفارق كبير ، نقداً انعدمت المشاركة في برنامج (الحوار و القوس) حيث جاءت البرامج التي يشارك فيها الجمهور بنسبة 66.7% بينما جاءت نسبة المشاركين 33.3%.

2- يوجد تفاوت حاد في مستويات الموقفة السياسية لدى المبحوثين حيث يتجه مستوى الموقفة السياسية المتوسطة 68% بينما جاءت نسبة مستوى الموقفة المرتفع 30% فيما بلغت نسبة المستوى المصرى المنخفض 01.7% كما ان الادراك السياسى سلوكيا لدى المبحوثين هو اقل من ممارسة الادراك السياسى معرفياً من حيث الحصول على ممارسة المعلومات.

261/2

محمد فتحي توفيق الصانع

استخدامات الشباب المصرى لموقع اليوتيوب Youtube والاشباعات المتحققة منها ، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

لوحظ انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعية و تحديداً اليوتيوب فى الآونة الأخيرة حيث وصل عدد مستخدمى الإنترنت إلى ٤٦ مليون مستخدم و وصل عدد مستخدمى اليوتيوب إلى ٣٤ مليون مستخدم فى مصر حتى عام ٢٠١٤، و أضافت سمة التفاعلية التى تتسم بها شبكات التواصل الاجتماعية أبعاد جديدة تتحدى الباحثون لمعرفة طبيعة هذه الشبكات من خلال مدخل الاستخدامات والإشباعات. وتهدف هذه الدراسة إلى التحقق من طبيعة استخدامات عينة الدراسة العمدية - التى

267/2

وريا روستم محمد

العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية فى القنوات الفضائية الكردية والوعى السياسى لدى طلاب الجامعة فى إقليم كردستان العراق "دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2014.

تنمى هذه الدراسة إلى جملة الدراسات التى تتناول التأثير الإعلامى من خلال اختبار العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام و الوعى السياسى، و طبقاً لمشكلة الدراسة فإن هذه الدراسة سعت إلى تناول قطاع حيوى من وسائل الإعلام ممثل فى القنوات الفضائية الكردية، و على الأخص البرامج الحوارية السياسية فى هذه القنوات، و بناءً على ذلك فإن مشكلة الدراسة تحددت فى التعرف على العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية فى القنوات الفضائية الكردية و الوعى السياسى لدى طلاب الجامعة فى إقليم كردستان العراق. و هى دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح بالعينة؛ و ذلك من خلال مسح مضمون عينة من البرامج الحوارية السياسية فى القنوات الفضائية الكردية ممثلة بقنوات (ان آر تى) و(جى كى) و (اس بى آى دى ايه)، و التى شملت (3) برامج حوارية سياسية، و هى برنامج (فكر مرتين) على قناة (ان آر تى)، وبرنامج (القوس) على قناة (جى كى)، وبرنامج (الحوار) على قناة (اس بى آى دى ايه)، و ذلك خلال الفترة الزمنية من 2013/10/1 وحتى 2013/12/31. وكذلك تم مسح عينة من جمهور الشباب الجامعى الكردستانى من خمس جامعات، هى الجامعات الحكومية الثلاث (صلاح الدين، السليمانية، التقية فى دهوك) والجامعتان الخاصتان: وهما (جيهان، اللبنانية الفرنسية)، بواقع (469) مبحوثاً.

تكونت من ٣٠٠ مبحوث - لموقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة منها مع اختبار بعض إشباعات أخرى جديدة قد تسعى عينة الدراسة لتحقيقها من استخدام اليوتيوب، كما اهتمت الدراسة بتحديد مدى تفاعل عينتها مع موقع اليوتيوب.

وأوضحت نتائج الدراسة أن الحاجات العاطفية و حاجات الملاءمة هي أكثر الحاجات التي تسعى عينة الدراسة لإشباعها عند استخدام اليوتيوب، و إن هناك علاقة إحصائية بين مدى تفاعل عينة الدراسة مع الموقع و إشباع حاجاتهم. لم تتم دراسة دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعية مثل اليوتيوب وغيره ومدى تأثيرها الثقافي والمجتمعي والنفسي بشكل كافٍ في الدول العربية، وإنما مازال أمام الباحثين الكثير من الدراسة و البحث في هذا المجال حتى يصل المجتمع إلى تكوين صورة أوضح عن طبيعة تلك الشبكات.

263/2

دعاء صلاح فريد حمد

صورة المجتمع الإسرائيلي كما تعكسها الأفلام والمسلسلات المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب نحو تطبيع العلاقات مع إسرائيل، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

هدفت الدراسة إلى رصد سمات وملامح الصورة المقدمة عن المجتمع الإسرائيلي في الأفلام والمسلسلات المصرية من خلال تحليل مضمون بعض هذه الأعمال الدرامية، وذلك للتعرف على أوجه الاختلاف والتشابه بين صورة المجتمع الإسرائيلي المقدمة في الأفلام والمسلسلات وبين الواقع الفعلي لهذا المجتمع، بالإضافة للتعرف على مدى الاختلاف والاتفاق بين الصورة المقدمة في الدراما والصورة المدركة لدى الشباب. كما هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة

مشاهدة الأعمال الدرامية باتجاهات الشباب المصري نحو قضية التطبيع مع إسرائيل.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، حيث قامت بتحليل 3 مسلسلات و3 أفلام هما (مسلسل رأفت الهجان ومسلسل عابد كرمان ومسلسل الصفعة ، وفيلم مهمة في تل أبيب وفيلم فتاة من إسرائيل وفيلم ولاد العم)، ثم قامت الباحثة بعمل دراسة ميدانية على عينة قوامها 250 مفردة من الشباب المصري الذين يشاهدون هذه النوعية من الأعمال الدرامية.

وقد خلصت الدراسة التحليلية إلى أن عدد الشخصيات الإسرائيلية في هذه الأعمال بلغ 121 شخصية (الذكور 68.6% والإناث 31.4%)، أغلبهم من سن 30 – 50 بنسبة 38%، بما يتماشى مع الفترات الزمنية التي دارت بها أحداث الأعمال الدرامية، ففي فترات الخمسينيات والستينيات والسبعينيات التي ركزت عليها الأعمال الدرامية كان أغلب الشخصيات المتواجدة بإسرائيل من المهاجرين كبار السن، ولم يكن قد ظهر بعد جيل الصابرا أو المولودين في إسرائيل.

كما أوضحت الدراسة التحليلية أن الأعمال الدرامية عينة الدراسة لم تهتم بإظهار بعض المتغيرات الديموغرافية للشخصيات الإسرائيلية كالحالة الاجتماعية أو المستوى التعليمي، وكذلك المستوى الاقتصادي حيث تم التركيز على المستويات الاقتصادية المتوسطة والمرتفعة ، وهو ما انعكس على عرض المشكلات التي تواجه الشخصية الإسرائيلية، فتراجعت المشكلات الاقتصادية، بينما جاءت المشكلات النفسية في مقدمة المشكلات التي واجهت الشخصيات الإسرائيلية، وتلتها المشكلات الاجتماعية، فظهر المجتمع الإسرائيلي وكأنه لا يعاني من مشكلات اقتصادية

إطلاقاً، وقد انعكست تلك النتيجة على نتائج الدراسة الميدانية فحصلت المشكلات الاقتصادية على أقل وزن مرجح قدره 21.1% من بين المشكلات الأخرى، وهو ما يتعارض مع الواقع، فالمجتمع الإسرائيلي يعاني من أزمات اقتصادية حادة.

264/2

ريهام صلاح عبد ربه

تأثير استخدام الإنترنت على التفاعل الاجتماعي لدى المكفوفين (رسالة باللغة الإنجليزية)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تخلصت الدراسة تأثير استخدام الإنترنت على التفاعل الاجتماعي بين المكفوفين وضعاف البصر. وسعت أيضاً إلى استكشاف لماذا يستخدم المكفوفون وضعاف البصر الإنترنت. وقد تناولت هذه الدراسة أساساً ثلاثة جوانب من استخدام الإنترنت: (أ) كيف الفروق الفردية - على وجه التحديد، القلق الاجتماعي والوحدة - ترتبط دوافع الإنترنت، (ب) كيف أن الحاجة لدافع الانتماء ترتبط سلوكيات الإنترنت من حيث الذات - التمثيل (ج) كيف يرتبط العرض الذاتي بالتفاعل الاجتماعي. وقد تم دراسة أثر الخصائص الديموغرافية على استخدام المشاركين في الإنترنت.

أهم النتائج:

1- للانترنت تأثير ايجابي على التفاعل الاجتماعي للمكفوفين وتبين من النتائج أن البحث عن المعلومات ومراقبة البيئة و التفاعل الاجتماعي تعد من أبرز دوافع استخدام المكفوفين للانترنت.

2- كما اشارت النتائج الى ان افراد العينة هم الاكثر معاناه من القلق الاجتماعي بمليون أكثر الانترنت لأنها تمنحهم

شعوراً بالانتماء الى جماعة تشاركهم اهتماماتهم مقارنة بالاقل معاناة من القلق الاجتماعي.

265/2

ريم على أحمد عبد المجيد

معالجة الأفلام السينمائية لقضايا الطفل المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تحددت مشكلة الدراسة في رصد معالجة السينما الروائية لقضايا الطفل المصري وتحليلها، وخصوصاً مع تفعيل الاهتمام الرسمي بقضايا الطفل مع بداية العقد الثاني للطفولة (2000م-2010م)، وتفعيل قانون الطفل المصري المعدل رقم 126 لعام 2008م. أهمية الدراسة 1. تتناول الدراسة قضايا الطفل في المجتمع، والتي من الممكن أن يسهم تناولها سينمائياً في التنبيه إلى خطورتها، وتحفيز الجهات المعنية بالطفولة على القيام بدورها، بما يحقق مبدأ الشراكة في المسؤولية في مواجهة قضايا الأطفال، ويسهم في تدعيم دور الدراما السينمائية المصرية في إبراز هذه القضايا بشكل جزئي أو كلي. 2. الربط بين فن السينما كأحد الفنون ذات الجماهيرية الواسعة، ودوره في خدمة قضايا فئة هامة من فئات المجتمع، وهي فئة الأطفال. نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد استخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، واعتمدت على أداة تحليل المضمون والمقابلة المتعمقة على النحو الآتي: أولاً: صحيفة تحليل المضمون: استخدمت الدراسة صحيفة تحليل المضمون؛ وذلك للتعرف على حجم اهتمام الأفلام السينمائية بقضايا الطفل المصري، ونوعية القضايا المطروحة في الأفلام.

أهم النتائج:

1- بروز دور القطاع الخاص في الاهتمام

بقضايا الاطفال ، انتاج افلام متنوعة
تناقش قضايا الطفل المصرى و ذلك
بنسبة 97%.

2- غلبة القالب الكوميدي بنسبة 31.8% فى
معظم الافلام السينمائية التى تتناولها
الدراسة.

3- اهتمت للافلام السينمائية بعرض
مجموعة من القضايا مثل ضايا اللاطفال
السلوكية ، قضية العنف ضد الطفل و
فقر الاطفال اطفال الشوارع على حساب
قضايا أخرى مثل قضية أبناء
المهاجرين قضية الانتماء و الطفل
اللقيطو الاطفال ذوى الاعاقة و اطفال
مراكز الايواء حيث تجاهلت الافلام
السينمائية تلك القضايا فلم يتم تناولها الا
بنسب ضئيلة بالرغم من ارتفاع
المؤشرات الرقمية لتلك القضايا فى
المجتمع المصرى .

4- 40.8% من المتخصصين على أن
معالجة القضايا سينمائياً من الممكن أن
تكون عامل ضغط على متخذى القرار
فى سعى منها كل تلك القضايا و لفنت
نظر المسؤولين عنها.

266/2

راجية إبراهيم عوض عطا الله

دور البرامج الحوارية فى الفضائيات
المصرية الخاصة فى ترتيب أولويات قضايا
المواطنة لدى الشباب المصري، رسالة
ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تسعى الدراسة إلى التعرف على قائمة
أولويات قضايا المواطنة التى تقدمها البرامج
الحوارية فى الفضائيات المصرية الخاصة
عينة الدراسة التحليلية (الحياة اليوم- هنا
العاصمة-90دقيقة) ودورها فى ترتيب
أولويات قضايا المواطنة لدى الشباب

الجامعى عينة الدراسة الميدانية، وتستخدم
هذه الدراسة منهج المسح بشقيه التحليلي
والميداني : وفى إطاره تم إجراء دراسة
تحليلية لعينة من البرامج الحوارية التى
تذاع عبر الفضائيات المصرية
الخاصة، وإجراء دراسة أخرى ميدانية على
عينة من الشباب الجامعى.

وكان من أهم النتائج التى خلصت إليها هذه
الدراسة الآتى: احتلت قضايا المواطنة
القانونية المرتبة الأولى يليها قضايا
المواطنة السياسية ثم الاجتماعية ثم
الاقتصادية وأخيراً قضايا المواطنة
البيئية، وتمثلت نسبة مناقشة القضايا الخاصة
بالحقوق (95.1%) مقابل نسبة القضايا
الخاصة بالواجبات والتى كانت نسبتها
(4.9%) وهو ما يدل على اختلال ميزان
معالجة هذه البرامج لقضايا المواطنة
لتركيزها على جانب وإغفالها الجانب
الأخر، فى حين أوضحت نتائج الدراسة
الميدانية ارتفاع معدل متابعة المبحوثين
للبرامج الحوارية عينة الدراسة وهو ما أدى
إلى توافق أجندة قضايا المواطنة التى
تعرضها البرامج الحوارية مع أجندة
المبحوثين، كما أثبتت الدراسة أن كل من
المتغيرات الديموغرافية ودرجة الاعتماد
ودرجة الثقة فى مصداقية البرامج تؤثر على
العلاقة بين ترتيب أولويات قضايا المواطنة
التي تعرضها البرامج الحوارية وترتيب
أولويات ذات القضايا لدى المبحوثين.

268/2

ياسمين على الدين محمد المهدى

دور البرامج التلفزيونية فى معالجة قضايا
عمل المرأة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة،
2015.

تناولت الدراسة التعرف على دور البرامج
التلفزيونية فى معالجة قضايا عمل المرأة و

المعيلة – امكانية تولى المرأة للمراكز
القيادية – مشروعية عمل المرأة في
الشرعية .

269/2

ماجدة محمود أحمد عبد العال

توظيف مواقع الإنترنت في البرامج
الإخبارية بالقنوات الفضائية المصرية:
دراسة تحليلية ميدانية على المحتوى
والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير، قسم
الإذاعة، 2015.

تسعي هذه الدراسة للتعرف على دور مواقع
الإنترنت وكيفية توظيفه في البرامج
الإخبارية بالقنوات الفضائية المصرية
الحكومية والخاصة، ومدى نجاح هذه
البرامج الإخبارية من الاستفادة من مواقع
الإنترنت في تقديم خدماتها، وكيفية إستفادة
القائمين بالاتصال بالبرامج الإخبارية من
مواقع الإنترنت شكلاً ومضموناً، وما مدى
إعتماد هذه البرامج الإخبارية على مواقع
الإنترنت في تقديم خدماتها الإخبارية على
تذكر الجمهور للمضمون الإخباري
وإعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري
على نظرية حارس البوابة، ونظرية ثراء
الثراء الإعلامي، وكذلك إعتمدت هذه
الدراسة على منهج المسح من خلال عينة
عشوائية متاحة يبلغ قوامها (150) مفردة
من القائمين بالاتصال وهم (محرري
ومعدى ومقدمى ومخرجين البرامج
الإخبارية) في القنوات الفضائية المصرية
الحكومية والخاصة، وتحليل البرامج
التلفزيونية من حيث شكل ومضمون المادة
الإخبارية المقدمة عبر القناة الحكومية (القناة
الأولى) والقناتين الخاصتين (وقناة CBC
وقناة BBC) لمدة شهر (أكتوبر 2013)
للقنوات الثلاثة، أهمها:

أولاً: نتائج الدراسة الخاصة بالقائم
بالاتصال :- أشارت النتائج إلى إتباع الغالبية

ذلك إنطلاقاً من الدور الذى يقوم به
التلفزيون كركيزة أساسية تعمل على نشر
ثقافة عمل المرأة وتحقيق الشراكة فى
عملية التنمية الشاملة، وذلك فى إطار
المسؤولية الاجتماعية للتلفزيون. و تهدف
الدارسة الى تحليل نماذج من البرامج
التلفزيونية فى عدد من القنوات العربية
للوقوف على كيفية معالجتها لقضايا عمل
المرأة، و ذلك بهدف التعرف على نوعية
هذه القضايا و الوقوف على أهم الاختلافات
فى المعالجة التلفزيونية فيما بين القنوات
العربية سواء الحكومية أو الخاصة، هذا
بالإضافة إلى الوقوف على مدى مواكبة
القضايا التى تتناولها البرامج التلفزيونية مع
القضايا الحقيقية داخل المجتمع و التعرف
على رؤية المهتمين بقضايا المرأة حول
كيفية تفعيل المعالجة التلفزيونية لقضايا
عمل المرأة. و تعتمد هذه الدارسة على
نظرية المسؤولية الاجتماعية لما لها من
مبادئ تنادى بتحرر وسائل الإعلام من
تسلط الأنظمة الحاكمة أو أى من فئات
المجتمع عليها و تنادى بتحقيق الموضوعية
فى الرسالة الإعلامية

أهم النتائج:

- 1- محدودية أعداد البرامج التى تطرقت الى
قضايا عمل المرأة فلا يوجد اهتمام كبير
بمثل هذه القضايا.
- 2- كانت اغلب اهتمام البرامج بالقضايا
الاجتماعية للمرأة مثل الموضة،
الديكور، الاكسسوارات، الطهى.
- 3- تناولت قضايا عمل المرأة فى القطاع
الخاص 71% بينما بلغت نسبتها فى
القطاع الحكومى 28.6%.
- 4- وضع الخبراء أثناء المقابلة مجموعة من
قضايا عمل المرأة التى يجب معالجتها
فى البرامج التلفزيونية مثل المساواة فى
العمل – التحرش فى العمل – المرأة

العظمى من القائمين بالإتصال في الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة (96,2%) لمعايير عامة في إنتقاء قصصهم الإخبارية ، بينما أشار قائم بالإتصال واحد فقط إلى عدم إتباعه لهذه المعايير ، كما أشارت هذه النتيجة بوجه عام إلى إرتفاع مهنية القائمين بالإتصال فى القنوات عينة الدراسة .

-ويتضح من النتائج مجازاة الغالبية العظمى من القائمين بالإتصال فى الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة معا لتكنولوجيا الإتصال الحديثة والمتطورة وإن كان ذلك إلى حد ما وليس بدرجة عامه ، فهم أحيانا ما يواجهون صعوبات فى إستخدام هذه التكنولوجيا ، وقد لا يرجع ذلك إلى عقبات خاصة بهم كموارد بشرية ، وإنما قد يرجع ذلك إلى عقبات مادية تتعلق بالتجهيزات الخاصة بالأجهزة اللازمة لتوفير وإستخدام النت.

ثانياً: نتائج الدراسة التحليلية :- من خلال تحليل المضمون للبرامج التليفزيونية ظهر نقاط تشابه وأخرى نقاط إختلاف بين الثلاث برامج التى تبع قنوات فضائية مختلفة ، فنجد أن برنامج (نقطة حوار) على قناة BBC من أكثر البرامج الثلاثة تمييزاً فى جميع العناصر وخاصة من حيث الإعتماد على مواقع التواصل الإجتماعى. - كما نلاحظ إعتداد قناة البى بى سى على الإنترنت وخاصة مواقع التواصل الإجتماعى فى برنامجها أكثر من البرامج الأخرى وخاصة برنامج بهدوء على قناة النهار الذى يستخدمها قليلاً.

270/2

هشام سعيد فتحى عمر البرجى

تأثير استخدام تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعى عبر الإنترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية، رسالة

ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تسعى هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعى عبر الإنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة المصرية. وإلقاء الضوء على أهم شبكات التواصل الاجتماعى عبر الإنترنت التى يقبل مختلف أفراد الأسرة على الإشتراك فيها والكشف عن طبيعة تعامل الأفراد داخل المجتمعات الافتراضية المتاحة عبر الإنترنت والتعرف على مدى تفضيلهم لها، ومدى تأثير ذلك على حياتهم الواقعية. والتعرف على أهم الآثار النفسية والاجتماعية المرتبطة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعية ومدى حدوثها لدى المستخدمين من أفراد المجتمع المصرى تم استخدام منهج المسح وتم تطبيق على عينة غير احتمالية وبالتحديد عينة متاحة من أفراد الأسرة المصرية من الآباء والأمهات والأبناء من نفس الأسر قوامها 420 مفردة موزعة كالتالى 210 مفردة من الآباء والأمهات و210 مفردة من الأبناء، وتم تقسيم اختيار العينات العشوائية حسب المستوى الاقتصادى الاجتماعى للمناطق من ثلاث محافظات تمثل جمهورية مصر العربية واستخدام الباحث كل من نظرية البيئة الاعلامية ونظرية التفاعلية

أشارت النتائج إلى وجود تأثيرات سلبية لمواقع شبكات التواصل الاجتماعى على علاقة المبحوث من الأبناء بأسرته بسبب "تقليلها للحوار الشخصى التفاعلى بين أفراد الأسرة مع استسهال الحوار عبر هذه الشبكات الاجتماعية داخل المنزل" حيث جاءت بنسبة 65.2 %.

- أظهرت النتائج وجود تأثيرات إيجابية لاستخدام المبحوث من الأبناء لمواقع شبكات التواصل الاجتماعى وعلاقة بالأصدقاء والأقارب وأهمها "إبقاء المبحوث من الأبناء على التواصل مع

الأصدقاء والأقارب الذين يعيشون بعيداً عنه" حيث جاءت بنسبة 64.6 .

-أكدت النتائج أن أهم أسباب اعتقاد المبحوثين من الآباء أن استخدام أولادهم لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي قد أدى إلى تغيير أو تعديل سلوك أولادهم للأسوأ بسبب "جعلهم في عزلة عن المحيط الأسرى" حيث جاءت بنسبة 60% .

271/2

آية مدحت عاصم

التأثيرات الاجتماعية والثقافية للألعاب الإلكترونية الجماعية على الشباب (رسالة باللغة الإنجليزية)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تسعى هذه الدراسة لمعرفة الآثار الاجتماعية والثقافية للألعاب الإلكترونية الجماعية المتاحة عبر شبكة الإنترنت. من خلال استكشاف ما إذا كانت ال MMORPGs تلبي إحتياجات اللاعبين الاجتماعية مما يؤدي إلى تفضيلهم للحياة الافتراضية عن عالمهم الحقيقي أم أنها تعزز من الحياة الاجتماعية للاعبين من خلال تعرفهم على مجتمعات جديدة من جميع أنحاء العالم؟ كما تهدف الدراسة أيضاً إلى الكشف عن المعضلة الثقافية التي تتمثل في إنتهاك المحظورات في العالم الافتراضي و إلى أى مدى تتأثر الهوية الثقافية للاعبين. تم إجراء الدراسة على عينة قوامها 400 شاب مصري أعمارهم تتراوح بين 18 إلى 20

أهم نتائج للدراسة:

1 . تبين للباحث من خلال الدراسة أن اللاعبين من الشباب المصري لديهم خصائص مشتركة مع غيرهم من اللاعبين مثل أن الذكور يلعبون لمدد أطول من اللاعبات الإناث حيث أن 10.8 % فقط من الإناث يلعبون أكثر من 20 ساعة أسبوعياً .

و ذلك يرجع إلى هدف كل نوع من اللعب. فالذكور يلعبون للإحساس بالإنجاز لذا يخصصون مدد زمنية طويلة للعب بينما الإناث تلعب للبعد الاجتماعي بالألعاب.

2 . و كذلك كان هناك إتساق بين نتائج الدراسة و الدراسات السابقة من حيث تفضيل اللاعبين الأصغر سناً للألعاب الإلكترونية مقارنة بالأكبر سناً . و كذلك في ظاهرة إدمان الألعاب مما يؤدي إلى تأثيرات سلبية علي اللاعبين المصريين سواء علي أدائهم الدراسي أو علاقاتهم الاجتماعية بالمحيطين بهم. بالإضافة إلي إهتمام 60.5 % من الإناث المصريات بالمظهر الخارجي للشخصيات الافتراضية التي يلعبون بها عام وهؤلاء الشباب تم إختيارهم من أشهر 4 ألعاب جماعية في العالم.

272/2

أمانى فاروق عبد العزيز

استخدامات الشباب الجامعي للإذاعات المصرية التي تبث على موجه FM والأشباع المتحققة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

يكسب موضوع الدراسة أهمية خاصة في الوقت الراهن على ضوء الاعتبارات التالية قلة الدراسات التي تناولت إذاعات FM بشكل خاص والتي اهتمت فقط بالتعريف لإذاعة نجوم FM ودورها في التأثير على جهود الشباب

الجامعي وكذلك التطرق لدور إذاعة راديو مصر باعتبارها الإذاعة الحكومية المنافسة لإذاعة FM الخاصة، التعرف على جوانب جديدة في تعامل جمهور الشباب المصري الجامعي مع الإذاعة بما طرأ عليها من تطورات تكنولوجية جديدة تملت في انشاء الإذاعات المصرية على موجه FM حيث يعتبر الشباب يمثل أكثر الفئات العمرية عرضة للتأثير بما يحدث في العالم والمجتمع

من تطورات متنوعة بشكل عام كما أنهم يمثلون اكبر شريحة عمرية في المجتمع المصري.

273/2

محمود يوسف حجاج

أطر التغطية الإخبارية للسياسات الحكومية بالفضائيات المصرية وعلاقتها بالإغتراب السياسي لدى الجماهير، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام على الجمهور من خلال اختبار العلاقة بين استخدام تلك الوسائل والاغتراب السياسي لدى الجماهير، وطبقاً لمشكلة الدراسة فإن الدراسة الحالية قد سعت إلى تناول قطاع حيوي من وسائل الإعلام متمثلاً في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية، وبناء على ذلك فقد تم تحديد مشكلة الدراسة في التعرف على العلاقة بين أطر التغطية الإخبارية للسياسات الحكومية وعلاقتها بالاغتراب السياسي لدى الجماهير. وقد اعتمد الباحث على منهج المسح باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على البيانات من خلال تحليل مضمون البرامج الحوارية في شبكة قنوات الحياة (الحياة اليوم)، ودريم2 (العاشرة مساءً)، والأولى المصرية (بيتنا الكبير)، والجزيرة مباشر مصر (مصر الليلة). على مدى خمسة أسابيع من 2014/2/1 إلى 2014/3/7، بالإضافة إلى مسح عينة عشوائية طبقية مكونة من 400 مفردة من المجتمع المصري في إقليم القاهرة الكبرى - القاهرة - الجيزة - القليوبية.

أهم النتائج تشير إليه الدراسة: تصدر الأسلوب السلبي في طرح القضايا لقائمة أساليب الطرح البرامجي التي تتناولها

البرامج الحوارية محل الدراسة .
- تصدرت أطر الصراع "المحدود" المستخدمة في البرامج محل الدراسة بنسبة (68.3%) كما أشار غالبية المبحوثين إلى دور البرامج الحوارية في زيادة الإحباط لدى المصريين

- وجود ارتباط دال احصائياً بين التعرض للمضامين السلبية في البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية والشعور بعدم الفعالية في الحياة السياسية المصرية وكذلك عدم الكفاءة السياسية في التعاطي مع الحكومة المصرية والسياسات والقرارات والإجراءات الناتجة عنها

- وجود علاقة دالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين للمضامين السلبية حول الحكومة بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية ومستوى الثقة في أداؤها

274/2

محمد كمال محرز غالى

دور القنوات العربية الموجهة في تشكيل صورة الواقع العربي لدى الجمهور الأمريكي، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تهدف الدراسة إلى التعرف على الدور المنوطة به القنوات العربية الموجهة باللغات الأجنبية في تقديم و تشكيل صورة الواقع العربي (السياسي، الإقتصادي، الاجتماعي، الثقافي وصورة الشعوب والدول...الخ) لدى الجمهور الغربي و خاصة الأمريكي منه، ورصد وقياس مستويات ملامح القوالب النمطية السائدة عن العرب، من خلال دراسة ميدانية مقارنة تزامنت مع الثورات العربية من مارس ٢٠١٢ إلى منتصف العام ٢٠١٤ بين عينة (٢١٠) مبحوثاً من الأمريكيين المتواجدين بالقاهرة أثناء فترة الدراسة، وعينة المقيمين

بالولايات المتحدة الأمريكية لتحديد أبرز المتغيرات التي تدخل في تشكيل صورة ذهنية للواقع العربي. كما تسعى الدراسة إلى تقييم أداء هذه القنوات ومستويات معالجة وتناول صورة الواقع العربي بها للخروج برؤية تقويمية لأدائها وسبل تقديم صورة موسوعية لهذا الواقع، من خلال دراسة ميدانية على عينة (٥٤) مبحوثاً من القائمين بالاتصال بقتاتى النيل الدولية والجزيرة الإنجليزية وأساتذه الإعلام بالجامعات المصرية.

وخلصت الدراسة إلى: ضعف الدور الذي تقوم به القنوات العربية الموجهة في تشكيل صورة ذهنية عن الواقع العربي بالعقل الأمريكي للعديد من اعتبارات جاء في مقدمتها عزوف قطاع كبير من الأمريكيين من متابعتها والاعتماد على عدة مصادر أخرى للحصول على معلوماتهم عن العالم العربي، كما تباين مستويات قياس أبعاد الواقع العربي وان سادت السمات السلبية صورته لدى الأمريكي.

