

الاتجاهات البحثية المصرية في دراسات الرأي العام

في الفترة من (2000-2018)

دراسة تحليلية من المستوى الثاني

د/ محمد لطفي زكريا الشيمي*

تمهيد

يحثل الرأي العام في الديمقراطيات المعاصرة أهمية خاصة في توجيه نظم الحكم، وإرشاد ساستها نحو التصرف بشكل معين، واتخاذ القرارات التي تُلائم القاعدة الجماهيرية العريضة، وتتماشى مع اتجاهاتها وأرائها. وترتب على ذلك زيادة الاهتمام باستطلاعات الرأي العام التي أصبحت أحد ملامح الحياة المعتادة في الديمقراطيات العصرية⁽¹⁾.

وتعد ظاهرة الرأي العام من الظواهر المجتمعية بالغة التعقيد؛ وقد ثار جدل بين الباحثين في علوم الاجتماع، والنفس، والاتصال السياسي حول ماهية هذه الظاهرة، ومدى ارتباطها بنظم أو مجتمعات بعينها؛ حيث زعم البعض ارتباط ظاهرة الرأي العام بالنظم الليبرالية دون النظم الديكتاتورية، وارتباطها بالدول المتقدمة دون الدول المتخلفة⁽²⁾.

ويعود الاهتمام بدراسات الرأي العام واستطلاعاته إلى الولايات المتحدة الأمريكية منذ منتصف الثلاثينيات من القرن العشرين على يد جالوب Gallup ، وروبير Roper ، وكروسلي Crossley، ثم اتقلت بعد ذلك سريعاً إلى دول أوروبا الغربية والشرقية، وما إن بدأ عقد الخمسينيات إلا وقد غمرت قياسات الرأي العام قارة آسيا وخاصة في الصين ثم في اليابان⁽³⁾.

وأدى الانتشار الهائل لوسائل الإعلام إلى تبني الباحثين وجهات نظر متعددة للبحث في طبيعة الأدوار التي تقوم بها في المجتمع، وقد تطورت اتجاهات بحوث التأثير تطوراً ملحوظاً منذ نهاية الأربعينيات من القرن الماضي، وقد اهتمت بدراسة الاستخدام الوظيفي لوسائل الإعلام وأثارها على الرأي العام، باعتبار أن الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام من أهم الوظائف التي تقوم بها في المجتمع عن طريق تقديم المعلومات التي تستهدف إحاطة الجمهور بالأحداث والقضايا التي تقع في المجتمعات والبيئات المختلفة⁽⁴⁾.

وبظهور وسائل الاتصال الحديثة وانتشار شبكات الاتصال التفاعلية التي تقوم بتوظيف المستحدثات التكنولوجية في ظل ثورة المعلومات التي أفرزتها العولمة انتقلت الدراسات من دراسة التأثير الذي يهتم بمعرفة دور الصحف في التأثير على

* مدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة المنيا

الرأي العام في ثلاثينيات القرن الماضي إلى الاهتمام بدور الراديو والتليفزيون والسينما في الأربعينيات والخمسينيات والستينيات، وفي السبعينيات والثمانينيات من القرن العشرين اتجهت البحوث إلى معرفة تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة والكمبيوتر على الرأي العام، واتجه الباحثون منذ تسعينيات القرن الماضي للتعرف على تأثير الإنترنت وكافة شبكات الاتصال الأخرى -القديمة والحديثة- على المجتمع. طرابيشي(5).

وساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الرقمية في ظهور تطبيقات الجيل الثاني للويب Web 2.0 والتي كان من أهمها مواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية Social Network، التي أتاحت لمستخدميها مجالاً عاماً اقترافياً يمكن من خلاله التعبير عن آرائهم وأفكارهم.

ومن هنا ظهرت نظريات علمية حديثة مفسرة لكيفية تشكيل الرأي العام الإلكتروني، بالإضافة إلى وجود مناهج علمية جديدة تتماشى مع طبيعة دراسة الرأي العام الإلكتروني، بعدما تغيرت أدوات جمع البيانات وتحليلها التي تناسب هذا النوع من البحوث وبيئته الجديدة(6).