- أوضحت الدراسة أن هنا العديد من التحديات التي تعيق أداء القنوات العربية الموجهة

-انعكست على اتجاه موا شرت صورة الواقع العربي المقدم بها نحو السلبية.

275/2

طلال صدقي محمود زكى

تأثير الضغوط الإعلانية على الأداء الإعلامى فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة: دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تهدف هذه الدراسة إلى الدور الذي تقوم به وكالات الإعلان أو الإعلانات في تحديد مضامين البرامج الحوارية من حيث تناولها الإعلامى للقضايا والمشكلات التي

تطرحها، وكذلك رصد وتحليل واختبار تأثير الضغوط الإعلانية على الأداء الإعلامى فى البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية، أستخدمت هذه الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي، وأعتمدت على عينة عشوائية طبقية يبلغ قوامها 400 مفردة من القائمين بالاتصال من العاملين فى البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة ويشتمل ذلك على(المخرج-المعد-المذيع-رئيس التحرير).

أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة:

► أظهرت النتائج أن نصف عينة القائمين بالاتصال فى القنوات الفضائية الخاصة والحكومية يحرمون من فرص الكسب أو الترقى بسبب الضغوط الإعلانية.

► أشارت النتائج إلى أن معظم القائمين بالاتصال فى القنوات الحكومية يرون أن ملكية القناة لها تأثير على حجم تدخل وكالات الإعلان فى البرامج الحوارية مقابل 54,5% من القنوات الخاصة، بينما النسبة الأكبر من القائمين بالاتصال بالقنوات الخاصة ترى أحيانا ملكية القناة تؤثر على حجم تدخل وكالات الإعلان فى البرامج الحوارية.

► جاء فى مقدمة أشكال الضغوط الإعلانية على الأداء الإعلامى فى البرامج الحوارية فى القنوات المصرية الحكومية والخاصة اختيار المذيع ومقدم البرنامج ثم اختيار توقيت البرنامج فى المرتبة الثانية ، ثم التحكم فى موضوعات البرنامج فى المرتبة الثالثة ثم اختيار الفكرة فى المرتبة الرابعة.

► نجد أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة يرون أن البرامج الحوارية (لا) تلتزم بالمسئولية الاجتماعية فى التعبير الإعلامى عن مصالح الجماهير ازاء الضغوط الأعلانية.

277/2

أسماء مجدى أحمد السيد

معالجة الفضائيات العربية لقضايا المرأة السعودية وعلاقتها بإدراك المرأة السعودية لواقعها الاجتماعي: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تهدف الدراسة التعرف على المعالجة الإعلامية لما تقدمه القنوات الفضائية-العربية عن قضايا المرأة السعودية، والتي تقدم في إطار واقع اجتماعي، تحكمه محددات ثقافية وقيمية معينة، وهو الأمر الذي يعين على معرفة القضايا التي تركز القنوات الفضائية العربية على معالجتها وما تغفله، فضلاً عن التوجه الإعلامي نحوها بالاتفاق أو المعارضة، والأسانيد المستخدمة في تدعيم وجهات النظر المتباينة نحو قضايا المرأة السعودية، وكذلك التعرف على مدى تأثير تلك المعالجات الإعلامية بكافة أبعادها على تشكيل وعي المرأة السعودية، ومدى إدراكها لواقعها وحقوقها. وأستخدمت الباحثة في هذه الدراسة كلاً من نظرية "الغرس الثقافي"، ونظرية "المكون الذهني" النوع الاجتماعي وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في اختيار قناة Mbc1 نموذجاً للقنوات الفضائية الخاصة

أما بالنسبة للدراسة الميدانية؛ فقد تم اختيار عينة عشوائية من جمهور المرأة السعودية المقيمت في المملكة العربية السعودية، وراعت الباحثة أن يزيد عمر المرأة المشاركة في الدراسة عن 18 عاماً، كما بلغ حجم عينة الدراسة الميدانية 400 مفردة،

أبرز نتائج الدراسة التحليلية كالآتي:

-إن نسبة 79,4%، بواقع 297 قضية من قضايا المرأة المناقشة في البرامج الحوارية؛ تمتعت بمراعاة القنوات (السعودية الفضائية الأولى وMbc1) عند معالجتهما وإبرازهما بشكل متميز، وذلك

على مدار فترة التحليل، وثبت وجود علاقة ارتباطية بين نوعية القناة لكونها حكومية أو خاصة، وبين تنوع أساليب إبراز المعالجات الإعلامية لقضايا المرأة السعودية

أما عن نتائج الدراسة الميدانية فكانت كما يلي:

يكشف التحليل الإحصائي عدم وجود علاقة دالة إحصائية؛ بين كل من كثافة التعرض والرضا عن المحتوى الإعلامي من قبل عينة الدراسة للبرامج الحوارية، التي تناقش قضايا المرأة السعودية بالقنوات الفضائية العربية، وبين إدراك المرأة السعودية لواقعها الاجتماعي بشكل عام، في حين تبين وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة التعرض للقنوات الفضائية العربية، وبين رضا المرأة السعودية عن معالجة البرامج الحوارية بهذه القنوات.

278/2

أميرة يونس محمد محمد زاهر

استخدامات الجمهور المصري للمواد الوثائقية التليفزيونية والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تتحدد مشكلة الدراسة في تحديد مدى قدرة المواد الوثائقية عن غيرها من القوالب في إشباع احتياجات المشاهدين، وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى عادات وأنماط مشاهدة عينة من الجمهور المصري للمواد الوثائقية التليفزيونية، وتحديد القنوات العربية والأجنبية التي تفضل عينة الدراسة متابعة المواد الوثائقية من خلالها، بالإضافة إلى الكشف عن دوافع مشاهدة عينة من الجمهور المصري للمواد الوثائقية التليفزيونية في القنوات العربية والأجنبية، وعناشباع التي تتحقق للمتلقين نتيجة تعرضهم للمواد الوثائقية. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وعلى عينة عمدية

قوامها ٤٠٠ مبحوث من سكان مدينة الإسكندرية.

279/2

عبد الرحمن أحمد الناصر السكران

اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا الداخلية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا الداخلية، كما تضمنت المقارنة بين القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التعرف على العلاقة بين درجات الاعتماد على تلك القنوات ومدرجات المصداقية الخاصة بها والثقة الممنوحة لها في حالة تناولها للأحداث البارزة الداخلية، وأعتمدت هذه الدراسة على أسلوب المسح الإعلامي لعينة عمدية من الجمهور السعودي المستخدم للإنترنت حيث يقوم الباحث بعمل مسح للجمهور السعودي للتعرف على درجة مصداقية القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي لديه ودرجة اعتماده عليها وأيضاً تعتمد الدراسة على المنهج المقارن حيث قامت الدراسة بالمقارنة بين عينة الدراسة من حيث درجة المصداقية لديهم، وقام الباحث باستخدام استمارة الاستبيان من خلال عينة عمدية يبلغ قوامها 400 مبحوث من الجمهور السعودي مختلف الخصائص الديموجرافية وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها مايلي:

- أن حرص الجمهور على مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية وعلى متابعتها لأنها تهتم بشئون السعودية والدول العربية، كما يشاهد الجمهور القنوات الإخبارية الفضائية العربية لأنها تحرص على إظهار واقع حقيقي للعرب والمسلمين، كما يشاهد

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

-تتوزع درجات مشاهدة المبحوثين للمواد الوثائقية التلفزيونية على ثلاث بدائل، هي: المشاهدة أحياناً (٦٨ %)، المشاهدة دائماً (١٧.٨ %) والمشاهدة نادراً، القنوات العربية التي يشاهد خلالها المبحوثون المواد الوثائقية التلفزيونية هي: قناة ناشيونال جيوغرافيا فك أبوظبي، قناة الجزيرة . الوثائقية أما القنوات الأجنبية التي يشاهد خلالها المبحوثون عينة الدراسة المواد الوثائقية هي: قناة Discovery ، قناة National Geographic

-أهم الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى مشاهدة المواد الوثائقية في الفضائيات العامة والمتخصصة الوثائقية هي: لأنها تمدني بمعلومات مهمة ومفيدة (٧٠.٨ %)، لأنها تعرض مواد وثائقية عالية الجودة (٥٠ %)، لأنها

قنوات متخصصة في بث المواد الوثائقية (٣٠ %)، من أهم دوافع مشاهدة المبحوثين للمواد الوثائقية هي: مشاهدة الفترات والعصور التاريخية السابقة (٩١.٤ %)، الدخول في عالم الحياة البرية والكائنات الحية والتعرف إلى (٨٨.٥ %)، متابعة المواد الوثائقية المتعلقة بالحضارات الإنسانية واستعراض تطور التاريخ البشري (٨٧.٨ %).

- ومن أهم الإشباعات المتحققة للمبحوثين من مشاهدة المواد الوثائقية هي: تنشيط الاهتمام بالشخصيات والأحداث التاريخية المهمة ، وتحسين المستوى الثقافي والإلمام بالمعلومات المفيدة في المرتبة الأولى بنسبة (٩٠.٨ %)، الإستماتع بالصور والمناظر النادرة (٨٨.٣ %).

الجمهور القنوات الإخبارية لأنها عندها حرية في الطرح، ويشاهد الجمهور القنوات الإخبارية لأنها تحافظ على قيم المجتمع العربى، ويتابع الجمهور مشاهدة القنوات الإخبارية لأنها تنصدى للشائعات التي تروجها الدول الأجنبية عن العرب والمسلمين.

- كما أن ارتفاع نسبة الاعتماد على تويتر للحصول على معلومات عن القضايا الداخلية فقد جاء في المرتبة الأولى من حيث الاعتماد، وحل بالمرتبة الثانية موقع الصحف الالكترونية، وجاء موقع الفيس بوك في المرتبة الثالثة ، وأخيراً جاء موقع اليوتيوب.

- أظهرت النتائج وجود فروق بين أفراد العينة فيما يتعلق بأكثر موقع له مصداقية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها حيث جاء موقع (التويتر) في المرتبة الأولى بينما جاء موقع (الصحف الالكترونية) في المرتبة الثانية، في حين جاء موقع (اليوتيوب) في المركز الثالث، في حين جاء في المرتبة الرابعة (صحيفة سبق الإلكترونية)، جاء في المركز الخامس أن أفراد العينة لم يذكروا أجابة، جاء في المركز السادس موقع (الفيسبوك) ، أيضا جاءت قناة (الجزيرة)، أيضا جاءت قناة ال(BBC)، وأخيرا (الجريدة اليومية) وأخيرا قناة العربية.

280/2

نيرمين سعيد كامل

أجندة القضايا الاجتماعية للمواطن المصرى وأطر تقديمها فى الفضائيات الاجتماعية العربية (باللغة الانجليزية)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

هدفت الدراسة للتعرف على القضايا الاجتماعية التي تتناولها محل الدراسة وهي قنوات (النيل الإخبارية، العربية الحدث) ثم ما هو موقع تلك القضايا على اجندة القنوات والأطر الإخبارية التي عرضت من خلال القضايا وكذلك معرفة مدى تأثير الجمهور (عينة الدراسة) بترتيب القضايا الاجتماعية فى القنوات التي تابعوها وفى ضوء ذلك تم تقسيم الدراسة الى شق تحليلي اعتمد على التحليل الكيفي للمضمون وذلك بتحليل محتوى خمس برامج موزعة على القناتين لمدة ثلاثة اشهر من سبتمبر 2014 وحتى نوفمبر 2014

281/2

ولاء الجوهري محمد

التغطية الإخبارية للقضايا الأفريقية المعاصرة فى قناتى النيل والجزيرة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

استهدفت التعرف على سمات وأطر التغطية الإخبارية للقضايا الأفريقية فى قناتى النيل والجزيرة الإخباريتين، بالاعتماد على نظرية تحليل الأطر الخبرية، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، من خلال مسح مضمون عينة من النشرات الإخبارية الرئيسية التي تقدّم فى قناتى النيل والجزيرة، وذلك خلال الفترة من 2014/5/1 وحتى 2014/7/31، باستخدام أداة تحليل المضمون، وبلغ إجمالي حجم عينة النشرات التي تم تحليلها (273) نشرة إخبارية. كما تمّ إجراء تحليل كيفي لعينة المضمون الإخباري محل الدراسة لاستخلاص الأطر التي وظفتها القناتين فى معالجة القضايا الأفريقية الأكثر بروزاً؛ للوصول إلى نتائج عامة حول واقع وطبيعة النشرات التي تم تحليلها فى قناتى الدراسة.

أهم النتائج :

1- وجود اتساق بين الاطر وموقف الدولة الرسمي منها، حيث التزمت قناة النيل لتوضيح وجهة النظر الرسمية في الاحداث التي تقوم بتغطيتها في حين تتبنى قناة الجزيرة الاطر الشعبية التي تعرض وجهات نظر الراى و الراى الاخر.

2- وجود ارتباط بين نوع المصادر الاخبارية التي تستخدمها القناة في تغطيتها الاخبارية و بين وجهة النظر التي تتبناها القناة البائة.

282/2

نهلة زكريا محمد توفيق

معالجة قضايا الأسرة فى الدراما الخليجية التي تعرضها القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تتمثل مشكلة الدراسة فى التعرف على صورة الأسرة الخليجية كما تقدمها المسلسلات الاجتماعية الخليجية فى القنوات الفضائية العربية ، ومدى الإيجابية والسلبية فى هذه الصورة المنقولة، وكذلك دراستها من حيث السمات والقيم والمشكلات والأدوار الاجتماعية ونمط العلاقات الأسرية وطبيعتها، وغير ذلك من ملامح الصورة التليفزيونية للأسرة، أى رصد الواقع التليفزيونى للأسرة المقدم بالدراما الخليجي من خلال إجراء مسح لعينة من المسلسلات الاجتماعية الخليجية بعدد من القنوات الفضائية العربية وتحليل مضامينها كميًا وكيفيًا .

وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح من خلال الشق التحليلي حيث قامت الباحثة بإجراء دراسة تحليلية لعينة من المسلسلات الخليجية وقامت الباحثة بتحليل مضمون جميع المسلسلات الخليجية الاجتماعية التي

عرضتها كل من قناة دبي الفضائية ، وقناة Mbc الفضائية وقناة الراى الفضائية لمدة دورة برامجية كاملة مدتها ثلاثة شهور فى الفترة من 2014/3/1 وحتى 2014/6/1

يتضح من نتائج الدراسة أن معظم الأسر التي عرضتها المسلسلات الخليجية بالفضائيات العربية كانت " أسراً نواة " وذلك بنسبة 71.9% ، بينما جاءت نسبة الأسر الممتدة بنسبة 28.1%، وتتوافق هذه النتائج مع طبيعة أن البنية الأساسية للأسرة الخليجية التي تغيرت مع بدء ظهور النفط فى الستينيات من القرن الماضى والتحوللات الاجتماعية والاقتصادية الناتجة عن ذلك ،حيث أصبحت الأسرة النووية قليلة العدد والمكونة من الأب والأم والأولاد هى الشكل الغالب على التكوين الأسرى فى مجتمعات دول الخليج.

كما أشارت نتائج الدراسة أن الأسر التليفزيونية التي تعيش فى الأحياء الحضرية" جاءت في الترتيب الأول بنسبة 78.8%، ثم جاءت الأسر التي تعيش فى "المجتمعات البدوية فيما قبل ظهور النفط" بنسبة 17.8%، و تلتها الأسر التي تعيش فى " المناطق الريفية" بنسبة 3.4% في الترتيب الثالث - وتظهر النتائج السابقة سعى الدراما الخليجية للحفاظ على تحقيق التوازن بين قضايا الأسرة المعاصرة والتعبير عن البيئة التي تعيش بها ونمطها وبين عرض نمط حياة الأسرة الخليجية سواء فى المناطق الريفية بعيداً عن صخب الحياة الحضرية وتنوعها العمرانى أو فى مناطق سكن الأسرة الخليجية القديمة قبل اكتشاف النفط حيث كانت الأسر تقيم فى البيئة الصحراوية أو تعمل بالصيد والتجارة وتقيم فى مساكن بسيطة بالقرب من شواطئ الخليج العربى.

دور القنوات الإخبارية العربية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية العراقية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

المعالجة الإخبارية لقضايا الوطن العربي الراهنة على قناتي سي. إن. إن الدولية والجزيرة الإنجليزية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

أدى تسارع الأحداث في الوطن العربي بسبب تظاهرات "الربيع العربي" والتي تحولت لاحقاً لاشتباكات وحروب أهلية في دول كسوريا، إلى تأثر وسائل الإعلام الأجنبية تحريرياً بتلك الأحداث في تناولها بالتغطية بالشكل والمضمون، ومن هنا قارنت الباحثة كيفية معالجة قناتي الجزيرة الإنجليزية والسي إن إن الدولية CNNI لقضايا الوطن العربي الراهنة، كيف أثرت السياسة التحريرية الخاصة بقناتي الجزيرة الإنجليزية والسي إن إن الدولية "CNNI" على تغطية الأحداث والقضايا في الوطن العربي خلال تلك الفترة وما تلاها من أحداث؟ وهل التزمت القنوات بالحياد في تغطية الأحداث في المنطقة العربية، أم تغيرت تلك السياسات مقابل التنافس في بث الأخبار وفي إطار جمع المعلومات، سافرت الباحثة إلى مقر قناة الجزيرة الإنجليزية الرئيسي في قطر في أبريل عام ألفين وأحد عشر، حيث حضرت اجتماعات تحريرية وبرامج ونشرات رئيسية وعقدت مجموعة من المقابلات الشخصية والملاحظات مع عدد من المسؤولين هناك. استخدمت الباحثة تحليل المضمون الكمي والكيفي في هذه الدراسة لنشرات الأخبار الرئيسية والبرامج والتقارير التي تناولت الثورات

سعت الدراسة إلى اختبار وتحليل العلاقة بين حجم التعرض للتلفزيون (القنوات الإخبارية العربية) واتجاهات الجمهور العراقي نحو القضايا السياسية البارزة (قانون الموازنة العامة، قضية الأنبار، قضية كركوك والمناطق المتنازع عليها مع إقليم كردستان)، بالإضافة إلى دراسة دور عدد من المتغيرات الوسيطة كالمعرفة السياسية والاهتمام السياسي إلى جانب المتغيرات الديموغرافية وهو ما يمكن تلخيصه في "التعرف على دور القنوات الإخبارية العربية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية العراقية". ولتحقيق أهداف الدراسة تم إجراء دراسة مسحية على الجمهور العراقي باستخدام منهج المسح بالعينة، حيث قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية قوامها (400) مبحوثاً تم توزيعها على ثلاث محافظات مع مراعاة المستوى الاقتصادي والاجتماعي حيث سحبت العينة من محافظة بغداد العاصمة وهي تضم كافة شرائح ومكونات المجتمع العراقي، ومحافظة الأنبار (تمثل محافظات غرب وشمال العراق) ومحافظة ذي قار (تمثل محافظات جنوب العراق

توصلت أهم نتائج الدراسة إلى ما يلي:

- إن القنوات الفضائية الإخبارية العربية حظيت بمعدلات تعرض عالية من قبل المبحوثين، حيث وصلت نسبة كثافة المشاهدة العالية إلى 32.2%، في حين بلغت كثافة المشاهدة متوسطة 58.8%.

والاحتجاجات التي شهدتها الوطن العربي منذ نهاية عام 2010، على عينة هي شهر صناعي خلال فترتين زمنيتين، هما من 2011/3/1، وحتى 2011/5/31، والفترة الثانية من 2013/7/1، وحتى 2013/9/30، كما قامت بعمل دراسة حالة Case Study على الأيام 2013/7/2 و 2013/7/3 و 2013/7/4 و 2013/8/14 و 2013/8/15.

الفترة من 2014/1/1م إلى 2014/8/31م، ومن ثم تم اختيار الحلقات التي تناولت الشأن الفلسطيني وتحليلها وبلغت (64 حلقة)، كما أجرى الباحث الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها (410) مفردات من مشاهدي البرامج الحوارية من الجمهور المصري العام ممن هم فوق سن 18 عامًا؛ وذلك في الفترة الواقعة من 2014/9/15 إلى 2014/11/20.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج؛ أهمها:

285/2

محمد نمر بكر قنيطرة

معالجة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية للشأن الفلسطيني وعلاقتها باتجاهات الجمهور المصري نحو الفلسطينيين، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تستهدف الدراسة رصد وتحليل معالجة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية للموضوعات والقضايا المتعلقة بالشأن الفلسطيني، وعلاقة هذه المعالجة باتجاهات الجمهور المصري نحو الفلسطينيين.

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم الباحث نظرية الأطر الإعلامية مدخلاً نظرياً للدراسة، واستخدم منهج المسح الإعلامي على الموضوعات المتعلقة بالشأن الفلسطيني بالقنوات الفضائية المصرية، وفي إطارها كذلك استخدم الباحث استمارة تحليل المحتوى، كما طبق صحيفة الاستقصاء بنفسه على عينة من الجمهور المصري العام. وقد اختار الباحث برنامج العاشرة مساءً الذي يعرض في قناة دريم2، وبرنامج المشهد الذي يعرض في قناة النيل للأخبار، عينة ممثلة لإجراء الدراسة التحليلية؛ حيث تم رصد جميع الحلقات التي تناولت الشأن الفلسطيني في البرنامجين خلال

1. تناول البرنامج عينة الدراسة مجموعة من الموضوعات والقضايا المتعلقة بالشأن الفلسطيني، كان أهمها قضية العدوان الإسرائيلي على غزة صيف 2014، وقضية إدانة حماس لتدخلها بالشأن المصري، ثم قضية المصالحة الفلسطينية، بالإضافة إلى عدة قضايا تتعلق بالشؤون الفلسطينية الداخلية، وأخرى بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي.

2. أظهرت النتائج تبني المبحوثين معظم الأطر الرئيسية والفرعية التي قدمتها البرامج الحوارية عينة الدراسة للشأن الفلسطيني، كما كشفت عن وجود علاقة ارتباط ضعيفة دالة إحصائياً بين التعرض للبرامج الحوارية وتبني جميع أطر الشأن الفلسطيني.

3. المبحوثون الأكثر ثقةً بالبرامج الحوارية يُكوّنون اتجاهات أقل إيجابية نحو كل من حركة حماس والشعب الفلسطيني، وأكثر إيجابية نحو حركة فتح. أما المبحوثون الأكثر اهتماماً والأكثر معرفةً سياسيةً بالشأن الفلسطيني، يُكوّنون اتجاهات أكثر إيجابية نحو حركة حماس والشعب الفلسطيني.

دور البرامج الأمنية في القنوات الفضائية العراقية في تنمية الوعي الأمني لدى الجمهور، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تتناول الدراسة العلاقة بين التعرض للبرامج التلفزيونية الأمنية في القنوات الفضائية العراقية والوعي الأمني لدى الجمهور العراقي، واستندت الدراسة في بنائها النظري وتطوير فروضها على نظرية الغرس الثقافي، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح بالعينة من خلال مسح مضمون عينة من البرامج التلفزيونية الأمنية في القنوات الفضائية العراقية ممثلة في قنوات (العراقية)، و(السومرية) والتي شملت (2) برنامجين فقط، وهي برنامج (في قبضة القانون) على قناة العراقية، وبرنامج (خط أحمر) على قناة السومرية، وذلك خلال الفترة الزمنية من 2014/6/27 وحتى 2014/10/4. وكذلك تم مسح عينة من الجمهور العراقي في محافظة بغداد من (18) سنة فأكثر من كلا النوعين، وبواقع (400) مبحوثاً.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- جاءت قضايا الإرهاب في صدارة القضايا الأمنية التي تتناولها البرامج (عينة الدراسة)، وذلك يعكس حقيقة الواقع الأمني الذي يمر به العراق في الوقت الحالي، وما يشهده من هجمة إرهابية أثارت الفوضى والقلق بين أبناء الشعب العراقي.

- جاءت (الشخصيات الأمنية) بالمرتبة الأولى من أهم عناصر الإبراز في البرامج (عينة الدراسة)، من أجل شرح وتفسير القضايا والمشكلات الأمنية، وطرح الحلول

والمعالجات للمشاكل التي تطرحها تلك البرامج (عينة الدراسة).

- تصدر الهدف التوعوي المرتبة الأولى من بين الأهداف التي تسعى إليها البرامج التلفزيونية الأمنية عينة الدراسة، وأوضحت تشابه في طبيعة معالجة المضمون للبرامج التلفزيونية الأمنية، فكلهما ركز في عرض الحقائق الأمنية بالمرتبة الأولى.

دور التلفزيون في دعم المشروعات القومية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية تناول البرامج التلفزيونية في التلفزيون المصري لموضوعات دعم المشروعات القومية من خلال تعريف أفراد المجتمع بها وبأغراضها وبأهميتها بغرض تكوين اتجاه إيجابي نحوها ومن ثم الشراكة المجتمعية في مسؤولية تنفيذها ، وكذلك توضيح كيفية تعرض البرامج التلفزيونية للمشروعات القومية وأساليب تناولها ، كما هدفت الدراسة إلى تقييم تناول التلفزيوني للمشروعات القومية في التلفزيون المصري .تتضمن هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصنيف البيانات والحقائق التي تم تجميعها وتسجيلها وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلًا شاملاً بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكمالها أو تطويره "، وبالتالي إمكانية إحداث تعميمات بشأن دور البرامج التلفزيونية المستخدمة في دعم المشروعات القومية في المجتمع المصري. المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو منهج تحليل المضمون الذي أستخدم في بعض البرامج التلفزيونية المستخدمة لدعم

المشروعات القومية في فترة زمنية محددة، ومن خلال تطبيق استمارة الدراسة التحليلية على بعض قنوات التلفزيون المصري في فترة الدراسة، وقد طبقت استمارة تحليل المضمون على أربعة وثلاثين فقرة بواقع واحد وعشرون فقرة من قنوات التلفزيون الحكومي (القناة الأولى، قناة النيل الإخبارية)، وثلاثة عشر فقرة للقناة الخاصة (قناة أون تي في ON TV) في الفترات التي غطتها الدراسة (مارس - سبتمبر 2012) و (مارس - سبتمبر 2014)، وقد تم اختيار تلك الفترات نظرا للظروف السياسية التي مرت بها مصر بعد قيام ثورتها 25 يناير 2011 و30 يونيو 2013 وتغير الأنظمة السياسية بالتبعية وما نتج عن ذلك من وضع خطط جديدة لتنفيذ مشروعات قومية.

329/2

رغبة محمد أحمد المداح

تأثير الإعلان التلفزيوني بالقنوات الفضائية على السلوك الشرائي للمرأة العربية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تهدف الدراسة إلى معرفة تأثير الإعلانات التلفزيونية بالقنوات الفضائية على السلوك الشرائي للمرأة العربية ومعرفة التغييرات التي طرأت على السلوك الشرائي للمرأة العربية نتيجة التعرض للإعلان التلفزيوني بالقنوات الفضائية. وقد طبقت الدراسة على عينة من 400 سيدة من السيدات العربيات المقيمات بجمهورية مصر العربية كما قامت الدراسة بتحليل مضمون 572 إعلان تلفزيوني بقناتين فضائيتين وتوصلت الدراسة إلى أن الذين يشاهدون الإعلانات التلفزيونية بكثافة يقررون شراء السلع والخدمات التي شاهدوها في تلك الإعلانات

بنسبة كبيرة عن غيرهم كما أوضحت أن أكثر السلع التي تقبل المرأة العربية على شرائها نتيجة مشاهدتها للإعلانات هي الأطعمة ومستحضرات التجميل والمشروبات كما أوضحت أن الإعلان التلفزيوني لا يجعل المرأة العربية تقوم بشراء سلع ليست في حاجة إليها وأوضحت الدراسة أن أكثر السلع والخدمات التي تكون المرأة العربية مسئولة عن إتخاذ قرار الشراء الخاص بها هي مستحضرات التجميل والمنظفات والسلع الغذائية ومستلزمات الأطفال. أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

(1) تقبل 64.4% من عينة الدراسة على شراء السلع والخدمات التي تقدمها الإعلانات التلفزيونية بالقنوات الفضائية.

(2) الإعلان التلفزيوني لا يجعل المرأة العربية تقوم بشراء سلع وخدمات ليست في حاجة إليها بنسبة 64.5% من إجمالي العينة.

(3) لا يعتبر الإعلان التلفزيوني مصدر من مصادر الإلهام بالنسبة للمرأة العربية لشراء السلع المعلن عنها بنسبة 64% من إجمالي العينة.

(4) الذين يشاهدون الإعلانات التلفزيونية بكثافة يقررون شراء السلع والخدمات التي شاهدوها في تلك الإعلانات بنسبة 74.4%.

293/2

سعد بن مناحي بن سعد بن سفران

دوافع استخدام الجمهور السعودي للإعلانات على شبكة الإنترنت في الحصول على الخدمات والسلع، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

اهتمت الدراسة بالتعرف على دوافع استخدام الجمهور السعودي للإعلانات على شبكة الإنترنت في الحصول على الخدمات والسلع والإشباع المتحققة منها، بالإضافة إلى التعرف على ماهية المتغيرات الوسيطة التي تؤثر في ذلك مثل (النوع والسن والمستوى التعليم والمستوى الاقتصادي الاجتماعي والوظيفة والحالة الاجتماعية ونوع السكن وإمكانية السفر للخارج). واستمدت الدراسة إطارها النظري على مدخل " الاستخدامات والإشباع أو كما يطلق عليها البعض نظرية الاستعمالات وتلبية الاحتياجات والتي تعد ، إحدى نظريات الإعلام المبكرة التي تشرح علاقة الجمهور بوسائل الاتصال من زاوية اجتماعية، وذلك من خلال الاستبيان . واعتمدت على منهج المسح بشقه الوصفي

وتوصلت إلى أن نسبة ٥.٦٠ % من أفراد العينة من الجمهور السعودي يشاهدون إعلانات الإنترنت دائماً، ونسبة ٤.٣٩ % منهم يشاهدونها أحياناً

- وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي هي أكثر المواقع التي يتعرض من خلالها الجمهور السعودي لإعلانات الإنترنت تليها غرف الدردشة

- كما يتابع الجمهور السعودي إعلانات الإنترنت لمعرفة الجديد في السوق بالدرجة الأولى ثم للرغبة في شراء منتج معين، ويفضل الجمهور السعودي استخدام الإنترنت في متابعة إعلانات كل من السلع والخدمات معاً.

290/2

دينا مجدى موريس

العلاقة بين الانتماء الحزبي وإدراك التغطية التلفزيونية للقضايا السياسية في مصر (رسالة باللغة الانجليزية)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2015.

تهدف الدراسة إلى قياس تأثير عدد من المتغيرات السياسية في إدراك الجمهور المصري لعدوانية التغطية التلفزيونية المصرية (حكومية وخاصة) لثورة ٣٠ يونيو. والمتغيرات التي تم قياسها هي: الانتماء الحزبي، والانتماءات الأيديولوجية، وطبيعة المناقشات السياسية التي يدخل فيها المبحوث، وبعض المتغيرات الديموجرافية مثل النوع، والسن، والمستوى التعليمي. كما تهدف الدراسة إلى إبراز العلاقة بين إدراك الجمهور لعدوانية التغطية التلفزيونية المصرية، وزيادة الاعتماد على وسائل الإعلام غير المصرية للحصول على المعلومات، وعلى مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن الآراء السياسية المختلفة حول ثورة ٣٠ يونيو. بالإضافة إلى دراسة العلاقة بين الاعتماد على تلك الوسائل ومشاركة المبحوثين السياسية في ثورة ٣٠ يونيو.

اعتمدت الدراسة على المسح بالعينة.

أهم النتائج:

1- تأثير متغير الانتماء الايدولوجى حيث اظهرت النتائج وجود فروق بين المنتمين للتيار الاسلامى المنتمين للتيا الاتاكى و الليبرالى فى ادراكهم لعدوانية التغطية لثوة 30 يونيو .

2- وجود علاقة بين ادراك الفرد لعدوانية التغطية التلفزيونيه لثورة 30 يونيو و زيادة الاعتماد على وسائل الاعلام غير المصرية و على مواقع التواصل الاجتماعى للحصول على المعلومات السياسيه.

3- عدم وجود فروق بين المنتمين و الغير منتمين حزبياً فى ادراكهم للتغطية التلفزيونية لثورة 30 يونيو .

أثر العنف الإلكتروني الذي يتعرض له المراهق المصري على علاقاته الإجتماعية (رسالة باللغة الإنجليزية)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير العنف الإلكتروني على العلاقات الإجتماعية للمراهق المصري، و تم الإعتماد على نظرية الغرس الثقافي، و طبقت الدراسة منهج المسح، و تم تطبيق الدراسة الميدانية على 440 مفردة من المراهقين المصريين.

و أهم ما توصلت له الدراسة الميدانية أن معظم المراهقين عينة الدراسة تتعرض للعنف الإلكتروني بمستوى منخفض، و تمثلت العلاقات الأسرية و علاقات الصداقة التي تشكل العلاقات الإجتماعية للضحية الإلكتروني بالمستوى المتوسط.

بالنسبة لنتائج اختبارات الفروض اتضح وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين كثافة التعرض للعنف الإلكتروني و طبيعة العلاقات الإجتماعية لدى المراهق، و اتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين الباحثين عينة الدراسة من حيث كثافة تعرضهم للعنف الإلكتروني حسب متغيرات النوع و المرحلة الدراسية و نوع المدرسة و الوساطة الأبوية و الوساطة المدرسية

تأثير أدوات جمع البيانات على إجابات الباحثين في البحوث والدراسات التليفزيونية: دراسة مقارنة (رسالة باللغة الإنجليزية)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

يجرى البحث لمقارنة معدل الاستجابات بين

أربع أدوات لجمع البيانات عند اجراء المسوح. وتبحث الدراسة تأثير الأساليب المختلفة عند جمع البيانات باستخدام صحيفة استبيان على استجابات عينة من طلاب الجامعات المصرية. وسوف يتم تقسيم المشاركين عشوائياً لأربع مجموعات تخضع كل منها لأحد الأدوات الأربعة المستخدمة في الدراسة: (1) المقابلة الشخصية، (2) الاستقصاء عن طريق التليفون، (3) الاستقصاء عن طريق البريد العادي، (4) الاستقصاء عن طريق البريد الإلكتروني. ثم التعرف على معدل استجاباتهم وفقاً لكل من الطرق الأربع. وسوف توزع الاستقصاءات على عينة عشوائية قوامها 240 طالباً وطالبة من الطلاب المسجلين في كليتي الإعلام في جامعة حكومية (جامعة القاهرة) وأخرى خاصة (جامعة 6 أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب).

أهم النتائج:

لم يكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عالية، الا فقت في حالات محدودة جداً. حيث اظهرت جميع طرق جمع البيانات نتائج متشابهة إلى حد ما. ولكن اظهرت طريقه جمع البيانات عبر المقابلة الشخصية أفضل النتائج مقارنة بباقي الادوات الاخرى، في حين كان طريقه الاستطلاع عبر شبكة الانترنت هي الاقل ارضاء من بين الطرق. عندما تم التحقق من أنماط الاستجابة الفردية، تمكنت الباحثة من استنتاج ان التأثيرات كانت صغيرة.

من الناحية العملية هذه النتائج تبعث على الاطمئنان حيث ان الفروق ضئيلة جداً. ولكن من الناحية النظرية، فإن هذه النتائج مخيبة للآمال قليلاً. كما توصلت الباحثة ان هناك اثنان من العوامل الهامة التي يمكن أن تؤثر على جودة البيانات: اولهما الوقت المستخدم لالانتهاء من استكمال الاجابه على الاسئلة و ثانيهما امكانيه اتصال الاسئلة المختلفة مع بعضها البعض. وهنا يمكن

القول ان المقابل له الشخصي والتلفوني
اظهرت افضل النتائج من بين ادوات جمع
البيانات الاربعه. كما يبدو انه من
الضروري إجراء مزيد من الدراسات
المستقبلية، حيث ان مجال الكمبيوتر
وشبكات التواصل الاجتماعي في حاله
تتطور مستمر

289/2

سحر محمد صوفي

تقييم معايير الأداء المهني لمقدمي البرامج
الحوارية في القنوات الفضائية المصرية
الخاصة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة،
2016.

تتحدد مشكلة الدراسة في تزايد حدة
الانتقادات والإتهامات الموجهة لبرامج
التوك شو المقدمة بالفضائيات المصرية
الخاصة بوجه خاص، خاصة فيما بعد ثورة
25 يناير لما يثيره بعضها من بلبلية وإثارة
للرأي العام لعدة أسباب، يرجع بعضها إلى
افتقارها للمعايير المهنية من حيادية
وموضوعية على مستويي الإعداد والتقديم
وذلك من وجه نظر الجمهور، الأمر الذي
يفرض ضرورة تقييم الأداء المهني لمقدمي
البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية
الخاصة من حيث مدى التزامهم بالحيادية
والموضوعية والدقة والتوازن في عرض
القضايا والموضوعات من منطلق
المسؤولية الاجتماعية والمهنية لبرامج التوك
شو في المجتمع. بالتطبيق على عينة من
برامج التوك شو في بعض القنوات
المصرية الخاصة كبرنامج "الحياة اليوم"
في قناة الحياة، وبرنامج "هنا العاصمة" في
قناة CBC، وبرنامج "آخر النهار" في قناة
النهار. وأجريت الدراسة الميدانية على
عينة متاحة من مشاهدي البرامج الحوارية
قوامها 400 مفردة من الجمهور المصري

بدءً من سن 18 سنة فأكثر

أهم نتائج الدراسة التحليلية: ارتفعت نسبة
البرامج الحوارية المباشرة في القنوات محل
الدراسة حيث وصلت نسبتها إلى 100%،
أما البرامج المسجلة فقد وصلت نسبتها إلى
صفر.

-جاءت أخلاقيات الحوار بين ضيوف
البرنامج التي تقوم على الاحترام المتبادل
للآراء بنسبة 91,9%، أما أخلاقيات الحوار
بين ضيوف البرنامج التي لا تقوم على
الاحترام المتبادل للآراء فقد جاءت بنسبة
ضئيلة بلغت 8,1%.

نتائج الدراسة الميدانية أشارت النتائج أن
أكثر القنوات الخاصة مشاهدة من عينة
الدراسة هي قناة "سي بي سي" بنسبة
28,64%، وقناة "النهار" بنسبة
21,93%، وقناة "الحياة" بنسبة 20,41%،
أما باقي القنوات قد حصلت على نسب
ضئيلة فقد جاءت قناة "الفراعين" في نهاية
اختيارات الباحثين عينة الدراسة بنسبة
5,39%.

-قد أوضحت النتائج فيما يتعلق بدرجة
رضا الباحثين عينة الدراسة عن أداء
القنوات الخاصة أن أغلب العينة "راضون
إلى حد" ما بنسبة 55,8%، أما "غير
الراضون" فقد جاءت بنسبة 8%، وجاء
"الراضون بدرجة كبيرة" بنسبة 36,2%.

-فيما يتعلق بأسباب عدم رضا عينة الدراسة
عن أداء القنوات الخاصة فقد جاء السبب
"التحيز في فرض رأي معين" في مقدمة
الأسباب بنسبة 78,1%، وتلها "بها برامج
سطحية"، "لاتراعي الصالح العام" بنسبة
65,6%، ثم "عدم التزامها بالصدق
والموضوعية" بنسبة 62,5%، وجاء في
المرتبة الأخيرة "عدم التنوع في القضايا
والمواضيع التي تقدمها".

استخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون الإنترنت والاشباعات المتحركة منها، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على استخدامات الشباب المصري من طلاب الجامعات لقنوات تلفزيون الإنترنت، والدوافع المختلفة لهذه الاستخدامات، والمضامين التي يشاهدها الشباب في هذه القنوات، والإشباعات التي يحققونها نتيجة هذه الاستخدامات، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج المسح، حيث تم التطبيق باستخدام صحيفة استقصاء تم ملؤها من خلال المقابلة الشخصية مع (400) من الشباب الجامعي المصري من مشاهدي تلفزيون الإنترنت.

توصلت الدراسة لعدد من النتائج: منها أن الذكور أكثر استخداماً لتلفزيون الإنترنت عن الإناث، كما أن ذوي التخصص النظري أكثر استخداماً له عن ذوي التخصص العملي، وفضل المبحوثون مشاهدة تلفزيون الإنترنت في المنزل.

- وجاء دافع "المشاركة الأصدقاء اهتماماتهم" في مقدمة دوافع عينة الدراسة لمشاهدة تلفزيون الإنترنت، يليه دافع "الهروب من وسائل الإعلام التقليدية"، وكان إشباع "زيادة التواصل الإجتماعي" في مقدمة الإشباعات المتحركة لدى المبحوثين من مشاهدة تلفزيون الإنترنت، يليه إشباع "التسلية وملء وقت الفراغ".

دور المضامين السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في تنمية الوعي السياسي للمراهقين، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

اهتمت الدراسة بتحديد تأثير الفيسبوك على تنمية الوعي السياسي للمراهقين، وتحديد أهم الأسباب التي تدفع المراهقين لاستخدام الفيسبوك ومتابعة المضامين السياسية عليه، وكذلك تحديد دور الأسرة في الرقابة على الأبناء في استخدامهم للوسائل الإعلامية المختلفة، ودور المدرسة والمؤسسات التعليمية المختلفة في تنمية الوعي السياسي للمراهقين، وفي ضوء معرفة تلك التأثيرات، تم تطبيق البحث على عينة من 400 مفردة من طلاب المدارس الحكومية والخاصة، بالإضافة إلى إجراء تسع مقابلات متعمقة مع 6 من المراهقين و3 من أولياء الأمور.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- أن التعرض للمضامين السياسية على الفيسبوك يؤدي إلى ارتفاع الوعي السياسي للمبحوثين، ويأتي الفيسبوك في المرتبة الأولى بنسبة 48.1% من حيث الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة المضامين السياسية.

- وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المدرسة ومتابعة المضامين السياسية على الفيسبوك، حيث أثبتت النتائج أن المراهقين في المدارس الخاصة أكثر متابعة من ذويهم في المدارس الحكومية.

- أن المراهقين يتقنون في المضامين السياسية على الفيسبوك، ولم تجد الدراسة أي علاقة بين ممارسة الأنشطة المدرسية

معالجة قضايا حقوق الإنسان في القنوات التلفزيونية العربية الوثائقية والعامة واتجاهات الشباب العربي نحوها، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

استهدفت الدراسة محاولة الوصول لمعرفة جوانب معالجة قضايا حقوق الإنسان في القنوات الوثائقية والعامة، وأوجه الاختلاف والتشابه، وعلاقة التمويل بشكل المحتوى المقدم في تلك القنوات،

وتوصلت الدراسة أنه يوجد علاقة بين جهة الإنتاج وجهة التمويل وبين المضمون المقدم، وهناك اختلافات جوهرية بين القنوات الوثائقية والعامة في عرض محتوى المواد الوثائقية. ثم التطرق لمعرفة اتجاهات الشباب المصري نحو معالجة قضايا حقوق الإنسان في المواد الوثائقية.

وقد تبين أنه يوجد اختلاف وتباين ولكن ليس جوهري بين الذكور والإناث في مدى اهتمامهم بقضايا حقوق الإنسان ونوعية القضايا التي يهتمون بمشاهدتها، ولم تستطع الباحثة من معرفة اتجاهات المبحوثين نحو القنوات عينة الدارسة التحليلية، ولكن تم معرفة اتجاهاتهم تجاه المواد الوثائقية بشكل عام.

ظهرت حاجة المبحوثين إلى مشاهدة مضمون وثائقي مصري يتناول قضاياهم الاجتماعية و المحلية بشكل يلائم تطورات الأوضاع على الساحة السياسية المحلية والإقليمية، وعدم اللجوء لمواد أجنبية للوصول لتفاصيل حول الأوضاع المحلية والأحداث السياسية اليومية. وقد أوضحت الدارسة الميدانية تفضيل المبحوثين للأفلام الوثائقية عن البرامج الوثائقية.

المتغيرات المؤثرة في بناء أجندة القضايا العامة في برامج الرأي التلفزيونية (Talk Show) بالقنوات الحكومية والخاصة المصرية ، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل المتغيرات المؤثرة في بناء أجندة القضايا العامة التي تتناولها المقدمة في القنوات الفضائية المصرية الحكومية Talk shows، برامج الرأي التلفزيونية والخاصة للوقوف على هذه المتغيرات ، إضافة إلى تحديد حجم تأثير كل منها في بناء أجندة هذه البرامج في ضوء اختلاف بيئة العمل لكل منهما وكذلك اختلاف نمط الملكية والتوجهات والتي تعد المرحلة الرابعة Agenda Building السياسية وذلك من خلال إطار بناء الأجندة والحديث من نظرية ترتيب الأولويات. كما تتناول مشكلة البحث التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال في برامج الرأي التلفزيونية نحو مفهومى حرية الإعلام والمسؤولية الاجتماعية

أهم النتائج:

١- يؤثر اختلاف نمط الملكية للقنوات المقدم بها برامج الرأي التلفزيونية في بناء أجندة هذه النوعية من البرامج حيث أجاب ٩٢ % من العاملين ببرامج الرأي عينة الدراسة بأن نمط الملكية يؤثر، بينما أجاب ٨ % من أنه لا يؤثر .

٢- تمثلت القوالب الفنية التي تم من خلالها عرض فقرات البرنامج عينة الدراسة في: حديث مباشر بنسبة ٧٣.٩ %، يليه الحوار رأي عبر الهاتف بنسبة ٢٣.٨ % ، حوار معلومة عبر الهاتف بنسبة ٢١.٣ %، و ترجع رأي في الاستديو بنسبة ٢٠.٦ %، وزيادة نسبة فقرات الحديث المباشر في

البرنامج عينه الدراسة إلى أن كل منهما يبدأ الحلقة بمقدمة إخبارية تمثل عرض لما يحدث في مصر بشكل يومي ، وهذه المقدمة عادة ما يكون قالبها الفني حديث مباشر ويصحبه حوار تليفوني.

3-أوضحت النتائج أن ٢٠ % من إجمالي عينة الدراسة يتعرضون لضغوطات دائمة أثناء % تأديتهم لعملهم وكانت النسبة الأكبر في برنامج مصر الجديدة حيث بلغت النسبة ٢٨ بينما بلغت ١٢ % في برنامج صفحة جديدة

298/2

عمرو عبد السلام أحمد مندور

تأثير قنوات الأفلام العربية على صناعة السينما، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

تهدف هذه الدراسة إلى رصد تأثيرات قنوات الأفلام العربية على صناعة السينما عبر مداخل عدة إبداعية، وفكرية، واقتصادية، واتصالية، فضلاً عن تحديد طبيعة الأدوار التي يضطلع بها مالكو قنوات الأفلام، وصناع السينما، والمعلنون، والمشاهدون في تحديد نمط التأثيرات الإيجابية والسلبية التي تحدثها ظاهرة الفضائيات المتخصصة في عرض الأفلام. وقد هدفت الدراسة إلي التعرف علي نشأة قنوات الأفلام وتحديد مدى تأثير السينما المصرية بظهور تلك القنوات، الوقوف على مدى نجاح قنوات الأفلام العربية في جذب المشاهدين وإشباع رغباتهم، واستخدمت الدراسة منهج المسح حيث قام الباحث بمسح عينة متاحة قوامها 400 مبحوثاً من الجمهور العام وذلك بهدف معرفة تأثير قنوات الأفلام العربية علي صناعة السينما.

أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

1- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن نسبة من يشاهدون الأفلام السينمائية بقنوات

الأفلام المتخصصة بصفة دائمة بلغت 45.3%، في حين بلغت نسبة من يشاهدون الأفلام السينمائية بقنوات الأفلام المتخصصة "أحياناً" 54.4%، وانعدمت نسبة من لا يشاهدون الأفلام السينمائية بقنوات الأفلام المتخصصة ويدل هذا علي حرص العينة علي متابعة الأفلام السينمائية ومشاهدتها مما يدعم أهمية دراسة تأثير قنوات الأفلام العربية علي صناعة السينما.

2- إن نسبة من يشاهدون الأفلام السينمائية علي القنوات الفضائية العربية بلغت 99.8%، بينما بلغت نسبة من يشاهدون الأفلام في دور العرض السينمائي 41.8% في حين بلغت نسبة من يشاهدونها علي المواقع الإلكترونية 31.8%؛ وتؤكد النتائج أن جميع أفراد العينة يشاهدون الأفلام السينمائية بالفضائيات المتخصصة مما يشير إلى الشعبية الجارفة لتلك القنوات لدى الجمهور.

3- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن نسبة من وجدو فرق بين مشاهدة الأفلام في دور العرض السينمائي ومشاهدتها على القنوات الفضائية بلغت 72%، في حين بلغت نسبة من لم يجدو فرق بين مشاهدة الأفلام في دور العرض السينمائي ومشاهدتها على القنوات الفضائية بلغت 28%، وتؤكد النتائج علي اختلاف وسيط العرض في تقديم العمل الدرامي.

299/2

إيمان نور الدين عبد العزيز عطية

فعالية تقنيات الاتصال التعليمي التقليدية والإلكترونية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

هدفت الدراسة الى قياس فعالية تقنيات الاتصال التعليمي في تحقيق أهداف التعلم والتعليم في كل من بيئة التعليم النظامي في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة

مقارنة بيئة التعليم المفتوح؛ وذلك من خلال التطبيق على عينة من طلاب التعليم النظامي (الحكومي، الخاص) والتعليم المفتوح.

أهم نتائج الدراسة الميدانية:

- أظهرت نتائج الدراسة أن (127 مفردة) بنسبة 64.1 % من عينة الدراسة يستخدمون التقنيات الاتصالية التي توفرها الجامعة النظامية، في حين أظهرت نتائج الدراسة أن 50.5 % متن عينة الدراسة يستخدمون التقنيات الاتصالية التي يوفرها مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.

- وفقاً لنتائج الدراسة الميدانية جاءت اللقاءات المباشرة مع دكتور المادة كأكثر الوسائل نجاحاً في نقل المادة العلمية من وجهة نظر طلاب التعليم النظامي، يليها التدريب العملي والسكاشن، ثم الكتاب المقرر.

- جاءت المحاضرات الورقية والتطبيقات كأكثر الوسائل نجاحاً في نقل المادة العلمية من وجهة نظر طلاب التعلم المفتوح، تليها لقاءات يوم الجمعة، ثم موقع المركز على الإنترنت، والكتاب المقرر.

- تقنيات الاتصال التي يستخدمها التعليم النظامي في مجملها فعالة في توصيل المادة العلمية للطلاب ومؤثرة على التحصيل الدراسي للطلاب، على عكس التقنيات التي يتبناها التعليم المفتوح.

جاءت هذه الدراسة لتقيس "مدى اعتماد الجالية المصرية بالمملكة العربية السعودية على الفضائيات الإخبارية العربية في متابعة الشؤون والأحداث المصرية المختلفة، في كافة النواحي السياسية والاقتصادية والأمنية والاجتماعية وغيرها، خاصة بعد تتابع الأحداث وتفاقم الظروف والأزمات التي تمر بها مصر في الآونة الأخيرة، وأيضاً دراسة المتغيرات والعوامل التي تؤثر في هذه العلاقة". اعتمدت هذه الدراسة على عينة عمدية قوامها ٣٥٠ مفردة من أبناء الجالية المصرية بالمملكة العربية السعودية ، موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث ، ممن يشاهدون الفضائيات الإخبارية العربية.

أهم نتائج الدراسة:

- ارتفاع نسبة متابعة المبحوثين للأحداث المصرية ، وجاءت " قرارات مؤسسة الرئاسة" في مقدمة الأحداث التي يحرص المبحوثون على متابعتها، تليها " التفجيرات الإرهابية".

- جاءت قناتا "العربية والجزيرة" على التوالي في مقدمة القنوات التي يزداد الاعتماد عليها في حالة الأزمات والأحداث الهامة في مصر.

- يعتمد النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة على القنوات الفضائية الإخبارية العربية في متابعة الأحداث في مصر "بدرجة متوسطة".
- جاءت "الأخبار السياسية" في مقدمة الأخبار المصرية التي يتابعها أفراد عينة الدراسة، تليها "الأخبار الأمنية"، وجاءت "الأخبار الفنية" في الترتيب الأخير .

300/2

هالة صلاح محمد بحيرى

اعتماد الجالية المصرية بالمملكة العربية السعودية على الفضائيات الإخبارية العربية في متابعة الأحداث في مصر، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

302/2

دينا محمد محمد مرعى

العلاقة بين التعرض للإعلانات التليفزيونية ومعدلات الانفاق لدى الأسرة المصرية بالسعودية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة،

- أشارت النتائج أن وقت التخفيضات هو الوقت المفضل لدى المبحوثين ، يليها قبل العودة مباشرة إلى مصر ، ثم في الإجازات الرسمية، ثم في موسم الحج والعمرة ، وتقل في الأعياد

303/2

هبة الله سمير الحرثاني

العلاقة بين تعرض الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف مدى اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة القضايا الداخلية للمجتمع السعودي .، ورصد أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب السعودي في معرفة القضايا الداخلية للمجتمع السعودي ، للوقوف على طريقة استخدامه لها، وقدرة هذه المواقع على تقديم معلومات عن أهم مشكلات المجتمع السعودي، واستندت الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية الاستخدامات والاشباع.

وقامت الباحثة بإجراء دراسة ميدانية باستخدام صحيفة الاستقصاء وتم إجراء الدراسة على عينة الدراسة من عينة عمدية من (400) مبحثاً من الشباب السعودي مابين عامي (18-35) وتوزيع مناصفة بين الذكور والإناث. وتوصلت الدراسة إلى:

- أن أغلب المبحوثين يعتقدون أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدر من مصادر الأخبار والمعلومات التي يعملون بها ، بينما نسبة قليلة (لا) يعتقدون بأن مواقع التواصل مصدر من مصادر الأخبار .

- أظهرت النتائج أن أنواع القضايا السياسية

تتحدد مشكلة هذه الدراسة في معرفة مدى التأثير الذي تحدثه الإعلانات التلفزيونية في القنوات الفضائية العربية على السلوك الشرائي للأسرة المصرية بالسعودية ، ودور هذه الإعلانات التلفزيونية كمصدر لاتجاهات الشرائية للأسرة المصرية من خلال التعرف على التأثيرات المعرفية (كالتزويد بالمعلومات) أو الوجدانية (شعورية، اتجاهات، انطباعات، قناعات وتفضلات) أو السلوكية مباشرة (كالشراء) الناتجة عن تعرضهم لتلك الإعلانات التلفزيونية، واعتمدت هذه الدراسة على عينة عشوائية مكونة من (400) مفردة من الجالية المصرية المقيمة بالسعودية بمختلف متغيراتهم الديموغرافية من (العمر- المستوى التعليمي- الاقتصادي- الاجتماعي- نوع العمل).، وتوصلت الدراسة إلى :

- أظهرت النتائج أن أكثر القنوات الفضائية المفضلة لدى المبحوثين التي يعتمدون عليها في مشاهدة الإعلانات وقناة MBC هي أعلى نسبة في مشاهدة الإعلانات لدى المبحوثين ، يليها قناة العربية ، ثم (قناة السعودية الأولى) ، يليها قناة دبي ، ثم قلت نسب القنوات المفضلة لدى المبحوثين إلى أن قناة BBC وقناة أبو ظبي بنسبة واحدة إلى أن تقل تماماً النسب إلى قناة الكويت .

- وأوضحت النتائج أن معظم المبحوثين اعتمدوا على الإعلان التلفزيوني في عملية قرار الشراء، وأنه يوجد نسبة قليلة من المبحوثين الذين لا يعتمدون على الإعلان التلفزيوني .

والأوقات الملائمة التي يقوموا المبحوثين من خلالها الشراء من الإعلانات التلفزيونية أن وقت التخفيضات وهو الوقت المفضل لدى المبحوثين، يليها قبل العودة مباشرة إلى مصر، ثم في الإجازات الرسمية، ثم في

التي يفضل متابعتها المبحوثين جاء في المقدمة قضية تأثير الجاليات الأجنبية على اللغة العربية، ثانياً مشكلة السيول التي تتعرض لها المملكة ، ثالثاً قضية الحرب على الحوثيين باليمن، وأخيراً قضية التطرف الديني ، أما أنواع القضايا الاجتماعية التي يفضل المبحوثين متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاء في المقدمة مشكلة العنوسة ، وفي المرتبة الثانية الطلاق، ثالثاً البطالة بين الشباب ، رابعاً قضية التعليم .

- أهم ما يميز هذه المواقع في تغطية القضايا الداخلية من وجهة نظر المبحوثين جاء في المقدمة أنها تقدم تغطية كاملة للأحداث الداخلية المختلفة، ثانياً لأنني أستطيع من خلالها التعبير عن رأيي بحرية كاملة ، ثالثاً إمداد المستخدم بمعلومات صادقة وحيادية عن الموضوعات المختلفة ، وأخيراً قدرتها على تقديم تغطية وافية وسريعة للأحداث المجتمعية الطارئة .

305/2

أحمد محمد فهمي حمد

اعتماد الشباب على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في الحصول على المعلومات السياسية في أوقات الأزمات، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الوسائل الإعلامية "التقليدية و الحديثة" الأكثر بروزاً لدى الشباب المصري كمصادر للمعلومات في أوقات الأزمات، و التعرف على ترتيب المبحوثين للوسائل الإعلامية "التقليدية و الحديثة" التي يعتمدون عليها كمصادر للمعلومات في أوقات الأزمات، و التعرف على أهم الأزمات التي أهتم الشباب بمتابعتها من خلال وسائل الإعلام. وتحدد مجتمع الدراسة في الشباب المصري بدءاً من سن 18 سنة و حتى 35 سنة من الذكور والإناث ممن يشاهدون وسائل الإعلام

التقليدية وكذلك يستخدمون وسائل الإعلام الحديثة، و من مستويات اجتماعية و اقتصادية مختلفة، و تم تطبيق الدراسة على عينة يبلغ قوامها 400 مبحوثاً من الشباب المصري، من مختلف الخصائص الديموجرافية من حيث (النوع - الفئات العمرية - المستوى التعليمي - الدخل - المهنة - محل الإقامة - نوع السكن)، و تم توزيعهم على محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية، وقد تم سحب العينة بأسلوب العينة المتاحة.

وتوصلت الدراسة إلى: تفوق وسائل الإعلام الحديثة على الوسائل التقليدية في الحصول على المعلومات في أوقات الأزمات التي تحدث في مصر وأصبحت مصدراً رئيسياً يعتمد عليه الشباب في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات، يأتي في المرتبة الأولى الفيسبوك في اعتماد المبحوثين، ثم جاءت المواقع الإخبارية على الإنترنت في المرتبة الثانية، ثم جاءت المواقع الإلكترونية للصحف في المرتبة الثالثة، ثم جاء اليوتيوب في المرتبة الرابعة، ثم جاء التويتر في المرتبة الخامسة، وجاءت القنوات الفضائية في المرتبة الأولى، ثم جاءت الصحف في المرتبة الثانية، ثم جاء الراديو في المرتبة الثالثة، ثم جاءت المحطات التلفزيونية الأرضية. أهم الأزمات التي أهتم الشباب بمتابعتها من خلال وسائل الإعلام: جاء في مقدمة هذه الأزمات ثلاثة أزمات هم أزمة أنفلونزا الطيور بنسبة 96% ثم أزمة التعليم بنسبة 92.5% ثم الوضع المتأزم في سيناء بنسبة 90.5 في المائة.