واستفاد الباحث من الجهود العلمية الرصينة التي عرضت لدراسات تحليلية لتوجهات الرأي العام ومنها دراسة مها الطرابيشي (2004) حول الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث ودراسات الرأي العام والتي انتهت نتائجها إلى تبعية الدراسات العربية للمدارس الغربية، وأن جهود التنظير في مجال الرأي العام لم تواكب تطور دراسات الرأي العام وقياسه، ويلاحظ على الدراسة السابقة أنها ركزت في معظمها على المنطلقات النظرية التي اعتمدت عليها بحوث ودراسات الرأي العام(7). ودراسة نيرمين خضر (2011) حول بحوث الرأي العام من 2000 إلى 2011، والتي انتهت نتائجها إلى أن معظم دراسات وبحوث الرأي العام المحللة ركزت على قضايا معادة ومشاركة بين الدراسات بوجه عام كالانتخابات، وقضايا الإصلاح السياسي والتعديلات الدستورية، إضافة إلى اهتمامها بالتركيز على القضايا والموضوعات السياسية دون غيرها، والاعتماد على وسائل الاتصال التقليدية أكثر من الحديثة، ويؤخذ على هذه الدراسة أنها أكتفت بالرصد السردى للدراسات وفقاً للتسلسل الزمني ودون تطبيق أي أداة لتحليل المحتوى يمكن من خلالها الحصول على مؤشرات تفسيرية تحليلية للدراسات، رغم أن هذه الدراسة قام بها فريق بحثي مكون من عضو هيئة تدريس يعاونه ثلاثة من الهيئة المعاونة إلا أن عدد الدراسات التي تم تحليلها أقل من 50 دراسة(8). ودراسة محمد رفعت (2016) حول الاتجاهات البحثية الحديثة في دراسات الرأي العام الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية، والتي جمعت بين الدراسات المصرية والعربية والعالمية، وبذل فيها الباحث جهداً كبيراً حيث قام بتحليل 125 دراسة عربية وأجنبية، واهتمت بالرأي العام الإلكتروني؛ وهي بذلك تسدّ النقص والفجوة العلمية في هذه الجزئية، والتي انتهت نتائجها إلى أن الدراسات العربية لازالت تدور في فلك المناهج التقليدية بأدواتها المعروفة، على عكس

الدراسات الأجنبية التي عكست تنوع بين التقليدي والحديث، وقامت بعضها بتحليل اتجاهات الرأي العام الإلكتروني من خلال التحليل الشبكي Network Analysis للتعرف على كثافة الاستخدام وتطورات التسلسل الزمني للتعليقات⁽⁹⁾.

وتُعد دراسات المستوى الثاني خطوة رئيسة للتقييم المرحلي، وتزويد الباحثين والمهتمين بهذا التخصص –الرأي العام- بملامح وسمات الصورة العامة للدراسات الحالية التي أجريت خلال عقدين، في محاولة لرصد وتفسير الوضع الحالي والتعرف على نوعية القضايا والموضوعات التي أهتمت بها مثل هذه البحوث أو التي أغفلت دراستها.

وفي ضوء مرحلة التحول التي تمر بها البلاد والتغيرات السياسية والاجتماعية وانعكاس ذلك كله على البحوث والدراسات الإعلامية بصفة خاصة، تظهر الحاجة إلى مراجعة وتقييم الذات في مجال البحث العلمي الإعلامي، ومحاولة الاستفادة من الدراسات السابقة والوقوف على نقاط القوة والضعف، وتعظيم الاستفادة من المقارنات للانطلاق نحو رؤية أكثر دقة وتأثيراً والانتقال من الكمي إلى الكيفي.

واستكمالاً لمجهودات الباحثين السابقين وسلسلة الدراسات السابقة التي عنيت بعرض توجهات بحوث ودراسات الرأي العام العالمية والمصرية ومناقشة ورصد وتحليل واقعها، من حيث المجالات والأطر المعرفية، والنظرية، والمداخل البحثية والمنهجية، وتحديد مراكز الإهتمام في الدراسات والتجربة المصرية، ومدى ارتباطها ومناقشتها للقضايا والأحداث الداخلية والخارجية والظواهر التي تشغل الرأي العام، ومدى مساهمتها لدراسات الرأي العام في العالم، والوقوف على نقاط التقاطع والتلاقى، والفجوات العلمية، تستمد هذه الدراسة أهميتها؛ لتكون بمثابة الموجة للباحثين من خلال الأجندة البحثية التي تطرحها، والاستعراض المُركّز لدراسات الرأي العام.

أهداف الدراسة

1. التعرف على أهم الموضوعات والقضايا البحثية المصرية التي ركزت عليها بحوث الرأي العام في مطلع الألفية الثالثة في الفترة من عام 2000 وحتى عام 2018.
2. رصد وتحليل الأطر النظرية والمنهجية التي اعتمدت عليها دراسات وبحوث الرأي العام في الفترة قيد الدراسة والتحليل.
3. المراجعة النقدية للتقنيات المنهجية، وأدوات جمع البيانات المستخدمة في بحوث الرأي العام.

مصادر الدراسة

دراسات الرأي العام المصرية سواء الأكاديمية (ماجستير- دكتوراه)، أو تلك المنشورة في الدوريات العلمية المتخصصة في الرأي العام، أو الإعلام، وكذلك المؤتمرات المتخصصة⁽¹⁰⁾.

موضوع الدراسة

تستهدف الدراسة رصد وتحليل توجهات دراسات الرأي العام في مصر من خلال مسح التراث العلمي والبحثي في مجال الرأي العام، وقياساته على المستوى المحلي، حيث ترصد الدراسة أهم الأدبيات والدراسات العلمية والبحوث التي أجريت في مجال الرأي العام- المتاحة للباحث- في مصر؛ لعرض ومناقشة الموضوعات والأجندة البحثية لدراسة هذه الظاهرة، والقضايا المرتبطة بها، فضلاً عن الوقوف على المناهج والأدوات المستخدمة في دراستها، ومدى التطور في هذه الأدوات، والنتائج التي خلصت إليها دراسات الرأي العام، من خلال الاعتماد على أسلوب التحليل الكيفي من المستوى الثاني Secondary Qualitative Analysis.

أهمية الدراسة

1. قد تقدم الدراسة إسهاماً علمياً يفيد الباحثين في دراسات الرأي العام.
2. تزايد الاهتمام بدراسات الرأي العام، وقياساته، وتطور أدوات وأساليب جمع بياناته في ظل التطور التكنولوجي وثورة الاتصال.
3. توفر الدراسة قاعدة بيانات عن توجهات الدراسات المصرية بخصوص الرأي العام في الفترة من 2000-2018.
4. تأثير التحولات والتغيرات السياسية والاجتماعية التي شهدتها مصر ودلالات تأثيرها على الأنساق الثقافية والعلمية والإعلامية للجمهور وتوجهاته، والتي تؤثر بدورها على دراسات الرأي العام.
5. أهمية موضوع البحث، واهتمام الباحث بمجال الرأي العام وقياساته، وتداخله وعلاقاته المتشابكة المتمثلة في وسائل الاتصال أحياناً سواء تقليدية أو حديثة أو الدمج بينهما وارتباطه بعدة علوم بينية كالسياسة والاجتماع وعلم النفس.

نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة التحليلية إلى البحوث الوصفية التشخيصية، والتي تعتمد على التحليل الكيفي الثانوي لنتائج الدراسات التي أجريت في مجال الرأي العام في مصر، من خلال رصد الدراسات والبحوث التي أجريت في هذا المجال؛ لعرض وتقديم رؤية متكاملة عن القضايا والموضوعات والظواهر التي ركزت عليها هذه الأدبيات، ومعرفة منهجيات دراستها من أطر نظرية، ومنهج بحثية، وأدوات جمع بيانات، وعينات، والنتائج التي خلصت إليها.

منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على منهج المسح التحليلي والذي يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وتوصيات عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع الدراسة⁽¹¹⁾، ويمكن استخدامه في تحقيق أهداف عديدة، قد تكون وصفية أو تفسيرية

أو استكشافية⁽¹²⁾. وتقع هذه الدراسة منهجياً في إطار البحوث التجميعية Research Synthesis التي تستخدم أسلوب التحليل الكيفي (الثانوي) من المستوى الثاني كمنهج علمي يتيح للباحثين توسيع قاعدة البيانات الخاضعة للتحليل وهو ما يصعب تحقيقه في حالة البحوث الكمية التي تعتمد على البيانات الأولية، يقوم على المسح التحليلي الشامل للبحوث العلمية المنشورة وتتصل بزوايا من زوايا الموضوع، وتفيد عملية تحليل الدراسات من المستوى الثاني في استكشاف أوجه القوة والضعف في الدراسات المُجمعة وتقديم أساس لمراجعتها وتعديلها وكذلك التعرف على الجوانب القيّمة والهامة في هذه الدراسات، كما تمثل مرحلة التقييم التي تضطلع بمهام رصد الإيجابيات فتدعمها، فضلاً عن توجيه أوجه القصور لتحقيق إضافة علمية إلى التراث العلمي⁽¹³⁾.

مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في كافة البحوث والدراسات المصرية المنشورة، وغير المنشورة، المرتبطة بموضوع الدراسة (الرأي العام)، وقد تم اختيار الفترة الزمنية وتحديدًا ببداية الألفية الثالثة في محاولة من الباحث لمعرفة الاختلاف بين الدراسات والبحوث من حيث العدد، ونوعية القضايا والموضوعات المدروسة، وأدوات جمع البيانات خلال فترتين زمنيتين يتمثلان في الفترة من بداية الألفية وحتى قبل ثورة 25 يناير 2011، والثانية ما بعد ثورة 25 يناير وما اكبتها من بروز دور وسائل التواصل الاجتماعي في التمهيد للثورة، وحالة التسييس والسيولة السياسية بعدها وهو ما ترتب عليه زيادة عدد ونوعية القضايا والموضوعات المدروسة.

عينة الدراسة

لجأ الباحث إلى أسلوب الحصر الشامل في البداية، ولصعوبة حصر جميع دراسات الرأي العام لجأ الباحث إلى اختيار عينة متاحة بوصفها العينة الأكثر استخداماً في مثل هذا النوع من الدراسات (التحليل الكيفي من المستوى الثاني)، وقد أختار الباحث عينة بلغ عددها 128 دراسة لتحليلها تنوعت ما بين رسائل ماجستير ودكتوراه في عدد من كليات وأقسام الإعلام، وبحوث منشورة في دوريات علمية محكمة، وأخرى في مؤتمرات علمية متخصصة. والجدول التالي يوضح توزيع العينة وفقاً لتصنيف البحوث.

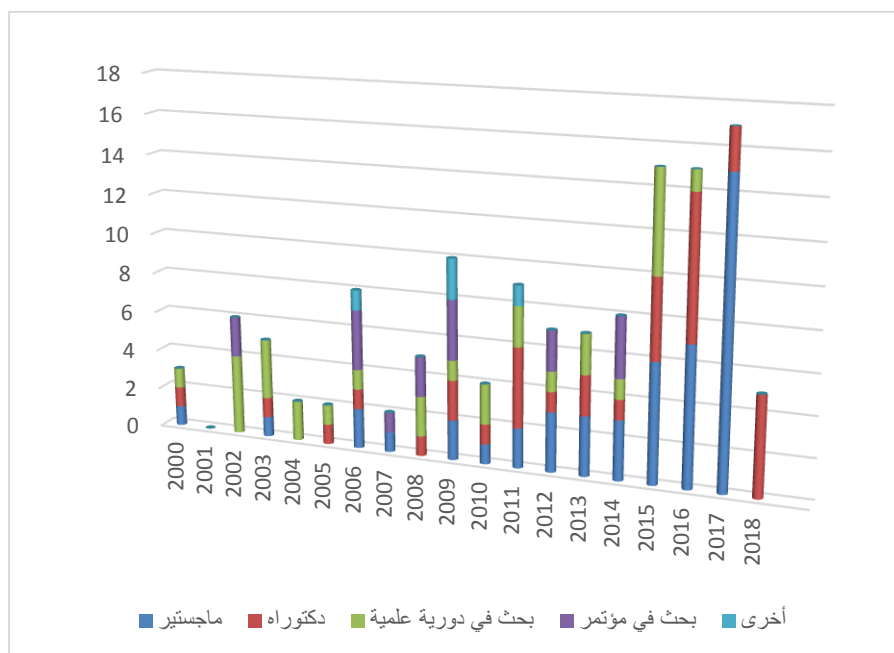
جدول رقم (1) يوضح توزيع العينة وفقاً لتصنيف البحوث :-