306/2

آية الله أحمد حمد جميل

معالجة الدراما السينمائية للقيم السياسية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الجمهور نحو

هذه القيم، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة،
2016.

307/2

سمر يسري جابر عبد الله

دور القنوات الفضائية العربية الاقتصادية في
ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية المصرية
والعربية والدولية لدى الجمهور المصري،
رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

تحددت المشكلة البحثية في رصد وقياس
دور الفضائيات العربية المتخصصة في
الشئون الاقتصادية في توجيه اهتمام
الجمهور المصري نحو القضايا الاقتصادية
المهمة، وترتيب تلك الاهتمامات وفقاً
لأهميتها النسبية في ضوء ماتطرحة نظرية
" ترتيب الأولويات " التي تؤكد على دور
الإعلام في تشكيل أولويات اهتمام الجمهور
نحو القضايا المهمة في المجتمع، كما تهتم
الدراسة برصد تأثيرات المتغيرات الوسيطة
في عملية وضع الأجندة الاقتصادية
للجمهور المصري، وبخاصة الخصائص
الديموغرافية للمبحوثين مثل (النوع والسن
والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي
الاقتصادي). من خلال تحليل مضمون
البرامج الاقتصادية بقناة CNBC عربية
وقناة العقارية T.V بالإضافة إلى تحديد
أجندة الموضوعات والقضايا الاقتصادية
للجمهور المصري على المستوى المحلي
والعربي والدولي من خلال استمارة
الاستبيان، تم إجراء الدراسة الميدانية
بأسلوب العينة المتاحة من الجمهور
المصري العام بمختلف فئاته قوامها (400)
مفردة، وتم توزيع مفردات العينة بمحافظتي
القاهرة والجيزة

وقد أظهرت نتائج الدراسة: تصدر
موضوع تراجع إيرادات قناة السويس قائمة
الموضوعات والقضايا الاقتصادية المصرية
التي تناولتها البرامج عينة الدراسة، بينما

أستهدفت هذه الدراسة اختبار نموذج التلقى
والقبول والعينة، على استخدامات الجمهور
العام للأفلام السينمائية السياسية التي
تعرض في دور العرض، وعلاقتها بتشكيل
إتجاهاتهم السياسية، وذلك من خلال التعرف
على العلاقة بين كثافة مشاهدتهم للمضمون
الدراسي في الأفلام السينمائية السياسية
ودوافع تعرضهم لذلك المضمون (الدوافع
النفعية - الدوافع الطقوسية)، ودورها في
التأثير على اكتساب القيم السياسية، وهل
يؤثر ملاحظة مشاهدي الأفلام السينمائية
سلوكيات وعادات واتجاهات الأبطال في
الأفلام السينمائية السياسية على تعلم هذه
العادات والسلوكيات من خلال الملاحظة
والتقليد، حيث يعتبر هؤلاء الأبطال بمثابة
نماذج يتم الاقتداء بسلوكهم أم لا وذلك من
خلال الدراسة المسحية التي أجريت على
عينة من الجمهور العام قوامها 400 شاب /
شابة في إطار محافظات القاهرة
والإسكندرية والسويس، كما تضمنت
الدراسة تحليل مضمون لعينة من الأفلام
السينمائية السياسية بلغت قوامها 50 فيلماً
استهدفت التعرف على سمات الشخصيات
الدراسية المعروضة والقيم والسلوكيات
السياسية التي تقدم من خلالها، بالإضافة إلى
أبرز القيم السياسية التي يتم تقديمها.

وخلصت نتائج الدراسة إلى أن الجمهور
العام عينة الدراسة يدرك المفاهيم السياسية
المقدمة في الأفلام السينمائية، ويوجد تأثير
ملحوظ لتبني تلك المفاهيم إلا أن تبنيه لهذه
المفاهيم لا يعود لمشاهدة الأفلام السينمائية
السياسية فقط، وإنما هناك مصادر أخرى
من المعلومات تؤثر في تبنيه لمفهوم القيم
السياسية و تشكيل إتجاهاته

جاء في المرتبة الثانية قطاع السياحة في مصر، تلاها أخبار البورصة المصرية و أخبار الوقود (السولار والبنزين والغاز الطبيعي) والمواد البترولية الأخرى، وأهملت البرامج عينة الدراسة لبعض القضايا والموضوعات الاقتصادية المصرية الهامة مثل: البطالة وقضايا ارتفاع الأسعار والفقر وانخفاض الدخل وأزمة إسكان الشباب والعقارات .

و هو ما يؤكد أن البرامج الاقتصادية عينة الدراسة تهتم بفئات وقطاعات محددة من الجمهور كرجال الأعمال والمستثمرين أكثر من فئة المواطن العادي واحتياجاته اليومية و هي نقطة سلبية يتم أخذها على البرامج الاقتصادية بالقنوات الفضائية العربية المتخصصة بالشأن الاقتصادي.

308/2

لمياء سليمان عبد الكريم

علاقة الشباب المصري بالمضمون المقدم في الاذاعات التجارية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

تهدف الدراسة التعرف على استخدامات الشباب المصري الجامعي للإذاعات التجارية المصرية الحكومية المتمثلة في إذاعة الشرق الأوسط، والخاصة المتمثلة في محطة نجوم إف إم، والإشباع التي تتحقق للشباب الجامعي من استخدام هاتين المحطتين، والتعرف على تأثير بث الإعلانات التي تبثها كل من المحطتين في متابعة الشباب لهما، وتعد الدراسة من البحوث الوصفية، واعتمدت على منهج المسح بالعينة، وكان حجم عينة الدراسة الميدانية من الشباب الجامعي المصري بالجامعات المصرية الخاصة والحكومية والذين يستمعون للإذاعات التجارية بواقع 400 مفردة من مختلف المستويات التعليمية

والاقتصادية، وإن كانت أعمارهم منحصرة ما بين 18 إلى 25 عاماً.

وكانت أبرز نتائج الدراسة أن ما يقرب من ثلثي عينة الدراسة تستمع للإذاعات التجارية بنسبة 62.2% في مقابل نسبة 37.8% لا تستمع للإذاعات بشكل قاطع، وكان متوسط مقياس دوافع متابعة المبحوثين للمضمون الإذاعي بالمحطتين التجاريتين بدرجة (60.3)، وهو الأمر الذي يدل على أن المبحوثين يهتمون بدرجة مرتفعة بالمضمون الإذاعي التجاري، وترجع هذه القيمة لارتفاع قيمة متوسط مقياس دوافع المتابعة الطقوسية بـ 63 درجة في مقابل قيمة مقياس الدوافع النفعية للاستماع للمضمون الإذاعي بـ 57.6 درجة، وارتفاع مستوى الإشباع المتحققة من الاستماع لمضمون محطة نجوم إف إم بوزن مرجح قيمته 58 درجة عن محطة الشرق الأوسط بوزن مرجح قيمته 55.2 درجة.

309/2

دعاء مصطفى السيد سالم

تأثير مشاهدة الأطفال للإعلانات التلفزيونية على السلوك الشرائي والاستجابة الشرائية للآباء، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير الإعلانات التلفزيونية على الأطفال ومدى استجابة الأطفال للشراء سواء بأنفسهم أو من خلال آبائهم، وهل يستجيب الآباء للشراء واتجاهاتهم نحو شراء سلع معن عنها، ومدى رضى الآباء عن القيم التي تقدمها الإعلانات التلفزيونية وتأثيرها في الاستجابة الشرائية للآباء. وتعتمد هذه الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية وتنتمي إلى الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت على استخدام الأسلوب الكمي لعمل

استمارتين استبيان أحدهما للآباء والأخرى للأطفال وتم سحب عينة من المدارس الحكومية والتجريبية والخاصة للأطفال من سن (9- 12 سنة) قوامها 250 طفل و250 أب من محافظات القاهرة والجيزة والدقهلية بنسب 40:30:30 على الترتيب.

وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلانات التليفزيونية لا تؤثر في الاستجابة الشرائية للأطفال وأن المستوى الاقتصادي الاجتماعي له علاقة بالاستجابة الشرائية للأطفال وأكد الكثير من الآباء أن أطفالهم يصرون على شراء منتجات تعلن عنها ويقومون بالتلبية الشرائية ولكن ليس في كل الأحيان، ويرى الكثير من الآباء أن القيم التي تقدمها الإعلانات التليفزيونية غير ملائمة أحيانا لقيم المجتمع وأنهم يقومون بنصح أطفالهم بعدم شراء بعض المنتجات المعلن عنها لعدم جودتها ولكن الأطفال لا يستجيبون لأبائهم.

وتشير النتائج إلى أن المستوى الاقتصادي الاجتماعي والنوع للآباء له علاقة بالاستجابة الشرائية لهم، وأن الآباء أكثر استجابة شرائية للآباء.

310/2

آية حمود حمد عبد الوهاب

تقويم الإذاعات الموجهة المصرية كما يراها القائلون بالاتصال، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

سعت الدراسة إلى تشخيص واقع الإذاعات الموجهة المصرية من حيث السياسة، الأهداف، أساليب الإدارة، التمويل وعناصر العلمية الاتصالية وتقييم وضع الإذاعات الموجهة من وجهة نظر العاملين بها (الممارسين)، من خلال معرفة الصعوبات أو العوائق التي تقف أمام وصول رسائلهم

إلى المستمعين بالإضافة إلى الإسهام في صياغة رؤيه لتطوير هذه الإذاعات لتحقيق الغرض من إنشائها سواء من خلال المضمون، السياسات، التقنيات الجديدة، أساليب التخطيط، بحوث الجمهور، وذلك بالتطبيق على عينة من القائمين بالاتصال بالإذاعات الموجهة المصرية. وتندمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية باستخدام صحيفة الاستقصاء والمقابلات المتعمقة وتحليل المضمون الكيفي.

وقد خلصت الدراسة إلى أن معظم السلبات أو المشكلات التي تعوق عمل الإذاعات الموجهة على أكمل وجه، هي مشكلات تتعلق بنقص في الموارد المادية وهذه المشكلة لا تعتبر مؤسسة (الإذاعات الموجهة) مسؤولة عنها، فهي مشكلة لها أبعاد مختلفة وليست الإذاعات الموجهة طرفاً فيها.

-أشارت نتائج الدراسة إلى سيطرة الهدف السياسي على أهم الأهداف التي تحاول الإذاعات الموجهة تحقيقها حيث جاء هدف (شرح سياسة مصر الخارجية اتجاه القضايا المختلفة في الترتيب الأول بنسبة 4.82 %، هدف (نشر الوعي السياسي والثقافي) في الترتيب الثالث بنسبة 8.8 %، وأخيراً هدف (التصدي لمحاولات تشويه صورة مصر لخلق رأى عام مؤيد لها) في الترتيب الرابع، بالإضافة إلى أن المضمون السياسي سجل أعلى نسبة من حيث المضمون الأكثر تناولاً.

311/2

آية طارق عبد الهادي سيد

صورة العرب كما تعكسها الدراما التليفزيونية المصرية وعلاقتها بأدراك الجمهور المصري للشخصية العربية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

سعت الدراسة إلى رصد وتحليل صورة

العرب، والكيفية التي يقدم بها في المسلسلات التلفزيونية المصرية، وعلاقتها باتجاهات الجمهور المصري تجاه الشخصية العربية، ومعرفة آراء العرب فيما يقدم عنهم في المسلسلات التلفزيونية المصرية وفي اتجاهات المصريين نحوهم، وتم ذلك من خلال تحليل عينة من المسلسلات التلفزيونية المصرية التي عرضت صورة عن حياة الشخصية العربية، واشتملت هذه العينة على 14 مسلسلاً، وتم التحليل باستخدام استمارة تحليل المضمون، ومن ثم قامت الباحثة بمسح عينة عشوائية طبقية قوامها 402 مفردة من الجمهور المصري ممن يقيمون في القاهرة والجيزة والقليوبية، وتم ملء الاستبيانات من خلال إجراء مقابلات شخصية مع هؤلاء المبحوثين، ومن ثم طبقت الباحثة المنهج الكيفي عن طريق المقابلات المتعمقة مع العرب المقيمين بمصر، كان عدد الأفراد الذين تم المقابلة معهم (5 أفراد).

وتوصلت الدراسة إلى: أن اتجاه المعالجة الغالب للشخصية العربية في المسلسلات التلفزيونية المصرية عينة الدراسة هو الاتجاه المحايد، وأن (82.6%) من مبحوثين الدراسة يدركون الشخصية العربية بصورة "متوسط" ليست بجيدة ولا سيئة، وأكدت هذه الدراسة على وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين طبيعة الصورة التي تقدمها المسلسلات التلفزيونية المصرية عن الشخصية العربية وحقيقة الشخصية العربية كما يدركها المبحوثون. ولكنها أكدت أيضاً على عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى مشاهدة المسلسلات التلفزيونية المصرية وحقيقة الشخصية العربية كما يدركها المبحوثون، وأن للدراما دوراً كبيراً في تكوين الصورة الذهنية عن الشخصية العربية، وأن غالباً ما يظهرون العرب في المسلسلات التلفزيونية

المصرية بشكل هامشي وسطحى .

312/2

سارة محمود مصطفى الحطبي

أساليب الصحافة الاستقصائية التلفزيونية ودورها في معالجة القضايا المجتمعية العربية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على أساليب الصحافة الاستقصائية التلفزيونية، ودورها في معالجة القضايا والمشكلات المجتمعية، التي تناولتها التحقيقات الاستقصائية عينة الدراسة، ليس في مصر فقط بل في العالم العربي، كما سعت الدراسة إلى التعرف على مدى التزام هذا النمط الصحفي (المرئى والمكتوب) بمنهجيته و بالمسؤولية الاجتماعية في معالجة القضايا، ورصد القضايا التي تثير اهتمام القارئ بالاتصال، لمعالجتها في صورة استقصائية، ومدى تأهيلهم للعمل في هذا المجال. وذلك في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، ومدخل تحليل الخطاب. وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية الكيفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقيه (الوصفي والتحليلي)، واستخدمت أسلوب المقارنة، وطبقت الدراسة التحليلية على عينة من التحقيقات الاستقصائية التلفزيونية لبرنامج "آخر كلام" الذي عرض على قناة "ON TV" المصرية، وبرنامج "البعد الرابع" الذي عرض على قناة "رؤيا" الأردنية، وبرنامج "الصندوق الأسود" الذي عرض على قناة "الجزيرة" القطرية، بواقع (483) أطروحة، قُدموا بـ (23) تحقيقاً، وذلك خلال الفترة الزمنية من 2013/1/1 وحتى 2013/12/31، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة قوامها (50) مفردة من

الصحفيين الاستقصائيين من مختلف البلدان العربية، يعملون في مجال الصحافة الاستقصائية المكتوبة أو المرئية، واستخدمت الدراسة أدوات: تحليل المضمون واستمارة استبيان، وتحليل الخطاب المتمثل في القوى الفاعلة ومسار البرهنة ، ومن أهم ماتوصلت إليه الدراسة مايلي :-

- جاءت القضايا "السياسية" و"الصحية" في المركز الأول بالنسبة لمجموع التحقيقات الاستقصائية عينة الدراسة، فيما جاءت القضايا "الاجتماعية" في المركز الثاني، تلاها القضايا "التعليمية" و"البيئية" في المركز الثالث ، وقد ركزت كل قناة على قضايا دون غيرها .

- اتسمت غالبية مصادر الأطروحات عينة الدراسة بأنها مصادر مثبتة أي (موثقة)، وقد جاءت في المركز الأول، فيما جاءت مصادر الأطروحات "الغير مثبتة" في المركز الثاني ، ثم جاءت الأطروحات التي استعانت بمصادر "مثبتة ولكن ليس بنفس المعنى الذي استشهد به المحقق" فيالمركز الثالث والأخير

- كثر استخدام التصوير العلني مقارنة بالتصوير السري، فقد جاء "التصوير العلني" في المركز الأول ، فيما جاء التصوير "السري" في المركز الثاني، ثم جاءت الأطروحات التي جمعت بين "التصوير العلني والتصوير السري" في المركز الأخير .

- أجمع الصحفيون الاستقصائيون عينة الدراسة على أنه توجد فروق بين الصحافة الاستقصائية والصحافة التقليدية ، وقد تباينت درجة موافقتهم على وجوداختلاف بينهما حسب طبيعة الجمهور المستهدف والوسيلة الإعلامية والصحفي ومعالجة الموضوع والبحث

والنتائج والعلاقة بالمصادر .

- تعددت أهداف الصحافة الاستقصائية وجاءت جميعها لصالح الفرد والمجتمع، حيث جاء الهدف من الصحافة الاستقصائية ك "أداة لكشف الانحرافات " في المركز الأول ، فيما جاء "الإصلاح" في المركز الثاني، ثم جاء كل من "الكشف عن الأسرار المهمة" و"أداة للتنقيب عن المعلومات "في المركز الثالث، وقد جاء"تعزيز الديمقراطية"في المركز الرابع .

313/2

فاطمة عبد القادر عبد العزيز الجمل

مخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المراهقين وكيفية مواجهتها، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016
تستهدف الدراسة توضيح الدور الذي تؤديه شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في حياة المراهقين وتحديد المخاطر التي قد يتعرضون لها باستخدامهم لهذه المواقع ومدى إدراكهم لتلك المخاطر وكيفية تجنبها. استخدمت الدراسة منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة ممثلة من المراهقين بلغ عددها 400 مفردة.

توصلت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

- وجود نسبة و عى كبيرة لدى (87,5%) من المراهقين عينة الدراسة بمميزات ومخاطر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، خاصة المخاطر النفسية، كما تؤثر هذه المواقع على القيم الاخلاقية للنشء الصغير وتتحكم في جوانب كبيرة من سلوكياتهم على نحو يزيد من مخاطر تعرضهم لها.

- كلما تزايد استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي أدّى ذلك إلى التأثير على حياة الأفراد، خاصة المراهقين، فقد ثبت وجود تأثير سلبي لاستخدام هذه المواقع على حياة المراهقين في كافة نواحي الحياة، فهذا الاستخدام يعد ظاهرة غير فردية تتأثر بالعوامل الاجتماعية والبيئية؛ حيث تؤدي إلى خلق نوع من التوحد والاكتئاب.

- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة تساهم في تربية النشء بجانب الأسرة، من هنا تتضح ضرورة وجود الرقابة الأسرية أولاً من جهة؛ مع ضرورة حظر بعض المواقع التي تُعدّ هي الأخطر على المراهقين وصغار السنّ لما يُدّاح في تلك الوسائل من أخبار وصور ومواقع غير مسموح لتلك الفئة العمرية بمتابعتها.

314/2

أحمد محمود فهمي

العلاقة بين استخدام أطفال المرحلة الابتدائية للألعاب الإلكترونية والمستوى الدراسي، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

تهدف الدراسة الى التعرف على علاقة الأطفال بالألعاب الإلكترونية. رصد وتحليل العلاقة بين استخدام الألعاب الإلكترونية والتحصيل الدراسي لأطفال المرحلة الابتدائية. رصد وتحليل العلاقة بين استخدام الألعاب الإلكترونية والخصائص الديموغرافية للمبحوثين. رصد تقاضيات الأطفال لأنواع الألعاب الإلكترونية والاختلافات بين الجنسين. التعرف على مدى استخدام الأطفال لألعاب الانترنت وألعاب الهاتف المحمول. التعرف على نسبة

المشاركة مع الآخرين في الاستخدام للألعاب الإلكترونية. التعرف على تأثير استخدام الألعاب الإلكترونية على ممارسة أنشطة. التعرف على العلاقة بين استخدام الألعاب الإلكترونية ومشاركة الأطفال في العملية التعليمية. رصد تأثير استخدام الألعاب الإلكترونية على سرعة أداء الواجبات المدرسية. التعرف على سبلات وإيجابيات الألعاب الإلكترونية كما يراها الطفل. صياغة رؤية اعلامية لتفعيل استخدام الألعاب الإلكترونية في اعلام وتعليم الطفل وقد أعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي كما قد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل الإستخدام للألعاب الإلكترونية ومستوي التحصيل الدراسي، أن أكثر أفراد العينة حصلوا على التقديرات الأعلى هم كثيفو الاستخدام بنسبة 36.6% لتقدير ممتاز، 31.7% جيد جداً. توجد علاقة دالة إحصائية بين معدل استخدام الألعاب الإلكترونية وسرعة أداء الواجبات المدرسية، أن نسبة 68.3% من بين كثيفي الإستخدام يسغرقون وقتاً قصيراً في أداء واجباتهم المدرسية بينما 31% من بين كثيفي الإستخدام يستغرقون وقتاً متوسطاً.

315/2

تامر على أحمد على حسن

قضايا حقوق الإنسان كما تعكسها القنوات الإخبارية ومواقعها على الإنترنت، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

في الآونة الأخيرة أصبحت حقوق الإنسان عنواناً للدول العصرية و المتحضرة، وقد وضع هذا التطور على كاهل الإعلام مسئولية كبيرة في التوعية بهذه الحقوق، و في عصر أصبحت تؤدي فيه القنوات التلفزيونية و المواقع الإلكترونية على

بدورها في عملية توظيف الإعلام البديل في تغطية الأحداث المهمة في المجتمع ؛ وتتمثل تلك المتغيرات فيما يلي: (أ) الخبرات التراكمية لمستخدمي أدوات الإعلام الجديد. (ب) القدرة على إنتاج المحتوى الإعلامي. (ج) مهارات توظيف الوسائط المتعددة.

(د) مستوى التفاعلية في التغطية الإخبارية للأحداث الطارئة والمهمة. (هـ) الخصائص الديموجرافية للشباب القائمين على التغطية الإخبارية (النوع/ مستوى المعرفة السياسية/ الانتماء الأيديولوجي/ المستوى التعليمي/ المستوى الاقتصادي/ الاجتماعي).

317/2

داليا قاسم قاسم مصطفى

التعرض للتليفزيون وعلاقته بمدرجات الجمهور المصري عن ظاهرة التحرش الجنسي، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

تمثلت مشكلة الدراسة في عرض الأعمال الدرامية لظاهرة التحرش دون وضع إطار صحيح لمعالجتها في الكثير من الأعمال الدرامية والتليفزيونية وبخاصة عرضها في قالب كوميدي مما يساهم في نشر التحرش في المجتمع، وهدفت الدراسة بشكل أساسي لدراسة العلاقة بين التعرض لهذه القوالب الكوميدية أو الصريحة لظاهرة التحرش الجنسي المتلفز وبين درجة قبول الجمهور المصري لها ودرجة إدراكه للظاهرة بشكل صحيح ، تتدرج الدراسة تحت البحوث الوصفية ، وتتبع منهج المسح والمنهج شبه التجريبي ، واستخدمت كأدوات جمع للبيانات صحيفة الاستقصاء ، ومجموعات الدراسة شبه التجريبية . يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري من سن (16 إلى 60 عامًا) . وكانت عينة الدراسة الميدانية هي عينة غير احتمالية حصصية

شبكة الانترنت دوراً حيوياً في التأثير بالرأي العام و توجيه و تحديد أولوياته تستهدف هذه الدراسة رصد و تحليل قضايا حقوق الإنسان التي تتناولها القنوات الإخبارية و مواقعها على الإنترنت، و ذلك سعياً نحو التعرف على مظاهر و سمات تناول قضايا حقوق الإنسان من خلال هذه القنوات و المواقع الإلكترونية، و إطلاق استراتيجية إعلامية لنشر ثقافة حقوق الإنسان من واقع نتائج الدراسة.

أهم النتائج التي تم التوصل إليها: اتفقت القنوات و المواقع عينة الدراسة في ترتيب أولويات القضايا محل الطرح حيث استحوذت القضايا السياسية على صدارة اهتمام القنوات الإخبارية عينة الدراسة بنسبة 59.6% و فى المواقع الإخبارية بنسبة 32.9%، يليها القضايا الاجتماعية و الإنسانية بنسبة 22.5% فى القنوات الإخبارية بينما جاءت بنسبة 28.9% فى المواقع الإلكترونية، و جاءت القضايا العسكرية و الأمنية بنسبة 6.2% فى القنوات الإخبارية، بينما وردت فى المواقع بنسبة 7.2% فى المائة

316/2

إسلام إبراهيم محمد

استخدامات الشباب لتكنولوجيا الإتصال الحديثة فى التغطية الإخبارية لتداعيات أحداث ثورة 30 يونية فى إطار نموذج إعلام المواطن، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

تهدف هذه الدراسة إلى رصد وقياس استخدامات الشباب المصري لتقنيات الإعلام الجديد في تغطية الأحداث المهمة التي يمر بها المجتمع المصري خلال المرحلة الانتقالية الحالية بعد أحداث 30 يونيه 2013م وذلك في إطار نموذج إعلام المواطن الذي يطرح متغيرات عدة تؤثر

والتوصل لنتائج وقياس مدى التأثير علي معرفة واتجاهات الشباب المصري نحو ما يتعلق بالرياضة من خلال ما يُعرض علي القنوات الرياضية المتخصصة من برامج ومباريات. تعتمد هذه الدراسة علي منهج المسح بشقية؛ الوصفي والتحليلي Descriptive and Analytical Survey وذلك بهدف التعرف علي العلاقة بين تعرض الشباب للقنوات الرياضية العربية المتخصصة والمعرفة الرياضية لديهم، وكذلك اتجاهاتهم نحو القضايا الرياضية المهمة ممثلة في ظاهرة الألتراس والدور الاجتماعي للرياضة.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

توصلت الدراسة إلى أن "قناة النيل للرياضة" في المرتبة الأولى مشاهدة بينما جاءت قناة "النادي الأهلي" في المرتبة الثانية، المباريات الرياضية تحتل المرتبة الأولى لدي الجمهور وتعتبر أهم المواد التي يتابعها الجمهور على القنوات الرياضية المتخصصة، أهم مصدر للمعلومات لدى الأفراد هي القنوات الرياضية المتخصصة، وفقا لنموذج فشبائين الذي يعتمد علي الوزن النسبي تشير النتائج أن التقييم المحايد لظاهرة الألتراس بنسبة 45.8%، ووفقا لنموذج فشبائين أيضا فان 72.8% من عينة الجمهور لديها اتجاه ايجابي نحو الرياضة ودورها في المجتمع المصري.

319/2

هدى على محمد حسن

العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والمواقع الإخبارية على الإنترنت ومستوى المعرفة السياسية بالقضايا القومية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

دون أن تتساوى أعداد الفئات فهي لأعمار متنوعة ولوظائف مختلفة، وكانت عينة الدراسة شبه التجريبية العينة غير احتمالية عمدية تضم عددًا من أفراد المجتمع المصري ممن تتراوح أعمارهم بين (16- 60 عامًا) من الذكور والإناث مقسمة على عدد 7 مجموعات كل مجموعة تضم 5 أفراد. استخدمت الدراسة نموذجين كإطار نظري وهما (التلقي القبول العينة)، (مجرد تكرار التعرض). وجمع عدد من الدراسات السابقة حول التحرش ووضع مبحث يشرح التحرش الجنسي بشكل مفصل لفت انتباه الباحثة أنه لا توجد دراسات سابقة تفسر وجود الإعلام كسبب متكرر في عدد من الدراسات السابقة في زيادة انتشار التحرش الجنسي وبعد تطبيق دراستين أحدهما ميدانية والأخرى شبه التجريبية توصلت الباحثة لعدد كبير من النتائج نوجز جزء منها كالتالي:

-توصلت الدراسة إلى أن أعلى حجم للتعرض كان لمضامين تحرش جنسي ضمنية مع استخدام الفكاهة أو الموسيقي للتخفيف من حدة السلوك، وبالتالي يسهل على المشاهد تقبله، وعند تعرضه لموقف مماثل في الواقع فإن درجة الرفض تكون ضعيفة.

318/2

أحمد إبراهيم نادر عباس

دور القنوات الرياضية العربية المتخصصة في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الرياضة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

تمثلت مشكلة الدراسة في رصد وقياس مدى ما تقوم به القنوات الرياضية المتخصصة ودورها الحيوي والمهم في تشكيل معارف واتجاهات الشباب نحو الرياضة ومدى تعرضه لهذه القنوات

الأخبارية فمعظم المبحوثات اعتمدت على موقع واحد في معرفة الثلاث قضايا وهو موقع اليوم السابع

320/2

إيناس محمد علي الشيخ

اتجاهات الجمهور نحو معالجة الدراما التلفزيونية لمشكلة العنوسة في المجتمع المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

سعت الدراسة إلى رصد وتحليل اتجاهات الجمهور المشاهد بالفعل للدراما التلفزيونية سواء كانت أفلام أو مسلسلات مصرية تناولت أو ناقشت مشكلة العنوسة وتأخر الزواج في المجتمع المصري ، ورصد وتحليل معدل التعرض ودوافع مشاهدة لمثل هذه الدراما، وتحليل صورة الفتاة الغير متزوجة من صفات إيجابية وسلبية وأبرز مخاوفها كما تعرضها الدراما التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور والوقوف على تقييمات الجمهور للدراما التلفزيونية التي تتناول مشكلة العنوسة ومقترحاتهم لتفعيل دور الدراما في معالجة القضايا الاجتماعية ، وتم ذلك من خلال استخدام صحيفة الاستبيان لمعرفة اتجاهات الجمهور، تم توزيعها على عينة عشوائية قوامها 450 مفردة من الجمهور العام المشاهد للدراما التلفزيونية التي تتناول مشكلة العنوسة ، وتم استبعاد 50 مفردة لا يشاهدون الدراما التلفزيونية ، كما تم توزيعهم في محافظات (القاهرة، المنوفية، المنيا) من سن 25 سنة فأكثر، وتوصلت الدراسة إلى أن الدراما التلفزيونية التي تناولت مشكلة العنوسة ساهمت إلى حد ما في التعريف بالمشكلة في المجتمع المصري بنسبة 42.4%، بينما ساهمت الدراما بالفعل في التعريف بالمشكلة بنسبة 26.7% ، على حين لم تسهم الدراما في التعريف بالمشكلة بنسبة 30.9%، كما

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة "العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والمواقع الإخبارية على الإنترنت وبين مستوى المعرفة السياسية للقضايا القومية"، وذلك في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من خلال تحليل العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والمواقع الإخبارية عبر الإنترنت ومستوى معرفتها السياسية بالقضايا القومية ومعرفة تأثير المتغيرات النفسية الوسيطة (الاهتمام السياسي) والمتغيرات الأخرى الخاصة بالفرد كالمستوى الاجتماعي والاقتصادي على هذه العلاقة، واعتمدت الدراسة على منهج المسحي والمنهج المقارن من خلال اختيار عينة عمدية يبلغ قوامها (400) مفردة من مجتمع المرأة المصرية من المعتمدات على القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية الإخبارية محل الدراسة.

أهم نتائج الدراسة الميدانية :

- أن أهم القنوات الفضائية التي تفضل المبحوثات مشاهدتها جاءت قناة MBC مصر في الترتيب الأول، يليها قناة CBC في الترتيب الثاني ثم في الترتيب الثالث قناة النهار ثم قناة الحياة في الترتيب الرابع.

- وأهم المواقع الإخبارية التي تحصل منها المبحوثات على معلومات حول معرفتهن السياسية بالقضايا القومية، جاء موقع اليوم السابع في الترتيب الأول، يليها في الترتيب الثاني موقع المصري اليوم ثم موقع جريدة الأهرام ويليها موقع بي بي سي الإخبارية .

- توضح النتائج أن اعتماد المبحوثات على القنوات الفضائية لمعرفة كلا من (مشروع قناة السويس الجديدة- المشروع: مشروعك- تنظيم داعش) اختلف بين الثلاث قضايا، أما بالنسبة للمواقع

أكدت الدراسة على الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو معالجة التليفزيون لمشكلة العنوسة بحسب خصائصهم الديموجرافية (جزئياً)، وخرجت الدراسة بتوصيات منها ضرورة اهتمام الدراما التليفزيونية بوضع حلول لمشكلة العنوسة وعدم الإكتفاء بعرض المشكلة فقط، وضرورة وجود حلقة وصل بين القائم على الدراسة والقائمين بالعمل على كتابة السيناريو للدراما التليفزيونية لتوجيه الدراما بطريقة صحيحة ومنهجية لحل القضايا الاجتماعية في المجتمع بطريقة صحيحة

322/2

فاطمة أحمد عبد الغفار المغازى

دور المعالجة التليفزيونية لقضايا حقوق الإنسان في تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو السلطة: دراسة مسحية على عينة من إقليم القاهرة الكبرى، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

استهدفت الدراسة قياس اتجاهات الجمهور المصري نحو الأداء العام لنظام مبارك (الرئيس والحكومة) في ضوء تقييمه لأدائه في قضايا حقوق الإنسان الأبرز في المعالجة الإعلامية لبرامج الأحداث الجارية السابقة لثورة 25 يناير، في إطار فروض (نظرية التهيئة المعرفية) كإطار نظري للدراسة، والتي تعتمد على اختبار تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات الجمهور نحو الأداء العام للسلطة السياسية، مع الأخذ في الاعتبار أدائها في قضايا معينة محل التركيز الإعلامي، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي واستمارة الاستبيان، واستندت في جمع البيانات على (عينة عمدية حصصية) قوامها 600 مبحوث من مشاهدي برامج الأحداث الجارية قبل ثورة

25 يناير وبعدها، من ساكني إقليم القاهرة الكبرى الذي يشتمل على ثلاث محافظات، هي: (القاهرة - والجيزة - والقليوبية)، ممثلين للجمهور المصري بمختلف فئاته الاقتصادية والاجتماعية، ومستوياته التعليمية، ومكان إقامته (ريف - حضر) فوق 18 سنة. أهم النتائج التطبيقية التي تم التوصل إليها:

- كان موقف معظم أفراد العينة بنسبة (81%) معارضا لنظام مبارك، وافق (77%) من أفراد العينة على أن أداء نظام مبارك بمجال حقوق الإنسان كان سببا في قيام ثورة 25 يناير.

- هناك علاقة بين الموقف المعارض لنظام مبارك والموافقة على أن أداء النظام الأسبق في حقوق الإنسان كان سببا في قيام ثورة 25 يناير، حيث وافق (83%) من المعارضين لنظام مبارك من أفراد العينة على ذلك.

- كانت أهم خمسة حقوق سياسية ومدنية تم انتهاكها في عهد مبارك من وجهة نظر المبحوثين، هي: (الحق في المحافظة على الحياة - الحق في تكافؤ الفرص وتقلد الوظائف العامة - الحق في احترام الكرامة الإنسانية للمتهمين والمُسجونين - الحق في التنقل - الحق في التجمع السلمي والتظاهر والإضراب).

- جاءت أهم خمسة حقوق اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية وتنموية تم انتهاكها في عهد مبارك من وجهة نظر المبحوثين كالتالي: (الحق في توفير الاحتياجات الأساسية - الحق في العمل وحقوق العمال - الحق في الرعاية الصحية - حقوق الطفل - الحق في التعليم).

323/2

رشا محمد عبد النبي الخشاب

الاتجاهات نحو البرامج الكوميدية المذاعة
في القنوات الفضائية الخاصة من منظور

نظرية المسؤولية الاجتماعية، رسالة
ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

استهدفت الدراسة الحالية عينه من الجمهور العام والنخبة الأكاديمية والإعلامية المتخصصة في مجال الإعلام للتعرف على اتجاهاتهم ورؤيتهم لمدى التزام برامج المقالب الكوميدية بالمسؤولية الاجتماعية وبالمعايير الأخلاقية والمهنية للإعلام، حيث انطلقت الدراسة في إطارها النظري من معطيات نظرية المسؤولية الاجتماعية ولتحقيق هذه الأهداف اعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي، واعتمدت على عينة متاحة من الجمهور العام قوامها (350) مفردة، وعينة متاحة من النخبة الأكاديمية والإعلامية المتخصصة في الإعلام بلغت (100) مفردة، حيث ألفت الدراسة الحالية الضوء على برامج المقالب الكوميدية المذاعة على القنوات الفضائية، وتعد من أولى الدراسات التي تناولت هذه البرامج بالرصد والتحليل، وتناولت الباحثة برامج المقالب من خلال الشقين التحليلي والميداني، والميداني على مستوى (الجمهور العام والنخبة الأكاديمية والإعلامية المتخصصة)، لرصد تلك البرامج الكوميدية الترفيهية وما آلت إليه من تغيير، وعلى مستوى الأفكار التي تم تناولها، والأهداف الوظيفية لها، بل من ناحية القيم الأخلاقية والاجتماعية لتلك البرامج ومدى تناسبها مع عادات المجتمع المصري وتقاليده، وتكونت الدراسة من خمسة فصول. جاءت أهم نتائج الدراسة التحليلية كالآتي: 1-تنوع أشكال القوالب الفنية لتلك البرامج من حوار عادي بسيط

داخل الاستديو إلى تصوير خارج الاستديو في مكان ما، وإلى تمثيلية يقوم بها طاقم العمل بالتعاون مع مقدم البرنامج من أجل خداع الضيوف المشاركين، كما انتقل مسرح المقلب الكوميدي من الأرض(الشارع) إلى مقابل تحت الأرض، وإلى مقابل في أماكن مغلقة، وإلى مقابل في البحر، وإلى الجو. 2-جاء تقديم تلك البرامج الكوميدية من قبل النجوم والفنانين والشخصيات المشهورة، كما أن ضيوفهم أيضاً كانوا من النجوم والفنانين.

324/2

سجى حسين نجم الدين

دوافع استخدام المراهقين السعوديين
للمنتديات على شبكة الأنترنت، رسالة
ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

أهداف الدراسة التعرف على دوافع استخدام المراهقين السعوديين للمنتديات و المجتمعات الافتراضية التي ينتمون إليها و يسعون للتفاعل معها بمحض ارادتهم. التعرف على الإشباع المتحققة من استخدام المراهقين للمنتديات. التعرف على اهم الآثار النفسية و الاجتماعية المرتبطة باستخدام المراهقين السعوديين للمنتديات على شبكة الأنترنت. رصد علاقة المراهقين السعوديين بالمجتمع الأسرى من حولهم (أسرته في المنزل - الأقارب ممن تجمعهم صلة القرابة و النسب) مع تزايد استخدامهم للمنتديات و الشبكات الاجتماعية. التعرف على علاقة المراهقين السعوديين بالبيئة الاجتماعية (الأصدقاء - رفقاء المدرسة) في ظل استخدامهم لشبكة الأنترنت. التعرف على مدى العلاقة بين انتماء المراهق السعودي للمنتديات ورغبته في اقتناء الأجهزة الإلكترونية الحديثة التي تسهل عليه التواصل معها بسهولة. التعرف على ما إذا

كان المراهق يعبر عن افكاره و اهتماماته أم
يكتفى بالتعرف على وجهات أفكار
وخبرات الآخرين.

تقدمه الأفلام والمسلسلات المصرية ، وأنه
كلما زادت الدوافع الطقوسية والنفعية
والمشاهدة النشطة للجمهور للمسلسلات
والأفلام كلما زادت معدل إدراكهم للواقع
الاجتماعي لأطفال الشوارع كما تقدمه
الأفلام والمسلسلات.

325/2

نجوى حسن محمد عبد العال

معالجة قضايا أطفال الشوارع فى الأفلام
السينمائية والمسلسلات التليفزيونية
بقنوات التليفزيون المصرى وعلاقتها
بادراك الجمهور للواقع الاجتماعى لها:
دراسة فى اطار نظرية الغرس الثقافى،
رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

استهدفت هذه الدراسة اختبار نظرية الغرس
الثقافى ، على حجم تعرض الجمهور العام
للأفلام والمسلسلات التليفزيونية والتي
تناقش قضايا أطفال الشوارع التى تعرض
فى التليفزيون المصرى، وعلاقتها بإدراك
الجمهور للواقع الاجتماعى لأطفال
الشوارع، من خلال التعرف على العلاقة
بين كثافة مشاهدتهم للأفلام والمسلسلات
التي تناقش قضايا أطفال الشوارع ودوافع
تعرضهم لهذا المضمون (الدوافع النفعية –
والدوافع الطقوسية)، ودورها فى إدراك
الجمهور للواقع الاجتماعى لأطفال
الشوارع، وذلك من خلال الدراسة المسحية
التي أجريت على عينة من الجمهور العام
قوامها 400 مبحوث فى إطار محافظات
القاهرة والجيزة والقليوبية ، كما تضمنت
الدراسة تحليل مضمون لعينة من الأفلام
والمسلسلات التى تناقش قضايا أطفال
الشوارع وبلغت عددها 8 أفلام وخمس
مسلسلات وحلقة واحدة من مسلسل ذو
حلقات منفصلة . وخلصت نتائج الدراسة
على أن الجمهور العام يدرك الواقع
الاجتماعى لأطفال الشوارع بما يشابه ما

326/2

سارة الحسين محمود

معالجة مشكلات الشباب فى الأفلام
المصرية التى تعرضها القنوات الفضائية
الدرامية العربية وتأثيرها فى اتجاهاتهم
نحوها، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة،
2016.

تسعى الدراسة إلى التعرف على الكيفية التى
تعالج بها مشكلات الشباب فى الأفلام
المصرية المقدمة فى قنوات الدراما
الفضائية المتخصصة ومدى تأثير مشاهدة
الشباب لهذه الأفلام فى اتجاههم نحو تلك
المشكلات ، وذلك باستخدام المنهج الوصفى
لكل من الدراسة التحليلية والميدانية عن
طريق تحليل مضمون عينة عمدية قوامها
30 فيلما سينمائيا تناولت مشكلات الشباب
باستخدام صحيفة تحليل المضمون ، وعمل
مسح ميدانى لعينة متاحة من الشباب قوامها
511 مفردة وذلك باستخدام صحيفة
الإستقصاء ، واعتمدت الدراسة فى إطارها
النظرى على نظرية الغرس الثقافى ،
وانطلقت من فرض رئيسى هو " كلما زاد
تعرض الشباب للأفلام السينمائية المصرية
التي تتعرض لمشكلاتهم كلما ازداد تأثيرها
فى مدى إدراكهم لهذه المشكلات وأسلوب
مواجهتهم لها. "وتوصلت الدراسة إلى
مجموعة نتائج أهمها:

-عدم وجود علاقة بين المشكلات التى
تعرضها الأفلام والمشكلات الحقيقية
للشباب.

-غلبة المعالجة السلبية لمشكلات الشباب فى

الأفلام التي تناقش هذه المشكلات على المعالجة الإيجابية.

أهم النتائج التطبيقية التي تم التوصل إليها:

- وجود علاقة ارتباطية طردية بين معدل مشاهدة الشباب للأفلام التي تتعرض لمشكلاتهم
- واتجاههم نحو المشكلات التي تواجههم في المجتمع.
- غلبة الاتجاهات الإيجابية لدى النسبة الأكبر من شباب عينة الدراسة نحو المشكلات التي تواجههم في المجتمع.
- غلبة الاتجاهات السلبية لدى النسبة الأكبر من شباب عينة الدراسة نحو الأفلام التي تتناول مشكلاتهم.
- غلبة المعالجة السلبية لمشكلات الشباب في الأفلام التي تناقش هذه المشكلات على المعالجة الإيجابية.
- عدم وجود علاقة بين المشكلات التي تعرضها الأفلام والمشكلات الحقيقية للشباب.

327/2

ساندى سيد عبد الفتاح

علاقة استخدام الصفحات النسائية على مواقع التواصل الاجتماعي بتطلعات المرأة المصرية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

استهدفت الدراسة التعرف على علاقة استخدام الصفحات النسائية على مواقع التواصل الاجتماعي بتطلعات المرأة المصرية، و تم إجراء استبيان على عينة من 400 مبحوثة تم الحصول عليها باستخدام أسلوب العينة العمدية من مستخدمات الصفحات النسائية عبر موقع الفيسبوك. اهم النتائج أن المدة التي بدأ فيها المبحوثات باستخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وقد أتى في المرتبة الأولى الاستخدام منذ أكثر من ثلاث سنوات

وذلك بنسبة (5.70%) تلاها المدة من سنة إلى أقل من سنتين بنسبة (5.11%) بينما جاء في المرتبة الثالثة الاستخدام منذ سنتين إلى ثلاث سنوات بنسبة (3.10%) وأخيراً احتلت المدة أقل من سنة نسبة (8.7%) وهذه النتائج يمكن تفسيرها في ضوء سهولة استخدام موقع الفيسبوك وسرعة انتشاره هذا بجانب سرعة انتشار الأجهزة الحديثة من محمول و الحواسيب التي أصبحت متاحة حتى لربات البيوت منذ أكثر من ثلاث سنوات و سهولة استخدامها وتنوع تطبيقاتها. 2- أن معدل استخدام المبحوثات الأسبوعي لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وأوضحت النتائج أن الاستخدام لأكثر من مرة في اليوم الواحد احتل المرتبة الأولى بنسبة (3.46%) بينما كان في المرتبة الثانية الاستخدام مرة واحدة يومياً بنسبة (3.19%) وتلاها الاستخدام لأقل من مرتين في الأسبوع بنسبة (5.18) بينما احتل المرتبة الأخيرة الاستخدام من مرتين إلى ثلاث مرات في الأسبوع بنسبة (16%)، و يتضح من نتائج الاستخدام الأسبوعي إن موقع الفيسبوك أصبح نشاطاً يومياً لدى الكثيرين بل يمكن القول بأنه أصبح غريزة لا بد من إشباعها، والسبب في الاستخدام اليومي إلى وجود مساحة من الوقت لدى المبحوثات، أما الاستخدام (أقل من مرتين في الأسبوع) و(من مرتين إلى 3 مرات في الأسبوع) فقد يرجع إلى انشغالهن في بعض أيام الأسبوع بسبب ظروف حياتهن مما لا يمكنهن من الاستخدام اليومي للموقع.

340/2

مى مجدى أبو السعود

دوافع مشاهدة الشباب المصري للدراما عبر الإنترنت (رسالة باللغة الإنجليزية)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016. يعتمد هذا البحث على دراسة دوافع

التلفزيون. سبب هذا التأثير هو الشباب حيث انخفض معدل مشاهدة الشباب للتلفزيون.

أظهرت النتائج أن الشباب يستخدم شبكات التواصل الإجتماعي في المقام الأول ثم الاستماع إلى الموسيقى وراديو الانترنت يتبعها الرياضة. تأتي الصحافة الالكترونية في المقام الثالث وأخيراً هو مشاهدة محتوى إعلامي مثل الفيديوهات.

356/2

غادة مروان محمود

معالجة القضايا المحلية في برامج الحوار الجماهيرية في القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة : دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

تتبلور المشكلة البحثية في "المعالجة الإعلامية للقضايا المحلية في برامج الحوار الجماهيرية في القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة". حيث تعنى هذه الدراسة بتحليل أبعاد حرية وديمقراطية الإعلام بعد تغير جذري في النظام السياسي الذي ساد لسنوات عديدة مارس فيها الدور السلطوي على الممارسة الإعلامية، بالإضافة إلى رصد مستوى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية من خلال التعرف على الأطر المستخدمة في المعالجة الإعلامية للقضايا المثارة وقياس مدى الاهتمام بعناصر الموضوعية والتوازن والأداء المهني في البرامج الحوارية الجماهيرية التي تبثها القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة. بالتطبيق على برنامجي (مباشر من مصر- الفضائية المصرية) (ومصر الجديدة- قناة الحياة2). في فترة تمر بها مصر بأزمة من أصعب الأزمات في تاريخها المعاصر.

مشاهدة الشباب المصري للدراما التلفزيونية من خلال الانترنت ودراما الانترنت، وقياس صفات الحداثة عند الشباب، وكيفية توسيع رقعة مشاهدة المسلسلات الدرامية على الانترنت خاصة دراما الانترنت بما لها من مفهوم جديد في وسائل الاعلام. وأيضا للتعرف على احتياجات الشباب التي يتم اشباعها عن طريق مشاهدة الدراما من خلال الانترنت. وتعتمد هذه الدراسة على الجمع بين المنهجين الكيفي والكمي حيث أجريت اثنتا عشرة مجموعة نقاش على عينة عمدية من اثنين وسبعين شخصا يتراوح أعمارهم بين (18-30). ست مجموعات من الذكور وست مجموعات من الاناث. تتكون كل مجموعة من ستة أفراد ثلاثة طلاب وثلاثة موظفين. وقد تم إجراء عشر مقابلات شخصية مع نخبة من العاملين في مجال الدراما والإعلام. كما تم أيضا استخدام الاستبيان كوسيلة بحث كمي على عينة من (400) طالب جامعي منتان من جامعة القاهرة، ومنتان من جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب نصفهم من الذكور والنصف الآخر من الاناث.

أهم نتائج الدراسة أنه لا يوجد ارتباط سلبي بين مشاهدة الدراما من خلال الانترنت والاعتماد على وسيلة الانترنت كمصدر للأخبار. وبالإضافة إلى ذلك، أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة بين دوافع الشباب المصري واستخدمهم للانترنت لمشاهدة الدراما. أمثلة على هذه الدوافع هي قيام الشباب بمشاهدة محتوى كامل غير محذوف والترفيه وعدم الشعور بالوحدة وعدم وجود اعلانات.

ووفقاً لمجموعات النقاش هناك أثر سلبي ضئيل على مشاهدة الجمهور للتلفزيون وبالرغم من ذلك قد تسبب هذا التأثير في الكثير من التحسن الواضح في أجندة

التليفزيونية الأجنبية بعد ثورة 25 يناير، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

تستهدف هذه الدراسة التعرف على ملامح سمات الصورة المقدمة عن المصريين في القنوات الأجنبية محل الدراسة و تأثير ذلك على الصورة المتكونة لدى الجمهور الأجنبي المشاهد لتلك القنوات عن الشعب المصرى بعد أحداث يناير 2011 و حتى نهاية 2013 بعد ثورة 30 يونيو، و هى دراسة تحليلية ميدانية، استخدمت منهج المسح بالعينة من خلال استمارة تحليل مضمون لعينة من المضامين الإخبارية المقدمة فى الفضائيات الأجنبية محل الدراسة و هى: قناة (سى ان ان) الأمريكية و قناة (تى فى 5) الفرنسية، كما تم مسح عينة من الجمهور الأجنبي المشاهد لتلك الفضائيات الأجنبية بواقع 100 من متحدثى اللغة الإنجليزية و 50 من متحدثى اللغة الفرنسية من خلال استمارة استبيان مترجمة باللغة الانجليزية و الفرنسية للتعرف على ملامح الصورة المتكونة لدى الجمهور الأجنبي بعد أحداث يناير 2011 من خلال متابعتهم للقنوات الأجنبية. توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها غلبة الإتجاه السلبى على أخبار مصر المقدمة فى القنوات الأجنبية محل الدراسة فى فترة الثلاث سنوات التى عقيت الثورة المصرية يناير 2011، عبرت أغلب المواد المصورة بالمحتوى التليفزيونى المقدم فى أخبار مصر محل الدراسة عن حالة عدم الإستقرار و الإضطراب فى الشارع المصرى، جاء إتجاه عينة الجمهور الأجنبي نحو سمات المصريين بعد الثورة مباشرة و بعد مرور ثلاث سنوات محايداً، أبدت النسبة الأكبر من عينة الجمهور الأجنبي تخوفهم من عدة أمور مما جعلهم لا يتوقعون زيارة مصر قريباً.

وانتهت الدراسة إلى أن هناك ارتفاع في مستوى حرية الرأي والتعبير في المعالجات والتغطيات الإعلامية للقضايا والأحداث ولكنها أُنسبت بالارتباك وعدم التوازن أحياناً خصوصاً في القنوات الحكومية.

واحتلت القضايا السياسية المركز الأول من حيث التركيز والاهتمام في هذه الفترة في كلا من القنوات الحكومية والخاصة.

-تفوقت قناة الحياة2 على الفضائية المصرية في تقديم التقارير الميدانية المصاحبة للخبر في الفقرة الإخبارية حيث بلغت النسبة 100% في قناة الحياة2 مقابل 66.7% في الفضائية المصرية، مما أظهر اهتمام قناة الحياة2 بتدعيم الخبر وتوضيحه من خلال التقارير الميدانية، وأنها توفر الإمكانيات البشرية والمادية لهذا الهدف.

-اهتمت الفضائية المصرية بالمشاركة الجماهيرية من خلال الاتصالات الهاتفية أثناء الفقرة الإخبارية، للاستفسار والتعليق والتوضيح، وتنوعت الاتصالات ما بين الجمهور العام والمتخصصين في مجال معين على حسب موضوع الخبر المطروح، وارتفعت النسبة إلى 59.3% في الفضائية المصرية مقابل 3.95% في قناة الحياة2، ويرجع ذلك ربما لتعويض القصور في تقديم التقارير الميدانية في برنامج الفضائية المصرية خلال الفقرة الإخبارية.

-وتفوقت القنوات الخاصة على القنوات الحكومية في عناصر الإعداد والتقييم والإخراج وأيضاً الإمكانيات التكنولوجية والكفاءة الإدارية وتساوت القنوات الحكومية والخاصة في الالتزام بالمسؤولية المهنية والأخلاقية في التعامل مع الشائعات.

مريم بهجت جمال

صورة المصريين كما تعكسها القنوات

العلاقة بين استخدام المواقع الإلكترونية ومستوى المعرفة بحقوق الإنسان لدى الجمهور المصري ، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2016.

هدفت الباحثة إلى رصد العلاقة بين مدى وكثافة التعرض للمواقع الإلكترونية، ومدى معرفة الجمهور بثقافة وقضايا حقوق الإنسان، وهنا خصصت الباحثة بحثها عن المواقع الإلكترونية الخاصة بالتقنيات الفضائية، وفي هذا الإطار اعتمدت الباحثة على منهج المسح من خلال دراسة ميدانية على عينة عمدية من الجمهور المصري، قوامها 400 مفردة .

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها :

❖ رصد ارتفاع معدلات التعرض للمواقع الإلكترونية للتقنيات الفضائية .

❖ أهم القضايا والحقوق التي يحرص المبحوثين (الجمهور) على متابعتها، جاء في مقدمتها " الحق في الحفاظ على الكرامة الإنسانية" بنسبة (82.5%)، ثم جاء في المرتبة الثانية قضايا "مناهضة التحرش بالمرأة" بنسبة (85.8%)، ثم جاءت " الحقوق الاقتصادية " بنسبة (82.6%) .

❖ رأى عينة الدراسة أن نشر الموقع لصور وفيديوهات مصاحبة للخبر تعزز من مدى مصداقية الموضوع، جاء هذا في الترتيب الأول بوزن نسبي (81.3%) .

دور البرامج التليفزيونية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو ذوى الاحتياجات الخاصة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

اهتمت الموثائق الدولية بذوي الاحتياجات الخاصة ونصت على حقوقهم وأهمها الحق في الحياة الكريمة، وتوفير كافة أشكال الرعاية والاهتمام وكذلك الحق في التعليم والعمل والرعاية الصحية وتوفير إمكانية الوصول والمشاركة في الحياة السياسية. تدور مشكلة الدراسة حول الدور الذي يلعبه التليفزيون في تنمية معارف واتجاهات الجمهور نحو قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع، وإبراز الحقوق التي يجب أن يتمتعوا بها، والتعرف على ما يقوم به من أدوار في نشر الوعي بتلك الحقوق وقدرته على خلق اهتمام لدى الجمهور بذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع باعتبارهم فئة أساسية ومؤثرة وفعالة وكذلك التعرف على الدور الذي تلعبه البرامج التليفزيونية في خلق وعي مجتمعي بحقوق ذوي الاحتياجات الخاصة وإلقاء الضوء على المعاهدات والاتفاقيات الدولية التي تعنى بحقوق ذوي الاحتياجات الخاصة والتي تكسبها حماية وشرعية دولية، وكذلك دورها في إبراز القوانين والتشريعات المحلية التي تحمي حقوق ذوي الاحتياجات الخاصة. تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتستخدم الدراسة منهج المسح. يمثل مجتمع الدراسة الميدانية في المواطنين الذين يعيشون في محافظتي القاهرة وبني سويف من المشاهدين للبرامج التليفزيونية المقدمة عبر القنوات التليفزيونية الخاصة والحكومية، وقد تم سحب عينة احتمالية طبقية من محافظتي (القاهرة، بني سويف) بواقع 200 مفردة لكل محافظة. وقد اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على استمارة الاستقصاء من إعداد الباحثة، حيث قامت الباحثة بتطبيق فروض نظرية

الاعتماد على وسائل الإعلام. وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: يعتمد (51.8 %) من المبحوثين على التلفزيون بدرجة كبيرة في معرفتهم بواقع وحقوق ذوي الاحتياجات الخاصة في مصر، جاء الإنترنت كأهم مصدر يعتمد عليه المبحوثون عينة الدراسة في معرفتهم بقضايا وحقوق ذوي الاحتياجات الخاصة وذلك بنسبة (29.2 %).

328/2

نيرة أحمد المجد شبايك

معالجة السينما المصرية للواقع السياسي خلال فترتي حكم عبد الناصر والسادات، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في تحليل ما قدمته السينما الروائية المصرية عن الواقع السياسي المصري لحقبتَي حكم عبد الناصر والسادات اللتين امتدتا من (1956:1981)، سواء ما قُدم عنهما في ظل فترات الحكم أو بعد انتهائهما، وذلك للوقوف على ملامح وسمات الحياة السياسية للمجتمع المصري في تلك الفترة كما عكستها السينما المصرية، وفي سبيل تحقيق ذلك قامت الباحثة بتحليل مضمون عينة من أربعين فيلماً سياسياً هم نتيجة الحصر الشامل لجميع الأفلام التي تناولت فترتي الحكم بالدراسة. الكلمات الدالة: سينما سياسية/ سينما/ سياسة/ جمال عبد الناصر في السينما / أنور السادات في السينما/ ناصر/ السادات/ الفيلم السياسي/ الفيلم التاريخي/ الواقع السياسي / السينما المصرية/ السينما السياسية المصرية/ السياسة والسينما/ السينما السياسية في مصر / تحليل مضمون/ السينما والرؤساء

أهم النتائج التطبيقية التي تم التوصل إليها:

• أن المبدعين في المجال السينمائي كانوا

أكثر اهتماماً بمعالجة الواقع السياسي لحكم الرئيس عبد الناصر، عن معالجتهم الواقع السياسي لحكم الرئيس السادات، حيث تمت معالجة حكم الرئيس عبد الناصر في ثلاثة وعشرين فيلماً، في مقابل تسعة أفلام للرئيس السادات، وقدمت السينما ثمانية أفلام عالجت العصرين معاً.

• اتسمت سياسية حكم الرئيس عبد الناصر بالسعي لمصلحة الوطن وبنفس القدر الفوضائية والعشوائية ثم القمع ثم الظلم ثم تحقيق المصالح الشخصية، ثم تساوت إقامة المشاريع القومية الداخلية مع تغييب القانون. في حين اتسمت سياسية حكم الرئيس السادات بالسعي لتحقيق مصلحة الوطن، ثم سيادة القانون، ثم محاولات التغيير للأفضل، ثم تحقيق المصالح الشخصية متساوية مع إقامة المشاريع القومية الداخلية والحرية والعدل.