الدراسة / البحث	التكرار	%
ماجستير	47	36.7%
دكتوراه	34	26.6%
دوريات علمية	27	21.1%
مؤتمرات	16	12.5%
أخرى	4	3.1%
الإجمالي	128	100%

الأطار الزمني للدراسة

تحدد الفترة الزمنية للبحث ببداية الألفية الثالثة في الفترة من عام 2000 وحتى نهاية عام 2018، وهي تعد فترة كافية تمكننا من قراءة والتعرف على ملامح وتطور دراسات الرأي العام في الألفية الثالثة.

شكل رقم (1) يوضح توزيع العينة وفقاً للإطار الزمني :-



توضح بيانات الشكل السابق أن النصيب الأكبر من الدراسات موضع التحليل جاء في صالح رسائل الماجستير، تلاه رسائل الدكتوراه، كما لاحظ الباحث تضاعف عدد الدراسات والبحوث في العقد الثاني من الألفية الجديدة وخاصة في السنوات 2014 : 2017، مقارنة بعددها في العقد الأول والذي بدأت فيه دراسات الرأي العام بنسب ضئيلة.

تساؤلات الدراسة

1. ما القضايا والموضوعات الرئيسية التي غطتها دراسات وبحوث الرأي العام المصرية؟
2. ما النتائج البحثية التي انتهت إليها دراسات الرأي العام موضع التحليل؟
3. ما الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات؟
4. ما المناهج والجوانب المنهجية- العينات، وأدوات جمع البيانات- المستخدمة في هذه البحوث؟

الأدوات البحثية

أعتمدت الدراسة على أداة تحليل المستوى الثاني (الثانوي)، وذلك من خلال إعادة تحليل البحوث المتصلة بالرأي العام في عدد من الدراسات والبحوث عينة الدراسة، بهدف رصد توجهاتها الموضوعية، والنظرية، والمنهجية من ناحية، وتجميع وربط النتائج المتصلة بموضوعات مشتركة من ناحية أخرى، وتمثلت أداة جمع البيانات في استمارة تحليل تضمنت موضوع الدراسة، وتصنيفها، وسنة ومكان نشرها، والقضية أو القضايا التي تناقشها، والعينات التي طبقت عليها، والإطار النظري الذي تم الاعتماد عليه، ونوع الدراسة، ومنهجها، وأدوات جمع البيانات، واستخلاصات ونتائج الدراسات والبحوث.

نتائج الدراسة التحليلية

(1) القضايا والموضوعات الرئيسية لبحوث الرأي العام

بعد الإطلاع على الدراسات السابقة والبحوث والأدبيات التي تناولت الرأي العام، أمكن للباحث تقسيمها إلى محورين :-

- الدراسات المتعلقة باستطلاعات وقياسات الرأي العام.
- الدراسات التي اهتمت بدراسة دور الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام بشأن عدد من القضايا.

المحور الأول :- الدراسات التي ناقشت استطلاعات وقياس الرأي العام

يندرج تحت هذا المحور الدراسات والبحوث التي اهتمت بدراسة استطلاعات الرأي العام من حيث أهميتها، ودورها في الحياة العامة وفي صنع القرار، وتقييمها كأداة لقياس الرضا العام، وقياس مهام ووظائف وأدوار المراكز المعنية بقياس الرأي العام، والعلاقة بين استطلاعات الرأي وتبني / تفضيلات القضايا، أو تأييد الناخبين، وتركز عدة دراسات على الجوانب المنهجية لقياس الرأي العام، وكذلك الإشكاليات التي تواجه استطلاعات ومراكز استطلاعات الرأي العام.