• تفوقت الصورة الإيجابية للرئيسين عن الصورة السلبية، فظهر الرئيس عبد الناصر إجمالاً سواء بحقيقة شخصه أو مجسداً في ثمانية عشر فيلماً حمل عشرة منها اتجاهاً إيجابياً نحو الرئيس عبد الناصر، وحمل فيلمان اتجاهاً سلبياً صريحاً، في حين قدم أربعة أفلام الاتجاهين معاً السلبي والإيجابي من المحكومين، وفيلمان قدما اتجاهاً غير واضح نحو الرئيس، وظهر الرئيس السادات في أحد عشر فيلماً، حمل خمسة منها اتجاهاً إيجابياً، في حين حمل فيلمان اتجاهاً سلبياً صريحاً، وثلاثة أفلام تعتبر جمعت بين الاتجاهين في نظرة المحكومين للرئيس، وفيلمان قدما موقفاً غير واضح.

330/2

منار علي محمد احمد

العلاقة بين التعرض للإعلان التلفزيوني ومستوى تطلعات الأسرة في الريف المصري ، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

تهدف الدراسة إلى التعرف على نوع التطلع الذي يثيره الإعلان التلفزيوني، والتعرف على علاقة الإعلان التلفزيوني بمستوى تطلعات الأسرة الريفية، والوصول إلى حجم التطلعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي وصلت إليها الأسرة الريفية وأثر ذلك على رؤيتهم للحياة.

وقد طبقت الباحثة في هذه الدراسة منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني؛ حيث فرضت تحليل عدد من الإعلانات، واشتملت هذه العينة على عدد (689) إعلاناً على قناة MBC MASR وقناة النهار، وقناة CBC، وذلك على مدى ثلاثة أشهر خلال الفترة من (1) أغسطس (2015) وحتى (31) أكتوبر (2015)، ومن ثم قامت الباحثة بمسح عينة عمدية قوامها (150) أسرة ريفية مصرية تنقسم بالتساوي على محافظة المنوفية ومحافظة المنيا، مستخدمة في ذلك أدوات جمع البيانات، والتي تمثلت في صحيفة تحليل مضمون للدراسة التحليلية، واستمارة استبيان للدراسة الميدانية.

وقد كانت أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أوضحت النتائج أن القنوات الثلاث اتفقت على استخدام خصائص اجتماعية ونفسية مشتركة؛ حيث احتلت المرتبة الأولى خاصية التطلع فكانت قناة MBC MASR بنسبة (39.23%) وقناة النهار بنسبة (37.32%) وقناة CBC بنسبة (37.37%)، وأفادت نسبة (44.6%) من أفراد عينة الوجه البحري بأنهم محايدون لعبارة أن الإعلانات التلفزيونية أعلى من الامكانيات المادية، بينما توافق نسبة (77.85%) من أفراد عينة الوجه القبلي

على هذه العبارة، وأشارت أيضاً نسبة (74.85%) من أفراد عينة الوجه البحري بأنهم معارضين لعبارة إمكانية السفر عن طريق الهجرة غير الشرعية للعمل خارج مصر، بينما جاءت نسبة (42.6%) من أفراد عينة الوجه القبلي محايدة لهذه العبارة. كما توجد علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين حجم تعرض الأبناء للإعلانات التلفزيونية ومستوى تطلعاتهم لأنفسهم نحو (الارتقاء الوظيفي)، وأيضاً توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين حجم تعرض الآباء للإعلانات التلفزيونية ومستوى تطلعاتهم لأنفسهم نحو (الثراء، والارتقاء الوظيفي)، وتوجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين حجم تعرض الأمهات للإعلانات التلفزيونية ومستوى تطلعاتهم لأنفسهم نحو الثراء.

331/2

هاجر محمود حمد أبو زيد

العلاقة بين التعرض للدراما التلفزيونية التاريخية ومستوى المعرفة بالتاريخ الإسلامي لدى الجمهور، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

تتحدد مشكلة هذه الدراسة في التعرف على العلاقة بين التعرض للدراما التلفزيونية التاريخية ومستوى المعرفة بالتاريخ الإسلامي وأحداثه المختلفة وشخصه الذين لعبوا دوراً هاماً في قيام الحضارة الإسلامية. وتعتمد الدراسة على المنهج المسحي بشقيه الكمي والكيفي وتستخدم أدوات جمع البيانات التالية: تحليل المضمون لعينة الدراما التاريخية التي تتناول التاريخ الإسلامي. واستبيان ميداني للتعرف على الدور الذي تلعبه تلك الأعمال في تشكيل المستوى المعرفي لدى الجمهور حول أحداث

المعالجة الإخبارية لأحداث الثورة السورية
في الفضائيات الإخبارية العربية، رسالة
ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

استهدفت الدراسة دراسة أساليب التغطية
الخبرية لأحداث ثورة سوريا لطرح
مقارنة بين السياسة الإعلامية للقنوات
محل الدراسة تجاه أحداث الثورة للوقوف
على ملامح هذه المعالجة. واختارت
الدراسة عينة من القنوات تتحدد في
الفضائية السورية وقناة الجزيرة وقناة
العربية. واستخدمت الدراسة منهج المسح
وأسلوب المقارنة المنهجية وأداة تحليل
المضمون.

توصلت أبرز نتائج الدراسة إلى ما يلي:
تبين اهتمام القنوات الثلاث بوضع أخبار
الثورة السورية في شكل أخبار مركبة
اعتمدت على تقديم تفاصيل أكثر
وتفسيرات عن الأزمة.

اهتمت القنوات بتقديم مادة مصورة حية
أثناء تقديم أخبار الثورة السورية وكان
هناك اختلاف بين القنوات في الاعتماد
على مصادر الأخبار نظرًا لتنوع القنوات
في اعتمادها على مصدر معين حسب نمط
ملكيتها واختلاف أجندتها السياسية.
تفوقت الفضائية السورية على قناتي
العربية والجزيرة بخصوص المساحة
الزمنية لأخبار الثورة. وركزت القنوات
على عرض وجهة نظر واحدة فيما يتعلق
بالتوازن الإعلامي، حيث بلغت النسبة في
الفضائية السورية 50,2% ثم العربية
49,6% ثم الجزيرة 48,7%.

وشخص التاريخ الإسلامي. ثم مقابلات
متعمقة مع عدد من كتاب ومخرجي
الأعمال الدرامية التاريخية والنقاد،
للقوف على تجاربهم الشخصية في
هذه الأعمال، والمشكلات التي
واجهتهم، وكيفية تغلبهم عليها،
والتحديات التي تقف أمام إنتاج المزيد
من أعمال الدراما التاريخية.

وتوصلت الدراسة إلى ثبوت صحة
الفرض الأول بوجود توجد علاقة ارتباطية
دالة إحصائية بين كثافة التعرض للدراما
التلفزيونية التاريخية ومستوى المعرفة
بالتاريخ الإسلامي لدى الجمهور، كما ثبت
الفرض الثالث جزئيًا بوجود فروق ذات
دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة
في مستوى معرفتهم بالتاريخ الإسلامي
بحسب خصائصهم الديموغرافية، حيث تأثر
مستوى المبحوثين ببعض الخصائص وهي
النوع والسن والمستوى التعليمي، ولم تؤثر
خصائص أخرى كالمحافظة وبيئة السكن
والحالة الوظيفية.

- جاءت قنوات MBC، في مقدمة القنوات
التي تهتم بعرض المسلسلات التاريخية التي
تتناول التاريخ الإسلامي بنسبة 45%، تليها
القناة الأولى في المرتبة الثانية بنسبة
38.5%، وجاءت قناة النائل دراما في
المرتبة الثالثة بنسبة 35%، تليها القناة
الفضائية المصرية بنسبة 18.8%، ثم القناة
الثانية بنسبة 16.3%، وحصلت القنوات
الفضائية الخاصة على نسب أقل من حيث
درجة اهتمامها بعرض المسلسلات
التاريخية التي تتناول التاريخ الإسلامي،
فجد الحياة مسلسلات بنسبة 12.8%، تليها
النهار بنسبة 7.5%، ثم بانوراما دراما
بنسبة 4.5%، ودريم بنسبة 4%، وتذيلت
قناة «ماسبيرو زمان» الجدول بنسبة 1%.

دور البرامج الإخبارية فى القنوات الفضائية فى تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو تدعيم المشاركة السياسية فى مصر بعد ثورة 25 يناير 2011، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

أعتمدت الدراسة التحليلية على تحليل عينة من البرامج اليومية والتي تبث مباشرة على الهواء على مدار شهري الدراسة (ديسمبر 2013م- يناير 2014م)، وخلال الفترة المسائية والسهرة والتي تم تحديدها خلال الدراسة بداية من الفترة 6 مساء إلى 7 صباحاً، أي أن هذه البرامج تبث خلال ما يقال عنه فترة الذروة، وتعتمد على النقل الحي والمباشر في تناول القضايا تحقيقاً للمصداقية والموضوعية وتفعيل الثقة، خاصة أن القنوات الفضائية الخاصة تتوفر لها الإمكانيات العالية والاستعانة بتكنولوجيا شبكة الإنترنت في مقابل قنوات الإعلام الحكومي.

وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في: برنامج (آخر النهار، والذي يُبث في قناة النهار)، وبرنامج (هنا العاصمة، والذي يُبث في قناة CBC الفضائية)، وبرنامج (صالحة التحرير، والذي يبث في قناة صدى البلد)، وبرنامج (البلد اليوم، والذي يبث في قناة صدى البلد)، وبرنامج (الحياة اليوم، والذي يبث في قناة الحياة)، وبرنامج (الحياة الآن، والذي يبث في قناة الحياة)، وبرنامج (المشهد، والذي يبث في قناة النيل للأخبار) ونشرة الاخبار بالتلفزيون المصري.

وعن الدراسة الميدانية فقد تم تطبيقها على عينة من الجمهور المصري (400 مفردة) تزيد أعمارهم عن 18 عاماً، وذلك باستخدام استمارة استبيان هادفة لقياس مدى المشاركة السياسية لدى الجمهور المصري، خاصة في ظل معاصرة الدراسة وقت تطبيقها لحدث الانتخابات الرئاسية لعام 2014م.

-بلغ إجمالي القضايا السياسية الداخلية التي أثارها البرامج الحوارية 456 قضية سياسية، من بينهم 409 قضية متعلقة بالاستفتاء على الدستور، مما يدل على أن الأحداث السياسية الطارئة تشكل اهتمام الأجنحة الإعلامية في المقدمة مقابل تدني الاهتمام بالأحداث السياسية الداخلية أو الخارجية ولها علاقة بالشأن المصري، مما يكشف عن عدم وجود سياسية واضحة الملامح تحدد نسبة تغطية الأحداث الطارئة على الأحداث السياسية التي تنسم طبيعتها بالاستمرارية، كتغطية أداء الكيانات السياسية بالدولة وهو أمر مستمر، والذي من المفترض أن يكون له سياسة واضحة تمثل التنقيب المستمر عن أدائهم وتغطيته لأجل إعلام المواطن بالتطورات الجديدة والتغير الإيجابي أو السلبي في الأداء لهذه الكيانات .

334/2

مها محمد دسوقي سالم

دور التلفزيون فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو ثقافة الاحتجاج والتظاهر، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

تتنمى الدراسة إلى جملة الدراسات التي تتناول التأثير الإعلامى من خلال التعرف على دور القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية المتمثلة فى (القناة الأولى) والخاصة المتمثلة فى (قناة القناة الأولى والخاصة المتمثلة فى قناة سى بى سى -قناة النهار)، فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو ثقافة الاحتجاج والتظاهر، ورصد وتحليل القضايا التي تمثل محور الاحتجاج والتظاهر التي تقدمها برامج القنوات التلفزيونية "عينة الدراسة" وهى برنامج (اتجاهات) على القناة الأولى، وبرنامج (هنا العاصمة) على قناة سى بى سى وبرنامج (آخر النهار) على قناة النهار، والتعرف أيضاً على مدى مشاركة الجمهور المصرى فى حركات الاحتجاج

والتظاهر، الذى يكون دافعه المشاركة السياسية والتعبير عن رأى تجاه الأحداث الجارية والقضايا القومية. وهى دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح بالعينة؛ وذلك من خلال مسح مضمون عينة من البرامج (الحكومية والخاصة) التى شملت (3) برامج وهما برنامج (اتجاهات) على القناة الأولى الحكومية وبرنامجى (هنا العاصمة) و(آخر النهار) على القنوات الخاصة cbc والنهار، وذلك خلال الفترة الزمنية من 1-12-2014م إلى 1-3-2015م. وكذلك تم مسح عينة من الجمهور المصرى من سن 18 سنة فأكثر وذلك من محافظتى القاهرة والجيزة، بواقع 420 فى الفترة من 1-7-2015 إلى 1-8-2015. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: - القضايا الأمنية المتعلقة بالإحتجاج والتظاهر جاءت فى الترتيب الأول من بين القضايا المتعلقة بالإحتجاج والتظاهر فى البرامج الثلاثة "عينة الدراسة" مثل قضايا (العنف والإنفلات الأمنى) والثورات وشغب الجامعات. - جاء تبني الاتجاه (السلبى) فى معالجة قضايا الإحتجاج والتظاهر فى البرامج التلفزيونية.

الدراسة على منهج المسح بالعينة للأطفال وأولياء الأمور. وطبقت الدراسة على عينة قوامها 300 مبحوثاً من مرحلة الطفولة من سن 9 : 12 وكذلك 300 مبحوثاً من أولياء الأمور الصالح منها للتطبيق هو 290 مبحوث على الأطفال منها 166 على المدارس الحكومية و124 على المدارس الخاصة و279 على أولياء الأمور، واستخدمت الدراسة فى ضوء نظرية التعلم الاجتماعي. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين معدل التعرض لبرامج الأطفال وإكتساب مهارة المرونة حيث قيمة معامل الارتباط برسون 0.04 ومستوى المعنوية = 0.131 ووجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين التعرض لبرامج الأطفال التلفزيونية وإكتساب الطفل لمهارة الأصالة فى التفكير حيث وجد قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.091 ومستوى المعنوية = 0.131

338/2

نورا فتحي محمد السيد

البرامج الخدمية فى إذاعة وسط الدلتا وإذاعة القناة ومدى تلبية احتياجات لاحتياجات المجتمع المحلي، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

اول البحث موضوع البرامج الخدمية في إذاعة وسط الدلتا والقناة مستهدفا إستطلاع آراء مستمعي الإذاعتين محل الدراسة للتعرف علي درجة اعتمادهم علي البرامج الخدمية للحصول علي المعلومات ومدى قدرة هذه البرامج علي الوفاء باحتياجات أفراد المجتمع المحلي . اعتمدت الباحثة في جمع البيانات علي

336/2

أمانى محمود ياسين عنانى

دور برامج الأطفال التلفزيونية فى تدعيم مفهوم التفكير الإبتكارى للطفل المصرى، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

تهدف الدراسة إلى التعرف على معدل تعرض الأطفال للبرامج وعلاقتها بتدعيم الابتكار والتفكير لديهم وتحديد أهم المضامين التي تقدمها برامج الأطفال التي تستحوذ على إهتمامات الجمهور عينة الدراسة ومعرفة عوامل الجذب وإثارة الانتباه في برامج الأطفال. وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية واعتمدت

أداتين الأولى: استمارة الإستقصاء، طبقت على عينة قوامها 400 من مستمعي الإذاعتين محل الدراسة بواقع 200 مفردة من مستمعي كل إذاعة، والثانية: المقابلة المتعمقة مع كلا من المدير العام لإذاعة وسط الدلتا والمدير العام لإذاعة القناة وقد خلصت الدراسة من خلال التنقيب في الجوانب النظرية للإذاعات المحلية بتحديد مفهوماً لها بما يتوافق مع الاتجاهات المختلفة في إدارتها وتشغيلها وتعريفها، كما استطاعت الدراسة وضع بعض ملامح الإذاعة الإقليمية في مصر من حيث السياسة المتبعة في العمل والإدارة، أهميتها وأهم المشكلات والتحديات التي تواجهها، ومستقبلها في ظل التطور الهائل في أنظمة العمل المتبعة في عمل الإذاعات المحلية على صعيد العالم. وتوصلت الدراسة إلى أن جمهور الإذاعات الإقليمية ضعيف الاستماع إليها، وذلك لكتلتا الإذاعتين محل الدراسة، حيث بلغت نسبة من يستمعون إلى إذاعة وسط الدلتا بصورة دائمة أدناها، فضلاً عن عدم انتظامهم في الاستماع إليها، كما عثرت الغالبية من مستمعي إذاعة القناة على عدم الانتظام في الاستماع إلى برامج الإذاعة المحلية، وذلك إنما يكون بين الحين والآخر، وكذلك عثرت مفردات العينة من مستمعي الإذاعتين على انخفاض معدل استماعهم اليومي إلى الإذاعة الإقليمية والذي يكاد يكون منعدم.

339/2

لوجين محمد متولى عفيفي

الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

تناول البحث موضوع الشائعات على الفيسبوك وعلاقتها بالاتجاهات السياسية للشباب المصري واستهدف أولاً تحليل محتوى الشائعات للتعرف على أهدافها وأشكالها ومصادرها ووسائل دحضها واستهدف ثانياً إستطلاع آراء الشباب للتعرف على عوامل انتشارها، والعلاقة بين استخدام التفكير الناقد وقبولهم للشائعات والعلاقة بين قبول الشائعات واتجاهاتهم السياسية. تضمن البحث دراستين الأولى تحليلية استخدمت استمارة تحليل مضمون وقامت بتحليل 95 شائعة على صفحة (ده بجد) والثانية ميدانية استخدمت استمارة استبيان طبقت على عينة من 400 من الذكور والإناث وأظهرت النتائج أن صفحات الفيسبوك أهم مصدر للشائعات، والشائعات السياسية أهم أشكالها، والتضليل والتشويه أهم أهداف مروجي الشائعات، وكانت العلاقة بين الاتجاه السياسي وقبول الشائعات طردية قوية لتؤكد على أن الشباب عينة البحث يزداد ميلهم لقبول الشائعات التي تتوافق مع معتقداتهم وانتماءاتهم واتجاهاتهم السياسية

341/2

مونیکا مشيل صفا جاب الله

الصورة الإعلامية لمسئولي الحكومة على مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على صورتهم الذهنية لدى الشباب، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

يتناول البحث دراسة الصورة الإعلامية لمسئولي الحكومة على مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على صورتهم الذهنية لدى الشباب مستهدفاً الكشف عن طبيعة الصورة الإعلامية لمسئولي الحكومة على مواقع التواصل الاجتماعي والتعرف

على الصورة الذهنية لمسئولي الحكومة لدى الشباب نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي. واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت في جمع البيانات أداتين : إستمارة تحليل المضمون و إستمارة استبيان. و قد إنتهت الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة حيث احتلت قضايا النظام السياسي النسبة الأكبر من بين المواضيع السياسية المنشورة وأيضاً الأخبار النصية ذات الإتجاه سلبى جاءت في مقدمة المنشورات السياسية على صفحات العينة . كما احتلت التعليقات ذات الإتجاه السلبى المقدمة و جاءت اللغة العربية العامية في المرتبة الأولى على لغة التعليقات. وأظهرت نتائج الدراسة أن الشباب يستخدمون موقع الفيسبوك من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة كبيرة وأن الأوقات التي يكثر فيها استخدام موقع الفيسبوك هي أثناء الدراسة. كما أشارت نتائج الدراسة إلى غلبة الدوافع الطقوسية على الدوافع النفعية. كما أن التأثيرات المعرفية جاءت في المرتبة الأولى من حيث التأثيرات السياسية لاستخدام موقع الفيسبوك على الشباب و أيضاً غلبة بُعد النافذة السحرية على باقي أبعاد واقعية مضمون الصفحات السياسية على موقع الفيسبوك. كما أظهرت نتائج الدراسة أن معظم الشباب يرون السلبية فيما يطرحه موقع الفيسبوك عن مسئولى الحكومة المصرية بنسبة كبيرة و إن من أكثر الشخصيات تأثيراً في تكوين رأي الشباب نحو مسئولى الحكومة المصرية هم الإعلاميون.

342/2

ندى أحمد حسن السودانى
علاقة الجمهور المصرى بالبرامج الاجتماعية ودورها فى نشر فكرة التكامل الاجتماعى، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة الجمهور المصرى بالبرامج الاجتماعية الإنسانية ودوافع مشاهدته لها ومدى ثقته فيها ومدى دورها فى نشر ثقافة التكافل الاجتماعى ومعرفة رأي الجمهور تجاه نوعية وواقعية المشكلات التى تطرحها البرامج الاجتماعية الإنسانية و فى أسلوب عرضها وتأثير تعرض الجمهور للقضايا والمشكلات الاجتماعية التى تطرحها البرامج الاجتماعية على الوعي الاجتماعى للجمهور وعلى تبنيه لقضية التكافل الاجتماعى بالإضافة الى التعرف على مقترحات الجمهور تجاه هذه النوعية من البرامج وتقييمه لها، تكونت عينة الدراسة الميدانية من عينة عشوائية من القاهرة الكبرى (القاهرة- القليوبية- الجيزة) وقوام هذه العينة 400 مفردة. وتم استخدام "المنهج المسحي بشقه الوصفي باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع الدراسة ويتم ذلك من خلال مسح الجمهور للتعرف على علاقة الجمهور بالبرامج الاجتماعية الإنسانية ودورها فى دعم إقبال الجمهور على التكافل الاجتماعى كما تم استخدام نظرية المسؤولية الاجتماعية ومدخل التسويق الاجتماعى كإطار نظرى للدراسة لاختبار فروض الدراسة

343/2

إنجى بهجت جمال لبيب

صورة رجل القضاء فى الدراما المعروضة بال قنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعى، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

والإيرانية في قناة روسيا اليوم وبي بي سي والعربية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

تتلخص مشكلة الدراسة في رصد وتحليل التوجهات السياسية حيال القضايا العربية والإيرانية في قناة بي بي سي العربية وقناة روسيا اليوم و هذا الرصد والتحليل يلقي الضوء على تساؤل أساسي وهو : إلى أي حد تعبر أساليب الممارسة الإعلامية لهاتين القناتين عن التناقض السياسي في توجهات القوى الموجهة لها، وهل تأخذ تلك الممارسات الإعلامية منحى معيناً بشأن القضايا العربية والإيرانية وتتلخص أهداف الدراسة في : رصد وتحليل خصائص المعالجة الإخبارية للشئون الإيرانية والعربية في كلاً من قناة بي بي سي العربية وقناة روسيا اليوم دراسة مدى التزام كلا القناتين بمبدأ التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة ومدى الالتزام بالحيادية، تحليل الأطر المقدمة في التغطية الإخبارية للقضايا العربية والإيرانية وتحديد مدى انعكاس سياسات الدول الباتة على السياسات الإعلامية لقنواتها الموجهة واعتمدت الدراسة على نظرية تحليل الأطر الإخبارية وقام الباحث بتحليل عينة عمدية قوامها 120 نشرة إخبارية موزعة على القناتين على مدار شهرين متتابعين في الفترة من 18 يونيو حتى 18 أغسطس عام 2013 لتغطية قضايا معينة مثل أحداث 30 يونيو بمصر والانتخابات الرئاسية الإيرانية والأزمة السورية وقضية فلسطين وتصاعد أعمال العنف في العراق والاضطراب السياسي في البحرين وخلصت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: -أظهرت الدراسة غلبة الاخبار السياسية والعسكرية والأمنية على عينة الدراسة في قناتي بي بي سي العربية وروسيا اليوم. -عمدت كلا القناتين لاستخدام إطار الصراع بشكل مكثف في معالجة القضايا العربية والإيرانية تلاه استخدام

تهدف الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على ملامح الصورة الإعلامية لرجل القضاء التي تقدمها المسلسلات التلفزيونية والإفلام السينمائية في القنوات الفضائية عينة الدراسة ورصد ملامح الصورة الذهنية لرجل القضاء التي تكونت لدى الشباب الجامعي من خلال التعرض للمسلسلات التلفزيونية والأفلام السينمائية عينة الدراسة وتوصلت الدراسة إلى: -بينت الدراسة أهم السمات الجسدية لرجل القضاء في الأعمال الدرامية عينة الدراسة التحليلية وفقاً لنوع العمل الدرامي، حيث جاء في الترتيب الأول ذو وجه عابس. ثم جاء في الترتيب الثاني يرتدى ملابس رسمية . وجاء في الترتيب الثالث وجهه به علامات الصرامة . وجاء في الترتيب الرابع وجهه ذو ملامح . وجاء في الترتيب الخامس غالباً ما يرتدى ملابس راقية المستوى . وتعكس هذه النتيجة الملامح الجسدية الجدية التي يظهر بها رجال القضاء بالدراما التلفزيونية واهتمام الأفلام السينمائية والمسلسلات التلفزيونية بتبني لغة الجسد الأكثر صرامة وقوة في تصوير تلك الشخصيات التي تتمتع ببعض تلك السمات في الواقع الفعلي. -بينت النتائج أهم السمات الشخصية لرجل القضاء في الأعمال الدرامية عينة الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول يتمتع بعزة النفس والكرامة وجاء في الترتيب الثاني ذو هيبه ، وجاء في الترتيب الثالث يتمتع بالاحترام والتبجيل، وجاء في الترتيب الرابع يتمتع بالوقار، وجاء في الترتيب الخامس يتمتع بالصدق.

344/2

أحمد سعيد جاد الله

المعالجة الإخبارية للشئون العربية

إطار الاحتجاج ثم إطار التعاون تلاه إطار المسؤولية.

السنية بشكل دائم، في مقابل نسبة 3.6% يستخدمون المواقع الإلكترونية الشيعية بشكل دائم.

2- تصدرت قضية (المعاملات - العلاقات الأسرية) قائمة القضايا التي ركز عليها موقع إسلام ويب خلال فترة الدراسة بالتساوي بنسبة (24.7%) .

3- جاءت قضية المعاملات على رأس قائمة القضايا التي ركز عليها موقع إسلام أون لاين خلال فترة الدراسة بنسبة (25.4%).

4- تصدرت قضية الخلاف بين السنة والشيعية المرتبة الأولى التي ركز عليها موقع الأبحاث العقائدية بنسبة (23.5%) وتحتل قضية العلاقات الأسرية المرتبة الثانية بنسبة (13.6%).

5- تصدرت قضية الخلاف بين السنة والشيعية المرتبة الأولى التي ركز عليها موقع موسوعة أسئلة الشيعة لأهل السنة بنسبة (19.8%).

346/2

سارة فوزى أحمد مصطفى

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو التمكين السياسي للمرأة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

تناولت الدراسة ثلاثة متغيرات هي (مواقع التواصل الاجتماعي، النوع، مستوى التدين) لبحث تأثير كل منها على تشكيل اتجاه مستخدمي مواقع التواصل من الشباب الجامعي المصري نحو قضية التمكين السياسي للمرأة، وتوصلت الدراسة الميدانية إلى عدة نتائج أهمها: قوة تأثير متغير النوع عن غيره من المتغيرات على اتجاه المبحوثين نحو قضية التمكين السياسي للمرأة، مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة من حيث اتجاههم نحو

345/2

صلاح فتحى محمد

تعرض الشباب المصري للمواقع الإسلامية وعلاقتها بترتيب أولويات القضايا المجتمعية لديهم، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

استهدفت الدراسة : رصد وقياس استخدامات الشباب المصري للمواقع الإلكترونية الإسلامية، ودور تلك المواقع في تشكيل أولويات الاهتمام لديهم بشأن القضايا المجتمعية المهمة وبخاصة الدينية منها، فضلاً عن التعرف على الوزن النسبي لأدوار كل من المواقع السنية والشيعية في وضع أجندة القضايا الدينية المعاصرة لدى الشباب المصري، وكذلك رصد مدى تأثير الشباب المصري- الذي يدين بالمذهب السني- ببعض الأطروحات الفكرية الشيعية التي تبتعد عن صحيح تعاليم الدين الإسلامي وذلك في ضوء قياس تأثيرات المتغيرات الوسيطة، في إطار فروض نظرية ترتيب الأولويات كإطار نظري للدراسة ، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي واستمارة الاستبيان وتحليل المضمون ، واستندت الدراسة في جمع البيانات على عينة متاحة قوامها 500 مفردة من مستخدمي المواقع الإسلامية الإلكترونية من ساكني محافظة القاهرة والجيزة والشرقية ، ممثلين للشباب المصري من 18- إلى 35 عاماً بمختلف فئاته الاقتصادية والتعليمية والاجتماعية. أهم النتائج التطبيقية التي تم التوصل إليها:

1- أن نسبة 52.8% من الشباب بعينة الدراسة يستخدمون المواقع الإلكترونية

القضية، ومن حيث احتمالية القيام بسلوك تصحيحي داعم للقضية عبر الإنترنت أو في الواقع الفعلي لصالح الإنانث. كما أظهرت نتائج الدراسة الكيفية رفض الذكور لتولي المرأة المناصب السياسية والقيادية العليا رغم إيمانهم بأهمية حصول المرأة على حقوقها السياسية، أما عن تأثير الدين على مستوى تشكيل الاتجاه، فقد أظهرت نتائج الدراستين الميدانية والكيفية أن الدين لا يعارض حقوق المرأة السياسية ولكن الذكور يستغلون الدين لقمع المرأة بأي شكل، كذلك أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض الفرد لقضية التمكين السياسي للمرأة عبر مواقع التواصل من ناحية وإدراك الفرد لتأثير هذه المواقع على تشكيل الاتجاه نحو القضية وإدراك الفرد لأهمية القضية وزيادة اهتمامه بها من ناحية أخرى. كما أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه الفرد نحو القضية، والاتجاه السائد بين أغلبية مستخدمي مواقع التواصل نحو نفس القضية كما يدركه الفرد أي (بروز ظاهرة الإدراك الانعكاسي).