1- أهمية ودور استطلاعات الرأي العام ومراكز قياسها

- اتفقت نتائج دراسات (دينا عباس، 2017)⁽¹⁴⁾، و(محمد لطفي، 2016)⁽¹⁵⁾، و(صدفة محمود ونجوان شيحة، 2007)⁽¹⁶⁾ على أهمية استطلاعات الرأي العام للمواطن، ولصانع القرار، ولوسائل الإعلام، واعتبارها أداة جيدة لقياس الرضا العام مع الأخذ في الاعتبار الالتزام بالأسلوب المنهجي في قياس الرأي وتجنب المشكلات المنهجية المتعلقة بإجراءات استطلاعات الرأي،

2- العقبات التي تواجه قياس الرأي العام

- اتفقت نتائج مجموعة من الدراسات حول بعض المشكلات التي تواجه استطلاعات ومراكز قياس استطلاع الرأي العام، كدراسات (محمد لطفي، 2016)⁽¹⁷⁾، و(خالد

صلاح الدين، 2015)⁽¹⁸⁾، و(أحمد تهامي، 2014)⁽¹⁹⁾، و(عماد شلبي، 2014)⁽²⁰⁾، و(ماجد عثمان، 2014)⁽²¹⁾، و(حنان صدقي، 2012)⁽²²⁾، و(هالة الأباصيري، 2006)⁽²³⁾ التي خلصت نتائجهم إلى أن استطلاعات الرأي العام ستظل محل جدل ونقاش مستمر بين الأوساط الأكاديمية والبحثية في مصر، وأن هناك نظرة سلبية تجاهها، كما توجه انتقادات عدة للعينات من حيث عددها، وطريقة سحبها، وتمثيلها لمجتمع الدراسة، واعتبار استطلاعات الرأي الهاتفية أداة تثير الشكوك حول دقتها ومصداقيتها وتغطيتها لعينة الدراسة. كما تعاني قياسات الرأي العام في مصر إشكاليات مجتمعية، ومنهجية، وإدارية، ووجود عدد من الضغوط الاقتصادية أو التمويلية. تواجه مراكز قياس الرأي العام- وعلاقتها بالاستقلالية، واتهامات سياسية حول تدعيمها لجماعات الضغط والمصالح، وضغوط ثقافية متمثلة في تقييد عمل مراكز استطلاعات الرأي بشأن الاستطلاعات التي تتعارض مع العادات، والتقاليد، والأعراف أو تمس العقائد، إضافة إلى الضغوط الداخلية كمنط الملكية، والضغوط التنظيمية، والصورة النمطية السلبية عن مراكز الاستطلاعات، وميل الجمهور إلى عدم الثقة الكاملة في نتائج قياسات الرأي العام، إضافة إلى التحديات المرتبطة بمراحل التحول الديمقراطي، وأنه مازال هناك قطاعاً عريضاً لم يعرف بعد باستطلاعات الرأي العام.