347/2

آية محمد على محمد على

التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

استهدفت الدراسة التعرف على علاقة حجم التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" و"تويتر" بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري، وكذلك تأثير بعض المتغير الوسيطة على شدة العلاقة بين المتغيرين، وتشمل المتغيرات

الوسيط: المتغيرات السياسية المتمثلة في: (الاهتمام السياسي، والمعرفة السياسية، والمشاركة السياسية التقليدية وغير التقليدية والمشاركة عبر الفيس بوك، والكفاءة السياسية الداخلية والخارجية، والاتجاه نحو القضية المسيطرة)، وكذلك المتغيرات الديموغرافية المتمثلة في: (النوع - السن - المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي الاقتصادي-الديانة)، ومتغير جدارة الآخرين بالثقة وقد توصلت النتائج إلى أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية ومستوى الثقة السياسية لدى أفراد العينة، بينما لم توجد علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الثقة السياسية لدى المبحوثين.

349/2

منى ياسر سليمان

استخدام الشباب المصري للصفحات الرسمية للمنظمات غير الحكومية على الفيس بوك وعلاقته بالمشاركة المجتمعية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

استهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب للصفحات الرسمية للمنظمات غير الحكومية على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك وعلاقة ذلك الاستخدام بمشاركتهم المجتمعية مع هذه المنظمات سواء بالتبرع أو التطوع، كما حاولت الدراسة التعرف على تأثير بعض المتغيرات التي يمكن أن تتوسط هذه العلاقة وهي سمات الشخصية والنوع والثقة في المنظمات غير الحكومية. اعتمدت الدراسة على منهج المسح بأدواته المختلفة؛ فاستخدمت الاستبيان على عينة قوامها 400 مفردة من الشباب المصري في الإسكندرية والقاهرة، وتحليل المضمون لصفحتين من صفحات المنظمات غير الحكومية على

الفيش بوك وهي صفحة جمعية رسالة وصفحة 57357 وذلك لمدة ثلاثة أشهر (يناير وفبراير ومارس 2017) إلى جانب استخدام أسلوب المقابلة الشخصية المقننة مع مسئولة صفحة جمعية رسالة على الفيس بوك.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من بينها؛ وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة بين اهتمام الشباب بالقضايا المجتمعية التي تتبناها المنظمات غير الحكومية ومشاركتهم مع هذه المنظمات، كما وجدت الدراسة علاقة ارتباط ضعيفة بين سمة الانفتاح لتجارب جديدة ومشاركة الشباب المجتمعية في حين لم تجد علاقة بين سمة الانبساط والمشاركة.

-العوامل التي تستخدمها صفحات المنظمات غير الحكومية ويكون لها دور في زيادة ثقة المستخدمين، وجاء استخدام الصفحات للصور والفيديوهات التي تعرض فيها المنظمات الأنشطة التي تقوم بها في الترتيب الأول بنسبة 28.3%.

350/2

علياء عبد الخالق محمد قمر

تأثير القنوات الفضائية على اتجاهات الناخب المصري (بالتطبيق على الاستفتاء على الدستور الجديد)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

قامت الدراسة برصد وتحليل أطر واتجاهات التغطية الإعلامية للاستفتاء على الدستور ببرامج الرأي الفضائية، فضلاً عن قياس مدى تأثير هذه التغطية الإعلامية في المعارف والاتجاهات والسلوكيات السياسية للناخبين المصريين خلال الاستفتاء على الدستور المصري لعام 2014، وذلك بالاعتماد على نظرية الأطر الإعلامية

والدمج بين التحليلين الكمي والكيفي، حيث قامت الدراسة بإجراء تحليل المضمون جنباً إلى جنب مع تحليل الخطاب المقدم بخمسة برامج رأي مصرية وعربية من البرامج التي تؤيد الدستور، وتلك التي تعارضه، وذلك عبر الحصر الشامل لجميع الحلقات التي تناولت موضوع الدستور بشكل مباشر أو غير مباشر خلال الفترة منذ يوم التصويت الختامي على المسودة النهائية للدستور (1-12-2013) وحتى اليوم الأول للاستفتاء عليه (14-1-2014)، وقد شملت العينة التحليلية برامج: "جملة مفيدة"، "يحدث في مصر"، "هنا العاصمة"، "المشهد المصري"، وفقرات قناة أحرار 25، كما قامت الدراسة أيضاً بإجراء استقصاء بالمقابلة، مع تدوين أبرز ما تم الخروج به في بطاقة ملاحظة ميدانية، وذلك على عينة قوامها 658 مبحوثاً، تم جمعهم من عددٍ من المناطق الجغرافية المختلفة بإقليم القاهرة الكبرى- والذي يشمل محافظات: القاهرة والجيزة والقليوبية- على النحو الذي يتناسب مع المساحة والكثافة السكانية لكل محافظة.

وقد انتهت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض المبحوث لموضوع الدستور ببرامج الرأي وكل من: (مستوى المعرفة السياسية لديه بشأن الدستور، اتجاهه نحو الدستور، سلوكه السياسي في الاستفتاء على الدستور)، فضلاً عن وجود تأثير للتوجه الأيديولوجي لبرامج الرأي في كل من: (اتجاه المبحوث نحو الدستور، سلوكه السياسي في الاستفتاء على الدستور). وعلى المستوى الكيفي، رصدت الدراسة تشابهاً كبيراً بين الأطر الإعلامية التي قامت برامج كل اتجاه (مؤيد/ معارض) بتأطير الدستور في سياقها، والأطر الفردية بشأنه لدى المبحوثين مشاهدي برامج ذات الاتجاه، كما أبرز التحليل الكيفي تشابهاً كبيراً أيضاً بين

ما رددته برامج كل اتجاه من كلمات وعبارات محورية بشأنه من جانب وبين ما رددته مُشاهدوها من كلمات وعبارات محورية بشأن الدستور من الجانب الآخر.

351/2

أمل جمال حسن عبد العظيم

استخدامات الصفوة السياسية المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي: الفيسبوك، تويتر، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

تهدف الدراسة إلى رصد استخدامات الصفوة السياسية المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك، وتويتر)، وفي سبيل تحقيق ذلك قامت الباحثة بإجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها 200 مفردة من أعضاء الصفوة السياسية المصرية مقسمة إلى: 100 مفردة من أعضاء البرلمان المصري (الصفوة الحاكمة)، 100 مفردة من أعضاء الأحزاب السياسية الممثلة لمختلف الاتجاهات والانتماءات السياسية و الحزبية (الصفوة غير الحاكمة). أهم النتائج التطبيقية التي تم التوصل إليها: 82% من أعضاء الصفوة السياسية المصرية عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، مقابل 18% فقط لا يستخدمونها، وأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لديهم "موقع الفيس بوك" ثم "موقع يوتيوب"، و ثالثاً "موقع تويتر"، وجاء في المركز الرابع "موقع إنستجرام"، وأخيراً "موقع مايستري". أبرز دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى أعضاء الصفوة السياسية المصرية عينة الدراسة هو "معرفة ما يدور في أذهان

الناس و آرائهم و تعليقاتهم على مختلف القضايا و الموضوعات". 53.7% من أعضاء الصفوة السياسية المصرية موافق جداً أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في الدعاية للحملة الانتخابية الخاصة بهم أو للحزب التابع له، مقابل 5.5% معارض. أبرز مقترحات التقليل من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء الصفوة السياسية المصرية عينة الدراسة هو "ضرورة وجود قوانين يمكنها فرض ضوابط على الممارسات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

352/2

منة الله حسين مأمون حسين

تغطية القنوات الفضائية الموجهة بالعربية للقضايا الداخلية والخارجية المصرية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

تنتمي هذه الدراسة إلى جملة الدراسات التي تناولت تأثير الإعلام الغربي الموجه؛ حيث سعت الدراسة إلى تناول التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية الموجهة بالعربية، وخاصة النشرات الإخبارية و البرامج المعروضة في تلك القنوات للقضايا المصرية، و اتجاهات الجمهور المتابع لتلك القنوات نحو هذه القضايا. واعتمدت الدراسة على نظرية الأطر الإخبارية، كما تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بشقيه التحليلي و الميداني، من خلال مسح المضمون المقدم لعينة مكونة من النشرات المذاعة بداية من 23/5/2014 إلى 21/6/2014، بواقع (30) نشرة من كل قناة إجمالي (120) نشرة بقنوات بي بي سي العربية، و فرانس 24، و روسيا اليوم، و الحرة الأمريكية. كما تم تحليل عينة من البرامج الإخبارية التي تم

تسجيلها خلال الفترة الزمنية نفسها لتسجيل النشرات، إلى جانب مسح عينة عمدية من الجمهور المصري بمحافظة القاهرة الكبرى (القاهرة - الجيزة - القليوبية)، بواقع (400) مبحوث من الجمهور البالغ 18 عامًا فأكثر من مشاهدى القنوات الفضائية الموجهة بالعربية. و لقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، ومنها: جاءت الأخبار المتعلقة بالقضايا الداخلية المصرية فى مقدمة الأخبار المذاعة عن مصر مما يوضح الاهتمام بمتابعة الأوضاع الداخلية المصرية بشكل أكبر من متابعة القضايا الخارجية المصرية. جاءت القضايا السياسية المعروضة بالبرامج عينة الدراسة بنسبة 89.5% من إجمالى الحلقات المتعلقة بمصر، كما ظهرت القضايا الاجتماعية و الاقتصادية بنسبة 5.3%. وجود اتفاق بين قنوات الدراسة فى الأطر المهيمنة المستخدمة فى عرض الأخبار المصرية.

353/2

ريم الجابرى أحمد العزب

العلاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) ومستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

يعد موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أكثر المواقع التى تحظى بزيادة عددية هائلة فى أعداد مستخدميها سنوياً وبمرور الوقت توغل موقع تويتر فى المجال السياسي ليصبح من أكثر المواقع التى يحرص قادة العالم على التواصل مع الجماهير من خلالها، وعند قيام الثورات العربية قدم موقع تويتر نفسه كأحد الوسائل الاتصالية الفعالة التى استخدمها الأفراد للتنظيم والحشد. وفى ضوء اسهامات موقع تويتر فى مجال

الاتصال السياسي سعت الدراسة الحالية إلى دراسة العلاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي تويتر ومستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري حيث قامت الدراسة على فرض رئيسي وهو وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام موقع تويتر ومستوى الوعي السياسي للشباب وهو ما يفترض التأثير المتبادل بين المتغيرين، حيث تؤثر درجة تعرض الفرد على مستوى الوعي الخاص به وفى ظروف أخرى من الممكن أن يتحكم مستوى الوعي السياسي للفرد فى درجة التعرض. واستعانت الدراسة بنموذج زيللر "التلقى- القبول- العينة" كإطار نظرى للدراسة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة عمدية قوامها 400 مفردة من مستخدمى موقع تويتر من الشباب المصري من 18- 35 سنة، عن طريق استمارة استبيان صممت وفقاً لمتغيرات الدراسة. وانتهت نتائج الدراسة إلى رفض الفرض الرئيسي القائل بالعلاقة الارتباطية الطردية بين متغيري كثافة الاستخدام والوعي السياسي، بالإضافة إلى الفرض الخاص بالتأثير المتبادل بين المتغيرين وهو ما يدفعنا لاستخلاص أن النتائج الخاصة بكل دراسة تتأثر وتختلف باختلاف ظروف إجرائها والإطار الزمنى والمكانى وأيضاً بطبيعة العينة المختارة، فعلى الرغم من ارتفاع معدلات استخدام موقع تويتر وارتفاع مستوى الوعي السياسي لدى أفراد العينة لم يثبت وجود أى ارتباط بين المتغيرين وهو ما يرجع لأسباب عديدة خاصة بالدراسة، كالعينة المدروسة، وتوقيت تطبيق الدراسة، أو أسباب خاصة بالتطور التكنولوجى الكبير والذى صاحبه تعدد فى قنوات الاتصال والمعلومات التى تنتوع فى ما تقدمه من خصائص وخدمات كما تختلف فى الانتشار والتأثير.

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة السياسية لدى الشباب ذوى الاحتياجات الخاصة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

الشخصيات الدرامية التليفزيونية المؤثرة فى تشكيل سلوك الشباب المصرى، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

استهدفت الدراسة التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي فى تنمية المشاركة السياسية للشباب ذوى الاحتياجات الخاصة حيث تحل تلك الشبكات أهمية بالغة لدى مستخدميها للتواصل مع الآخرين والحصول على المعلومات السياسية وتبادل المعرفة وتحقيق الدعم الاجتماعى والعاطفى والحفاظ على العلاقات وال صداقات وتحقيق التعاون بين الأفراد لحل المشكلات وتبنى سلوكيات معينة وتحقيق المشاركة السياسية الواقعية و الافتراضية. وقد استخدمت هذه الدراسة منهج المسح واعتمدت على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات على عينة قوامها 240 مفردة من الشباب ذوى الاحتياجات الخاصة، وقد تم سحب العينة من مناطق مختلفة بمدينة القاهرة، و مدينة الجيزة، و مدينة الإسكندرية، بحيث تمثل العينة كافة المناطق فى هذه المدن الثلاث. روعى فى اختيار العينة ضوابط محددة تتمثل فى أن يكونوا من الشباب من الجنسين ذوى الإعاقة ممن تتراوح أعمارهم ما بين (18) إلى (35) سنة، و أن يكونوا من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعى و لا يقل تعليمهم عن مؤهل متوسط. روعى كذلك أن تضم العينة مفردات متقاربة العدد من حيث نوعية الإعاقة (سمعية، بصرية، جسدية) و أن تضم العينة مفردات متنوعة من حيث الحالة الاجتماعية، التعليم، العمل، المستوى الاقتصادى الاجتماعى. و قد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: ارتفاع معدل تعرض الشباب ذوى الاحتياجات الخاصة لشبكات التواصل

من أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة:

- هناك ارتفاع في مستويات الثقة بالنفس وتأكيد الذات في مرحلتي البلوغ والشيخوخة.
- ارتفاع نسبة الثقة بالذات في مرحلة الشيخوخة نظراً لرغبة المسنين في إثبات أنفسهم وأنهم قادرين على التفاعل عبر مواقع التواصل وأنهم مازالوا أحياء زقادرين على العطاء.

358/2

أميرة إسماعيل خالد إسماعيل

دوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

استهدفت هذه الدراسة الكشف عن دوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، و استخلاص الإشباع المتحققة من هذا الاستخدام، و ذلك بالتطبيق على موقعي الفيس بوك و تويتر، هذا بالإضافة إلى معرفة رأى الجمهور المصري فى مدى كفاءة و ثراء مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لنقل المعلومات، و ذلك من خلال نظريتي (الاستخدامات و الإشباع، الثراء الإعلامى)، و قد تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من مستخدمى إحدى مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، و تويتر)، و بلغ حجم العينة 400 مبحوث، و قد تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات. و انتهت الدراسة إلى نتائج، أهمها: جميع أفراد عينة الدراسة تستخدم موقع الفيس بوك، فى حين أن 18% فقط من عينة الدراسة تستخدم موقع تويتر. أغلب عينة الدراسة تستخدم الفيس بوك بمعدل مرتفع، فى حين أن أغلب عينة مستخدمى تويتر تستخدمه بمعدل منخفض. جاء دافع "معرفة ما يدور حولى من أحداث فى جميع أنحاء العالم" فى مقدمة الأسباب التى اختارها المبحوثون لاستخدام الفيس بوك و ذلك بوزن نسبى 83.3%، و جاء أيضا فى

أظهر تحليـل مضـمـون المسلسلات التليفزيونية المصرية أن تلك المسلسلات تقدم بعض القيم و المبادئ المغلوطة، و التى تتعارض مع القيم الدينية و الأخلاقية، و ذلك من خلال شخصيات درامية إيجابية يحبها الشباب و يتعاطف معها، حيث ظهر ما يلى: تفوق السمات السلبية للشخصيات على السمات الإيجابية، و وجد أن النسبة الأكبر من السمات السلبية قد قدمت من خلال نماذج إيجابية.

أن النسبة الأكبر من الشخصيات التى تناولت المواد المخدرة، و التى استخدمت العنف قد جاءت فى أدوار إيجابية، و كذلك وجد أن استخدام الألفاظ الأجنبية، و ألفاظ السب، و الألفاظ الشبابية، قد جاء من قبل شخصيات إيجابية بنسبة أكبر.

357/2

مارينا إبراهيم ميخائيل

تأثير مجموعات الفيسبوك على تفاعلية أعضائها فى العالم الواقى (رسالة باللغة الإنجليزية)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

استهدفت الدراسة البحث فى تأثير مجموعات الفيسبوك على تفاعلية أعضائها فى العالم الواقى من خلال قياس مدى ثقة أعضاء تلك المجموعات بأنفسهم وتأكيدهم لذاتهم، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية عددها 410 عضو من خلال استخدام الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات. واستخدمت الدراسة نظرية الهوية الاجتماعية كإطار نظري لها.

وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى:

- وجود علاقة ارتباطية بين مستوى استخدام الفيسبوك وتأكيد الأعضاء لذاتهم فى العالم الواقى.
- لا توجد علاقة ارتباطية بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين وخاصة النوع وكل من كثافة الاستخدام ومستوى التفاعل.

مقدمة أسباب استخدام عينة تويتر له بوزن نسبي 14.5%. جاء إشباع "يسهل لي التواصل الاجتماعي مع الآخرين" في مقدمة الإشباع التي يحققها المبحوثون من استخدام الفيس بوك و ذلك بوزن نسبي 84%، و جاء إشباع "أنه يجعلني أشعر بالقرب من الشخصيات العامة حيث أنهم متواجدون معي على نفس المنصة" في مقدمة الإشباع التي تحققها عينة مستخدمي تويتر منه و ذلك بوزن نسبي 13.2 في المائة.

359/2

جيهان عبد الحميد عبد العزيز حنفي

الموضوعات التي تعالجها حملات التسويق الاجتماعي في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على حجم الاهتمام الذي تقدمه المؤسسات المختلفة لحملات التسويق الاجتماعي لتحقيق أهدافها على أرض الواقع، والتعرف على مجالات حملات التسويق الاجتماعي ورصد أهم الموضوعات التي تناولتها هذه الحملات في القنوات الفضائية المصرية والسعودية عينة الدراسة، وذلك من خلال الاعتماد على منهج المسح بالعينة والمنهج المقارن، وتتمثل عينة الدراسة في حملات التسويق الاجتماعي المقدمة على أربع قنوات، هي (القناة الفضائية المصرية، قناة الحياة، القناة السعودية، قناة mbc)، وذلك بتحليل 64 حملة تسويق اجتماعي بواقع 119 رسالة من 14 فبراير حتى 14 أغسطس 2014 باستخدام استمارة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي.

وانتهت الدراسة إلى نتائج، من أهمها:

1- ارتفاع نسبة حملات مؤسسات المجتمع المدني بنسبة 23.5% في الترتيب الأول من بين جهات إنتاج حملات التسويق الاجتماعي، تليها فئة أكثر من جهة بنسبة

21.8%، ثم الجهات الحكومية بنسبة 20.3%، بينما في الترتيب الرابع القطاع الخاص بنسبة 18.5%.

2- ارتفعت نسبة حملات التسويق الاجتماعي في المجال الاجتماعي في الترتيب الأول بنسبة 48.7%، ثم المجال السياسي بنسبة 19.4%، يليه المجال الصحي ونسبته 13.5%.

3- تتمثل أهم الأهداف التي سعت حملات التسويق الاجتماعي عينة الدراسة إلى تحقيقها في التأثير على السلوكيات بنسبة 55.5% لتكون في الترتيب الأول، يليها التأثير على أكثر من هدف معاً في الترتيب الثاني بنسبة 27.7%، لتكون فئة تقديم المعلومات في الترتيب الأخير بنسبة 5%.

4- كان الجمهور المستهدف من الحملات عينة الدراسة هو الجمهور العام بنسبة 95%، أما الجمهور المتخصص فكانت نسبته صغيرة جداً وهي 5%.

5- اعتمدت معظم الحملات عينة الدراسة على استخدام الاستمالات العاطفية والعقلانية معاً في التأثير على الجمهور المستهدف لتكون في الترتيب الأول بنسبة 47%، تليها الاستمالات العاطفية في الترتيب الثاني بنسبة 45.4%، بينما تأتي الاستمالات العقلانية في الترتيب الأخير بفارق نسبي كبير 7.6%.

360/2

آية كمال محمود عوض الله

تأثير التغيير السياسي في مصر على الإعلانات التليفزيونية: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

انعكست التغيرات السياسية التي حدثت داخل جمهورية مصر العربية وما

مروة جمال مبروك البقلى

اتجاهات الصفوة المصرية نحو المعالجة الإعلامية لقضايا الجماعات السلفية فى القنوات الفضائية المصرية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان "اتجاهات الصفوة المصرية نحو المعالجة الإعلامية لقضايا الجماعات السلفية فى القنوات الفضائية المصرية"، و اعتمدت على عينة قوامها (200) مبحوث، و تم تقسيمها بالتساوى على جمهور الصفوة المصرية ممثلاً فى الصفوة الأكاديمية، و الصفوة الإعلامية، و ذلك بأربع محافظات هى (القاهرة، المنوفية، الإسكندرية، أسيوط) بواقع (50) مبحوث لكل محافظة. تمحورت هذه الدراسة حول قياس اتجاهات الجمهور من أفراد الصفوة المصرية نحو المعالجة الإعلامية لقضايا التيار السلفى فى القنوات الفضائية المصرية، و تأثيرات هذه المعالجات على إدراك هؤلاء المبحوثين للمشكلات الراهنة المرتبطة بهذا التيار، و الأبعاد و الجوانب السياسية و المعرفية والاجتماعية التى تثيرها معالجات قضايا هذه الفئة فى القنوات الفضائية المصرية. قُسمت الدراسة إلى أربعة فصول، جاء الفصل الأول تحت عنوان "الإطار المنهجى و النظرى للدراسة"، وقُسم إلى جزأين، تناول الجزء الأول الإطار المنهجى للدراسة و تبلورت عناصر هذا الجزء فى إثني عشر عنصرًا نوقش من خلالها مشكلة الدراسة، أهميتها، أهدافها، الدراسات السابقة، و التعليق عليها و توضيح أوجه الاستفادة منها، تساؤلات الدراسة وفروضها، ثم نوقشت الأدوات المنهجية للدراسة من خلال تحديد نوع الدراسة، منهجها، عينة الدراسة، أدوات جمع البيانات، متغيرات الدراسة، شرح المفاهيم النظرية و التعريفات الإجرائية للدراسة، و أخيرًا الأساليب

صاحبها من ظواهر اجتماعية وثقافية واقتصادية على الإعلانات التليفزيونية شكلاً ومضموناً خلال الفترة من 11 فبراير 2011 إلى 8 يونية 2014. ونظراً لأهمية هذا الموضوع، فإن هذا البحث يهدف إلى رصد وتحليل التغيرات السياسية فى الفترة من 2011 إلى 2014 مقسمة إلى ثلاث مراحل سياسية وهي: "المرحلة الانتقالية الأولى، ومرحلة حكم الإخوان، المرحلة الانتقالية الثانية" و تأثير ذلك على مضمون وشكل وأفكار الرسائل الإعلانية.

أهم النتائج التطبيقية التى تم التوصل إليها:

- إن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تم تصويرها داخلياً حيث كانت نسبة التصوير الداخلى 47% .
- من أهم القيم التى عكستها الإعلانات خلال المراحل السياسية قيد الدراسة كانت قيمة التفاؤل.
- المشاهد الأكثر تكراراً فى عينة الدراسة هي المشاهد التى احتوت على صور تجمعات الشباب وعلم مصر.
- كانت نسبة وجود السلوكيات السلبية التى يروج لها الإعلان بالمراحل السياسية قيد الدراسة 69.5%.
- استخدمت الإعلانات رموزاً مختلفة للتعبير عن الرسالة الإعلانية خلال المراحل السياسية المختلفة. وتقدم هذه الرموز الرمز الوطني بنسبة 54% ، والرمز الاجتماعي بنسبة 51%، ثم الرمز السياسي بنسبة 46%.
- جاء القطاع الخاص الأجنبي فى الترتيب الأول للجهات المعلنة بنسبة 35.7% يليه القطاع الحكومي بنسبة 25.4%.

- الإحصائية المستخدمة، أما الجزء الثاني من الفصل فقد تناول الإطار النظري للدراسة و استعرض مفهوم الاتجاهات من خلال ستة محاور و هي تعريف الاتجاهات، طبيعتها، وظيفة الاتجاهات و سماتها، مكونات الاتجاه، تعديل الاتجاهات، و أخيرًا قياس الاتجاهات.

362/2

هدير ممدوح السيد الطويل

العلاقة بين التعرض للبرامج الدينية والهوية الدينية للشباب المصري (رسالة باللغة الإنجليزية)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

في ظل ما شهده الإعلام الديني من تغيرات خلال العقد السابق، بالإضافة لزيادة معدلات الإلحاد والتي يرجعها البعض لوجود بعض البرامج التي تقدم مناقشات نقدية لبعض القضايا العقائدية و طرحها علي العامة، تأتي أهمية دراسة هوية الشباب الدينية. فتهدف هذه الرسالة لداسة تأثير البرامج الدينية المختلفة علي هوية الشباب المصري الدينية. واعتمدت الرسالة علي كلا من المنهجين الكمي والكيفي في دراستين. هدفت الدراسة الكمية (مستخدمة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات) اختبار الفروض الموضوعية. كما اعتمدت الباحثة علي الدراسة الكيفية (مستخدمة أسلوب المقابلات المتعمقة) لمعرفة كيف يساهم التعرض للبرامج الدينية في تهديد هوية الشباب المصري الدينية، و كيف يتعامل الشباب مع هذا التهديد. **أهم النتائج التي تم التوصل إليها :**

- وقد وجد أن هناك علاقة ارتباطية ايجابية بين التعرض للبرامج الدينية وشدة الهوية الدينية.
- لم يوجد علاقة ارتباطية بين التعرض للبرامج الدينية و بروز الهوية الدينية للشباب المصري .

- لم توجد علاقة ارتباطية بين التعرض للبرامج الدينية ومستوى تقدير الذات الجمعي للشباب المصري.
- يوجد علاقة ارتباطية بين التعرض للبرامج الدينية ومستوي التدين للشباب المصري.
- لم يكن هناك فروق ذات دلالة حصائية بين النوع فيما بين التعرض للبرامج الدينية
- لم يكن هناك فروق ذات دلالة حصائية بين النوع فيما بين بروز الهوية الدينية.
- لم يكن هناك علاقة فروق ذات دلالة حصائية بين النوع فيما بين مستوى تقدير الذات الجمعي.

363/2

رضا شاكر السيد الخولي

المعالجة التليفزيونية لقضايا الأحزاب السياسية في مصر وعلاقتها باتجاهات الشباب المصري نحو هذه الأحزاب، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

سعت الدراسة إلي رصد طبيعة المعالجة التليفزيونية لقضايا الأحزاب السياسية في مصر وعلاقتها باتجاهات الشباب المصري نحو هذه الأحزاب، ومدى تأثير هذه المعالجة علي طبيعة ومستوى المعارف السياسية لدى الشباب المصري، وقد ارتكز الإطار النظري للرسالة علي نظريتي الأطر الخيرية والتهئية المعرفية، وقد تم إجراء الدراسة المسحية بأسلوب العينة المتاحة علي 400 مبحوث من الشباب المصري من محافظات القاهرة والجيزة والغربية بأسلوب المقابلة المباشرة، وكذلك تم إجراء الدراسة التحليلية علي قنوات النيل للأخبار وسي بي سي والنهار اليوم، وذلك في الفترة من 2015/9/29 وحتى 2015/10/15، وكذلك في الفترة من 2015/11/3، وحتى 2015/11/19، وأكدت

بقتوات الأطفال المتخصصة خاصة على قناتى (MBC3- SpaceToon) وأثرها على الطفل المصرى خاصة أطفال مرحلة الدراسة الإعدادية، هذا بالإضافة إلى التعرف على ما تبثه هذه النوعية من المسلسلات من سلوكيات سلبية قد لا تتوافق مع مجتمعاتنا وثقافتنا العربية، واعتمدت الدراسة فى إطارها النظرى على نظرية الغرس الثقافى والتي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بموضوع الدراسة نظراً لأن الركيزة الأساسية التى تقوم عليها النظرية هو أنه كلما زادت تعرض الفرد للمضمون التلفزيونى زادت احتمالية أن يرى العالم بصورة مطابقة لما يراه فى التلفزيون.

أهم نتائج الدراسة

- تعرض المسلسلات قيماً وعادات ترتبط بثقافة المجتمع الذى تبث من خلاله.
- القيم الإيجابية التى احتلت المراتب الأولى كانت تعكس الهدف الأساسى من المسلسل.
- احتلت السلوكيات السلبية نسباً أعلى فى تكرارها عن القيم الإيجابية التى يعرضها المسلسلين.
- أوضحت النتائج أن 81% من عينة الدراسة يشاهدون مسلسلات الأطفال الأجنبية المعروضة بقتواتهم المتخصصة.
- احتلال توحيد مع أبطال هذه المسلسلات المرتبة الأولى لدى الأطفال بوصفه الدافع الأبرز لمشاهدة الطفل لهذه النوعية من المسلسلات.
- أوضحت النتائج أن 82.3% من العينة لا يتدخل أحد فى مشاهدتهم لهذه المسلسلات.
- أن 81.1% من العينة يحبون شخصيات هذه المسلسلات ويرتبطون بها وجدانياً وعاطفياً.

364/2

نهال عماد عبد الرؤوف محمد

النتائج ارتفاع مستويات مشاهدة الشباب المصري للقنوات التلفزيونية وخاصة القنوات الإخبارية، وأن هناك تأثيرات معرفية ووجدانية لدى الشباب المصري نتيجة تعرضه للمعالجة التلفزيونية، وأشارت النتائج إلى ارتفاع أبعاد المشاركة السياسية للشباب المصري في أعقاب ثورة يناير 2011م، كما بينت النتائج الانحسار الشديد في عضوية الشباب المصري في الأحزاب السياسية حيث بلغت نسبة العضوية 2,5%، وقد تصدرت أطر الصراع قائمة الأطر الخيرية المتعلقة بالمعالجة التلفزيونية لقضايا الأحزاب السياسية، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين التعرض للمعالجة التلفزيونية لقضايا الأحزاب السياسية في مصر؛ واتجاهات المبحوثين نحو هذه الأحزاب، وأكدت النتائج أيضاً أن هناك علاقة بين مستوى ثقة المبحوثين في المعالجة التلفزيونية لقضايا الأحزاب السياسية؛ وتقييم المبحوثين لأداء تلك الأحزاب في الحياة السياسية، وأن هناك علاقة ارتباطية بين كثافة تعرض الشباب المصري للمعالجة التلفزيونية لقضايا الأحزاب السياسية؛ والاتجاهات الإيجابية للشباب بشأن المشاركة السياسية، وكذلك بينت النتائج وجود تأثير لحجم الخبرة بالعمل السياسي في قوة الارتباط بين كثافة التعرض لقضايا الأحزاب السياسية من قبل الشباب المصري؛ واتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية.

365/2

هبة مجدى متولى على

القيم التى تعكسها المسلسلات الأجنبية بقتوات الأطفال المتخصصة وأثرها على الطفل المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2017.

استهدفت الدراسة رصد وقياس القيم التى تعكسها المسلسلات الأجنبية التى تقدم

العلاقة بين الاستخدام المكثف للإنترنت ومعدل الانطواء لدى المراهقين، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2018. هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين الاستخدام المكثف للإنترنت ومعدل الانطواء لدى المراهقين المصريين، وتحديد ما إذا كان كثيفو استخدام الإنترنت هم الأكثر انطوائية عن باقي المستخدمين أم لا، خاصة في ظل الزيادة المطردة لاستخدام المراهقين لشبكة الإنترنت وخطورة ما قد ينتج عن مثل هذا الاستخدام من زيادة في معدلات الانطواء الاجتماعي والعزوف عن المشاركة الاجتماعية.

اعتمدت الدراسة على النموذج السلوكي المعرفي للاستخدام المرضي للإنترنت والذي وضعه دافيز في محاولة لتفسير الدوافع المعرفية والسلوكية لاستخدام الإنترنت بشكل مرضي والنتائج السلبية المرتبطة بمثل هذا النوع من الاستخدام. استخدمت الدراسة منهج المسح لعينة قوامها 400 مبحوثاً من المراهقين المصريين بالمرحلتين الثانوية والجامعية تراوحت أعمارهم ما بين 15 إلى 19 سنة، وتم استخدام صحيفة استقصاء تضمنت عدة أسئلة تغطي كافة محاور الدراسة، بالإضافة إلى مقياس الإدراك لمحتوى الإنترنت لدافيز Davis، ومقياس الانطواء لميكروسكي McCroskey لقياس اختبارات الفروض.

وتوصلت الدراسة المسحية لعدة نتائج أهمها: أن أكثر من نصف المراهقين عينة الدراسة معدل استخدامهم للإنترنت متوسط، وكانت مواقع التواصل الاجتماعي هي أكثر خدمات الإنترنت استخداماً بين المبحوثين، وجاء الموبايل كأكثر الوسائل التي يستخدمها المبحوثين للدخول على شبكة الإنترنت، كما أشارت النتائج إلى أن نصف العينة ذكرت أن الإنترنت قد أثر سلبياً على علاقاتهم الاجتماعية بأصدقائهم وأصدقائهم.

وبالنسبة لاختبارات الفروض أتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاستخدام المكثف للإنترنت ومعدل الانطواء لدى عينة الدراسة، كما تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في معدل الاستخدام المكثف للإنترنت في اتجاه الذكور.

348/2

نور الهدى محمد عثمان

صورة البطل في الدراما السينمائية أثناء فترات التحولات السياسية في المجتمع: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2018.

سعت الدراسة إلى رصد وتحليل المعالجة الدرامية لصورة البطل كما قدمتها الأفلام السينمائية التي تناولت التحولات السياسية في المجتمع المصري، وذلك من أجل تحديد ملامح تلك الصورة ومدى اقترابها من واقع الشخصية المصرية خلال أربعة فترات من التحولات السياسية وهي: ثورة 23 يوليو 1952، هزيمة 1967، حرب أكتوبر 1973، ثورة 25 يناير 2011، واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على نظرية الصورة الإعلامية، وقامت بإجراء دراسة تحليلية على عينة مكونة من 20 فيلماً سينمائياً يتناول فترات التحولات السياسية الأربعة، بالإضافة إلى دراسة ميدانية على عينة مكونة من 30 مبحوث بواقع 15 مبحوث من المخرجين و15 مبحوث من كتاب السيناريو.

أهم النتائج التطبيقية التي تم التوصل إليها:

نتائج تحليل مضمون أفلام ثورة 23 يوليو 1952 : قامت الباحثة بتحليل خمسة أفلام هي: فيلم " الله معنا "، وفيلم " رد قلبي"، وفيلم " الأيدي الناعمة "، وفيلم " في بيتنا رجل"، وفيلم " جمال عبد الناصر"،

وأشارت أهم النتائج إلى أن "تحمل المسؤولية" و"الإثارة والتعاون" و"الصبر والصمود" في مقدمة السمات الإيجابية لشخصية البطل في أفلام التحولات السياسية، في حين جاء "الإحباط" و"الأنانية" في مقدمة سماته السلبية، كما أن استخدام الألقاب والرتب كان من أهم مظاهر الحياة السياسية المحيطة به، وكانت العامة المتزنة هي المستوى اللغوي الشائع بين الأبطال.

- نتائج تحليل أفلام هزيمة 1967 : قامت الباحثة بتحليل خمسة أفلام سينمائية تتناول هزيمة 1967 هي : فيلم " أغنية على الممر"، وفيلم " الخوف"، وفيلم " أبناء الصمت"، وفيلم " الرصاصة لا تزال في جيبي"، وفيلم " أحلام صغيرة"، وأشارت أهم النتائج إلى أن "التحرر من الاستعمار" و"القصاص لدماء الشهداء" كانا في مقدمة أهداف البطل، وكانت "مساندة الجيش وتقدير الجندية" في مقدمة أنماط سلوكه، وكانت الروح المعنوية المرتفعة من أهم ما يميز شخصيته.

نتائج تحليل مضمون أفلام نصر أكتوبر 1973: قامت الباحثة بتحليل خمسة أفلام هي : فيلم "الوفاء العظيم"، وفيلم "بدور"، وفيلم " المواطن مصرى"، وفيلم "العمر لحظة"، وفيلم "حتى آخر العمر"، وأشارت أهم النتائج إلى أن الإيمان بالكفاح المسلح المتمثل في (الحرب) كان في مقدمة أفكار وسلوكيات البطل، وأن "التجنيد والتطوع" كان من أهم مظاهر الحياة السياسية المحيطة به.

- نتائج تحليل مضمون أفلام ثورة 25 يناير : قامت الباحثة بتحليل خمسة أفلام هي : فيلم " بعد الطوفان"، وفيلم " صرخة نملة"، وفيلم " الشنا اللي فات"، وفيلم " بعد الموقعة"، وفيلم " حظ سعيد"، وأشارت أهم النتائج إلى أن "الإثارة والتعاون" كان في مقدمة السمات الشخصية الإيجابية للبطل، وهو ما عُرف بـ "

أخلاق الميدان"، وجاءت " العامة السوقية" في مرتبة متقدمة من نتائج المستوى اللغوي للأبطال في الأفلام عينة الدراسة، وكان ذلك أحد أوجه النقد التي وجهت إلى تلك النوعية من الأفلام.

366/2

الهام ابوزيد عشرى محمد

صورة النخبة السياسية العربية والأجنبية كما تقدمها الأفلام الوثائقية بمواقع الإنترنت: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2018.

يتمثل الهدف الرئيسى لهذه الدراسة في تحليل سمات و ملامح صورة النخبة السياسية العربية و الأجنبية الحاكمة و غير الحاكمة فى الأفلام التى تُقدم بالمواقع الوثائقية، و يندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية و منها رصد الموضوعات التى تتناولها الأفلام الوثائقية محل الدراسة، تحديد و تفسير حجم الاهتمام الذى تحظى به كل من النخبة السياسية العربية و النخبة السياسية الأجنبية، التعرف على الاتجاه العام الذى تحمله أفلام الدراسة نحو صورة النخبة السياسية العربية و الأجنبية الحاكمة و غير الحاكمة. و تعتبر هذه الدراسة من البحوث الوصفية التى اعتمدت على منهج المسح؛ حيث تم إجراء مسح شامل للأفلام الوثائقية التى تناولت النخبة السياسية العربية و الأجنبية و التى أنتجت فى الفترة من 2007م إلى 2017م و ذلك فى أربعة مواقع وثائقية و هى (موقع علوم العرب، و موقع موسوعة الكنوز الوثائقية، و موقع توب ديكومنتارى فيلم، و موقع إيسناج فيلم)، و قد تم إجراء المسح فى الفترة من 13-2-2017 إلى 13-8-2017م، بالإضافة إلى

مسح الأفلام الموجودة في أرشيف هذه المواقع. و لقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج من بينها: تُظهر نتائج الدراسة اهتمام صانعي الأفلام الوثائقية بالنخبة السياسية الأجنبية (الحاكمة) مقارنة النخبة السياسية العربية (الحاكمة)، بينما لم تظهر على الإطلاق النخبة السياسية العربية (غير الحاكمة) في مقابل ظهور النخبة السياسية الأجنبية (غير الحاكمة) في خمسة أفلام، كما أوضحت نتائج الدراسة حصول الولايات المتحدة الأمريكية على أعلى نسبة ظهور في الأفلام محل الدراسة مقارنة بالدول الأخرى، كما تظهر النتائج حصول الرئيس الأمريكي "باراك أوباما" على أعلى نسبة ظهور بين الشخصيات الخبوية الأخرى سواء العربية أو الأجنبية، يليه الرئيس المصري الأسبق محمد حسنى مبارك.

367/2

مروة رضوان إبراهيم شعبان
معالجة المسلسلات التلفزيونية والأفلام السينمائية المصرية التي يعرضها التلفزيون المصرى لقضايا حقوق الإنسان: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2018.

هدف الدراسة التعرف على طبيعة المعالجة الدرامية لقضايا حقوق الطفل بالمسلسلات التلفزيونية والأفلام السينمائية المصرية المعدة للكبار والمقدمة بالقنوات التلفزيونية الأرضية والفضائية، وتأثيرها على تشكيل إدراك جمهور الأطفال بالمرحلة العمرية من 9 إلى 12 عامًا بحقوقهم وكذلك جمهور الأباء والأمهات. وتعد الدراسة من البحوث الوصفية، و تمثل حجم عينة الدراسة التحليلية للأفلام السينمائية 215 فيلمًا سينمائيًا مصريًا أنتج خلال الفترة من (2000-2015)، و تمثلت عينة الدراسة التحليلية التلفزيونية الأجزاء الثمانية لمسلسل يوميات عائلة ونيس، و بلغ حجم عينة

الدراسة الميدانية 250 أسرة تتضمن أطفالًا في المرحلة العمرية من 9-12 عامًا تم سحبهم من ثلاث محافظات هم (القاهرة التي تمثل المحافظات الحضرية بواقع 99 أسرة، و محافظة الدقهلية التي تمثل محافظات الوجه بحرى بواقع 85 أسرة، و محافظة بنى سويف التي تمثل محافظات الوجه قبلى بواقع 66 أسرة) كانت أبرز نتائج الدراسة التحليلية على النحو التالى: اعتمدت عينة الدراسة من الأفلام السينمائية التي تناولت حقوق الطفل على القالب التراجيدى بنسبة 46%، و ارتبطت أغلب الحقوق بالقضايا التي تركز على معاناة الطفل من العنف المجتمعي والأسري، و تحديدًا تناول قضية أطفال الشوارع و عمالة الأطفال و العنف الأسرى ضد الطفل و حق الطفل ذوى الإعاقة، أما بالنسبة للعمل الدرامي التلفزيونى "مسلسل يوميات ونيس" يصنف على أنه دراما كوميدية، حيث التركيز على السلبيات و نقدها فى إطار كوميدى، مع اهتمام العمل بعرض المتناقضات لإبراز القيم الإيجابية بجمالها و التنفير من السلوكيات السلبية خاصة فيما يتعلق بقضايا حقوق الطفل، و هو ما يساعد فى ترسيخ الفكرة الإيجابية فى ذهن المشاهد علاوة على سلاسة و بساطة تناول الدرامى، و بالتالى فإن الاتجاه العام للدراما السينمائية هو التهوين من قدر الطفل فى مقابل الاتجاه الدرامى التلفزيونى و هو التعزيز من قيمة الطفل.

368/2

منة الله مجدى محمد بهجت

اعتماد الشباب المصرى على الصفحات الإخبارية فى مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2018.

الاعتماد عليها بدرجة كبيرة.
4- 42.2% يرون أن الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي ستؤدي لتطوير وسائل الإعلام التقليدي.

369/2

سارة طارق أحمد أمين حماد

استخدام أعضاء هيئة التدريس والطلاب بالجامعات المصرية للانترنت كمصدر للمعلومات الأكاديمية والبحثية ، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2018.

تهدف هذه الدراسة الوصفية إلى رصد مدى استفادة أعضاء هيئة التدريس و طلاب الجامعات المصرية من الإنترنت في الأنشطة البحثية و الأكاديمية بكل أشكالها و تنوعاتها. كما أن الدراسة تهتم بمقارنة واقع الاستخدام والاشباكات المتحققة من الإنترنت في العملية البحثية و الأكاديمية على مستوى الجامعات المصرية الحكومية والخاصة لبيان فاعلية هذا المصدر المعلوماتي في كل منهما. هذه الدراسة تتناول عينة لأعضاء هيئة التدريس قوامها 200 مفردة و أخرى للطلاب قوامها 400 مفردة بجامعة الاسكندرية كنموذج للجامعة الحكومية و جامعة فاروس كنموذج للجامعة الخاصة و ذلك بتطبيق استمارات استبيان عليهما عن طريق المقابلة. وقد أوضحت الدراسة الميدانية عدة نتائج أهمها: أظهرت النتائج أن أهم الصعوبات التي تواجه الأساتذة مشكلة السرية والاشتراك في بعض المواقع المتخصصة ثم عدم الثقة ببعض المعلومات أما الطلاب فقد عبروا عن ثقتهم في المعلومات التي يحصلون عليها من الانترنت وقد اتفق الطلاب مع أساتذتهم فيما يخص مشكلة قلة المواقع التخصصية باللغة العربية. بينت النتائج وجود فروق دالة إحصائية في نسب الاستخدام بين جامعة

تتبلور المشكلة البحثية لهذه الدراسة في الوقوف على الدور الذي تؤديه الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، في إمداد الشباب بالمعلومات السياسية والمعرفة بالقضايا الحالية، ومدى اعتماد الشباب عليها، ودراسة المتغيرات التي تؤثر في هذه العلاقة لقياس مدى فاعلية هذه الصفحات في المعرفة السياسية لدى الشباب، بالإضافة إلى التعرف على مستويات التفاعلية في هذه الصفحات وتأثيرها على اتجاهات الشباب وآرائهم حول القضايا المختلفة. - اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح حيث تم إجراء الدراسة على عينة عمدية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب المصري وقوامها 400 مفردة، وتتراوح أعمارهم ما بين 18 – 35 عامًا. أهم نتائج الدراسة:

- 1- النسبة الأكبر من الشباب المصري -عينة الدراسة- يتابعون الأخبار والموضوعات المقدمة من خلال الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبتهم 83.5%.
- 2- جاءت "المواقع الإخبارية الإلكترونية" في مقدمة المصادر التي يحرص الشباب على متابعتها، حيث بلغت نسبتها 85.0%، تليها "القنوات الفضائية الإخبارية الخاصة" وبلغت نسبتها 38.6%، ثم "مصادر الاتصال الشخصية كالأقارب والأصدقاء وزملاء العمل" بنسبة بلغت 22.5%، وأخيرا جاءت "الصحف الحزبية" في مؤخرة اختيارات المبحوثين في المصادر التي يحرصون على متابعتها بنسبة 4.8%.
- 3- 50.3% من الشباب يعتمد على الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات للأخبار بدرجة متوسطة، و37.4% منهم يؤكدون أنهم يمكنهم

الاسكندرية وجامعة فاروس بالنسبة لأعضاء هيئة التدريس والطلاب فكان الفارق لصالح جامعة فاروس في نسب الاستخدام. أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جامعة الاسكندرية و جامعة فاروس في معدل استخدام أعضاء هيئة التدريس للانترنت في الأغراض البحثية و الأكاديمية لصالح جامعة فاروس أما الطلاب فأوضحت علاقة ذات دلالة إحصائية لصالح جامعة الاسكندرية.

370/2

هبة إدريس أمين

المعالجة الإخبارية لحوادث الإرهاب في القنوات الفضائية الإخبارية العربية واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة تطبيقية على الفترة 2017/9/1 إلى 2017/10/31 رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2018.

هدفت هذه الدراسة إلى اختبار وتحليل الأطر الإخبارية التي وظفتها القنوات الإخبارية العربية لدى معالجتها للأحداث الإرهابية ولآليات مكافحة مثل هذه النوعية من أحداث الإرهاب التي وقعت خلال الفترة الزمنية (2017/9/1 — 2017/10/31). فضلاً عن ذلك، هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير تلك المعالجة على الأطر التي يتبناها الجمهور المصري المتابع للقنوات الإخبارية العربية نحو الإرهاب.

استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني؛ حيث قامت الباحثة بتحليل عينة عمدية من النشرات الإخبارية لقناتي الجزيرة والنيل للأخبار قوامها 122 نشرة إخبارية خلال الفترة التي حددتها الباحثة، كما قامت الباحثة بتطبيق صحيفة الاستبيان على عينة عمدية من الجمهور المتابع للقنوات عينة الدراسة التحليلية على سكان محافظات (القاهرة، بنى

سوف، المنوفية)، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج ومن أهمها:

أهم نتائج الدراسة التحليلية:

1. جاءت الأخبار المتعلقة بآليات مكافحة الإرهاب في صدارة الأخبار التي تتناول الأحداث الإرهابية.
 2. جاء الهجوم المسلح كأكثر العمليات الإرهابية انتشاراً، تلتها عمليات التفجيرات.
 3. غلب إطار الضحايا على أطر تغطية الأحداث الإرهابية، في حين تصدر إطار التقدم والنصر بالنسبة لأخبار مكافحة الإرهاب.
 4. تصدرت داعش المرتبة الأولى كفاعل في الأحداث الإرهابية، بينما تصدرت القوات السورية والعراقية والمصرية المراتب الأولى كفاعل في أحداث مكافحة الإرهاب.
 5. احتلت سوريا ومصر المراتب المتقدمة كمواقع للأحداث الإرهابية، وكمواقع لأحداث مكافحة الإرهاب.
- أهم نتائج الدراسة الميدانية:
1. هناك انخفاض ملحوظ في معدلات مشاهدة القنوات الإخبارية العربية عينة الدراسة.
 2. احتلت دوافع الفهم والتوجيه المرتبة الأولى من بين دوافع الجمهور للتعرض لأخبار الإرهاب.
 3. جاءت المضامين الإخبارية "الأخبار الأمنية والأخبار السياسية التي تشمل الإرهاب" في المرتبة الأولى ضمن المضامين المفضلة للجمهور.

371/2

سارة محمود على عبد الحفيظ

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات الشباب نحو الأزمات المحلية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2018.

تكمُن مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي " ما هو الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل معارف وإتجاهات الشباب المصرى نحو الأزمات المحلية؟" **تستهدف الدراسة** التعرف على مدى إعتِـماد الشباب المصرى على إستخدام مواقع التواصل الاجتماعى مقارنة بالوسائل الاعلامية الاخرى عند حدوث الأزمات المحلية، ودور هذه الوسائل فى تشكيل معارف وإتجاهات الشباب نحو الأزمات. **مجتمع وعينة الدراسة:** مجتمع الدراسة هو الشباب المصرى المستخدم لمواقع التواصل الإجتماعى يتراوح عمره ما بين 18 الى 35 سنة، وطُبقت الدراسة التى إعتمدت على المنهج المسحى على عينة عديده قوامها 420 مفردة من فئة الشباب المصرى من مستخدمى الفيس بوك تتراوح أعمارهم بين 18 و 35 سنة. اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان بالتطبيق على أزميتين وهما أزمة جزيرتي تيران وصنافير، وأزمة الدواء التى حدثت فى الأشهر الأخيرة من عام 2016. **نتائج الدراسة:**

أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباط طردى بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعى وقت الأزمات ودرجة معرفتهم بالآزمات.

توصلت الدراسة الى وجود علاقة ارتباط طردى بين متابعة مفردات العينة لأزمة نيران وصنابير على مواقع التواصل الإجتماعى وتكوين إتجاه نحوه الأزمة، وأوضحت نتائج الدراسة تزايد معدل استخدام مفردات العينة لمواقع التواصل الإجتماعى وقت الأزمات عن الاوقات العادية، وأظهرت نتائج الدراسة أن غالبية مفردات العينة تتعرف على وجود/ حدوث أزمة لأول مرة عن طريق مواقع التواصل الإجتماعى، وتعرض غالبية مفردات العينة للمعلومات حول الأزمات بالصدفة اثناء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2018.

مشكلة الدراسة وفى ضوء ذلك تكمن المشكلة فى التساؤل الرئيس التالى "ماهى الدوافع النفسية والشخصية لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعى؟ وماهى أهم التأثيرات النفسية والإجتماعية الناتجة عن هذا الإستخدام؟". أهداف الدراسة التعرف على الدوافع النفسية التى أدت لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعى وقياس تأثير مواقع التواصل الاجتماعى على الشباب المصرى والكشف عن أسباب ارتبـاطهم الشـديد بمواقع التواصل الاجتماعى الى حد ان تتولد لديهم ظواهر نفسية كالاحباط والاكتئاب والشعور بالقلق لدى الشباب والكشف عن طبيعة تعامل الشباب داخل المجتمعات الافتراضية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعى .مجتمع وعينة الدراسة تم تطبيق الدراسة على عينة متاحة قوامها 400 مبحوثا من الشباب المصرى من سن 18:35 عاما لتمثيل المستويات الاجتماعية والاقتصادية وتم سحب العينة من محافظة القاهرة و محافظة

الشرقية ومحافظة بنى سويف لتمثيل قطاعات الجمهورية الثلاثة. نتائج الدراسة إرتفاع معدل الإستخدام اليومي لمواقع التواصل الإجتماعي من قبل المبحوثين، و كشفت الدراسة ان أفراد العينة لديهم دافع إنتماء متوسط وإن لديهم دافع الإستقلالية مرتفع ودافع الكفاءة لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي مرتفع. توصلت الباحثة الى ان الآثار الإجتماعية الإيجابية مرتفعة عن الآثار الإجتماعية السلبية وذلك بعد المقارنة بينهم، وان الآثار النفسية الإيجابية الناتجة عن إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي مرتفعة مقارنة بالآثار النفسية السلبية.

373/2

ريهام ود

مفهوم الدولة المدنية فى القنوات الفضائية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2018.

تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية التناول الإعلامي لمفهوم الدولة المدنية في القنوات الفضائية الليبرالية و الإسلامية في فترة صياغة دستور 2012 ، وقد اعتمدت الباحثة على تحليل الخطاب الإعلامي وتحليل الأطر الإعلامية بالتطبيق على قناة ONTV ذات التوجه الليبرالي وقناتي الناس ومصر 25 ذات التوجه الإسلامي والتي تمثل إحداهما التوجه السلفي وهي قناة الناس و تمثل الأخرى توجه الإخوان المسلمين وهي قناة مصر 25 ، وقد توصلت إلى تبين اتجاه الخطاب الإعلامي لقناة ONTV ذات التوجه الليبرالي عن قناتي الناس و مصر 25 ذات التوجه الإسلامي، اتضح ذلك من خلال توظيف أدوات تحليل الخطاب لدعم أو دحض المفهوم ، كذلك الأطر و آليات التأطير التي اعتمدت عليها

كل قناة ، فبينما دعم خطاب قناة ONTV مفهوم الدولة المدنية القائم على فصل الدين عن الممارسة السياسية و الديمقراطية و المواطنة، دعم خطاب قناة مصر 25 مفهوم الدولة المدنية بشرط المرجعية الإسلامية ، و الديمقراطية كآلية للمشاركة في العمل السياسي والمواطنة في إطار تناول حقوق المرأة و الأقباط في الدستور، بينما جاء خطاب قناة الناس رافضا تماما لمفهوم الدولة المدنية بل و أبرز مفهوم الدولة الإسلامية كمفهوم بديل للدولة المدنية، ورافضا للديمقراطية مبررا ذلك أن فيها ما يخالف الإسلام ، وتناول المواطنة في سياق رفض حرية الاعتقاد لأنها تبيح الفساد مؤكدا على أن الدولة المدنية هي الدولة العلمانية التي مارست التمييز ضد تيار الإسلام السياسي .

374/2

وليد فرغلى مهدى

صورة الناشط السياسي فى البرامج الحوارية بالتلفزيون وعلاقتها بإدراك الجمهور لصورته الواقعية، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2018.

تناولت هذه الدراسة صورة الناشط السياسي في البرامج الحوارية التلفزيونية وعلاقتها بإدراك الجمهور لصورته الواقعية في المجتمع، واستهدفت التعرف على سمات التغطية الإعلامية المقدمة عن الناشط السياسي في البرامج الحوارية، واتجاهات الجمهور نحو هذه التغطية، وكذلك سمات الصورة الذهنية عن الناشط السياسي في المجتمع، ومدى تأثير ما يقدم من خلال البرامج الحوارية على الصورة الذهنية. وذلك من خلال تصميم استمارة استبيان على عينة من الجمهور العام بلغت 400 مفردة، وتصميم استمارة تحليل مضمون

للتعرف على المضمون المقدم عن الناشط السياسي في البرامج الحوارية. وخلصت الدراسة إلى أن الصورة الإعلامية عن الناشط السياسي اتسمت بالسلبية، وكذلك كانت الصورة الذهنية عنه في المجتمع، لكن الدراسة توصلت إلى وجود اتجاه سلبي من قبل الجمهور نحو الصورة الإعلامية المقدمة عن الناشط السياسي في البرامج الحوارية، ما يعني وجود عوامل أخرى ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية.

وقد سعى الباحث كذلك لاختبار تأثير بعض العوامل الوسيطة المؤثرة في هذه العلاقة، وقام بتفسير ما خلصت إليه الدراسة من خلال عدد من المقابلات الشخصية مع عينة من الدشطاء السياسيين والقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية التلفزيونية.

كذلك خلصت الدراسة إلى أن الجمهور العام تبنى اتجاه سلبي نحو البرامج الحوارية ذاتها، ورأى أنها متحيزة وغير موضوعية ومتحاملة في بعض الأحيان، ما يقلل من تأثير هذه البرامج على تشكيل وعي ومعارف الجمهور تجاه بعض القضايا السياسية.

375/2

سارة أحمد سالم بالجون

دور الدراما والأفلام المصرية في تشكيل اتجاهات السعوديين نحو المصريين: رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، 2018.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الواقع المقدم عبر الأفلام و المسلسلات المصرية عن المصريين ودوره في تكوين صورة ذهنية معينة عن المصريين و اتجاهات الجمهور السعودي نحو المصريين، و رصد تلك الصورة ما ان كانت سلبية أم إيجابية، ومحاولة التعرف على صورة المصريين في الدراما التلفزيونية،

وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي لهم و ذلك بمعرفة أبعاد و ملامح و خصائص الصورة المقدمة عنهم في الدراما من خلال تحليل مضمونها و معرفة مدى إدراك الجمهور السعودي للواقع الاجتماعي لهم في ضوء علاقة ذلك بالصورة المقدمة عن المصريين في الدراما، و أعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي، و الذي يتضمن مسح المضمون لعينة من المسلسلات و الأفلام المصرية و مسح الجمهور بالتطبيق على عينة عمدية من الجمهور السعودي بلغت 400 مبحوث و توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: وضحت نتائج التحليلية تعدد و تنوع المشكلات و القضايا التي تناولتها الأعمال الدرامية، وكانت لمشكلات الانحراف الأخلاقي، والمشكلات العاطفية الحصة الأوفر من الظهور في الأعمال الدرامية، وبخاصة المسلسلات التلفزيونية، و كذلك نالت المشكلات الاقتصادية حظ وافر من الظهور في الأعمال الدرامية، وفي مقدمتها ضعف الدخل والأجور، والبطالة، والانحراف الوظيفي، و ظهرت المشكلات السياسية في الأعمال الدرامية بشكل قوى وجاء في المقدمة قضية كبت الحريات، وضعف الولاء و الانتماء.