3- الجوانب المنهجية في استطلاعات وقياسات الرأي العام

• ركز عدد من الدراسات على الجانب المنهجي في قياس واستطلاعات الرأي العام كدراسة (زكريا عبدالسميع 2014)⁽²⁴⁾ التي أكدت على أهمية استخدام الهاتف المحمول في المقابلات الهاتفية، وأن التليفون الأرضي بمفرده لم يعد وسيلة مناسبة لإجراء استطلاعات الرأي العام في مصر، وأن الاعتماد على أسلوب الإطار المزدوج الذي يجمع بين التليفون الأرضي والتليفون المحمول أمراً ضرورياً يسهم في زيادة التغطية، ويقال من التفاوتات بين الأقاليم الجغرافية والمحافظات المختلفة من حيث التغطية، كما يعمل على اقتراب خصائص الأسر والأفراد في العينات المسحوبة باستخدام أسلوب الإطار المزدوج من خصائص الأسر والأفراد في المجتمع، ودراسة (حنان صدقي، 2012)⁽²⁵⁾ حول "تقييم فاعلية منهجيات قياس الرأي العام عند اتخاذ القرار"، والتي انتهت نتائجها إلى أن نسبة كبيرة من الباحثين عينة الدراسة ترى أن نتائج قياسات الرأي العام تعبر أحيانا عن رأي الجمهور؛ مما يوضح الميل إلى عدم الثقة الكاملة في نتائج قياسات الرأي العام. كما أظهرت النتائج عدم رضا معظم الخبراء عن نتائج قياسات الرأي العام، وأن المقابلة هي أفضل أدوات قياس الرأي العام بالنسبة لمختلف الموضوعات، ومختلف الفئات. وانتهت نتائج دراسة (مها صبري، 2011)⁽²⁶⁾ "أسباب رفض الاستجابة في المقابلة الهاتفية" في مركز استطلاع الرأي العام بمجلس الوزراء، إلى أن متوسط معدل الرفض في الاستطلاعات التي أجراها مركز استطلاع الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بلغ (13%)، ويرتفع في الاستطلاعات السياسية ليصل إلى (17%). وأن النسبة الأكبر من حالات الرفض (50%) كانت بدون إبداء أي أسباب من الباحثين،

ويأتي في المرتبة الثانية (12%) رفض أحد أفراد الأسرة إعطاء المبحوث المستهدف، يلي ذلك انشغال المبحوث بنسبة (10%). وانتهت نتائج دراسة (أيمن منصور ندا، 2010)⁽²⁷⁾ خصائص من يقول لا "أدري" و "لا رأي لي" في استطلاعات الرأي العام الأمريكية عن مصر، التي استهدفت تحليل الخصائص الديموجرافية والاجتماعية والمعرفية لهؤلاء الذين يميلون إلى مثل هذه الاستجابات، إلى ارتفاع نسبة من يقولون لا أدري و لا رأي لي في استطلاعات الرأي العام الأمريكية والتي تراوحت بين 10% و30% وهي نسبة عالية ومستمرة، وأن الإناث أكثر ميلا من الذكور إلى استخدام إجابات عدم اليقين في هذه الإستطلاعات المتعلقة بمصر، وأن البيض أكثر استخداما لمثل هذه الاستجابات مقارنة بالسود أو غيرهم من الأعراق والألوان داخل الولايات المتحدة. في حين أكدت دراسة (ندا علي أمين، 2009)⁽²⁸⁾ حول تأثير الباحث على إجابات المبحوثين، أن خصائص الباحث الديموجرافية والتعليمية، وطبيعة عمله بالمركز الذي يعمل به، ورضاه عنه، تؤثر بشكل معنوي على إجابات المبحوثين، فيما اهتمت دراسة (عاطف عدلي العبد، 2002)⁽²⁹⁾ النظرية حول أنواع العينات واستخداماتها في استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام والتعريف بأنواع العينات في بحوث الرأي العام والإعلام من خلال التعريف بالعينات الاحتمالية وغير الاحتمالية، وأنواعها وأساليب تكوينها ومميزاتها وعيوبها والمصطلحات العلمية المستخدمة في بحوث العينات في استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: المجتمع، وحدات المعاينة، إطار المعاينة الجيد). وركزت دراسة (محمد شومان، 2000)⁽³⁰⁾ حول الأساليب الحديثة في قياس الرأي العام، على الأساليب الجديدة في قياس الرأي العام، واعتمدت على النظرية المعيارية كإطار نظري، ومنهج التحليل المقارن كمهج للدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها حدوث تطور ملحوظ في الأساليب الحديثة في قياس الرأي العام، بالإضافة إلى وجود عدد من الإشكاليات التي تواجه استطلاعات الرأي العام منها إشكاليات عدم الاستجابة.

4- وسائل الإعلام واستطلاعات الرأي العام

• ركز عدد من الدراسات على العلاقة بين وسائل الإعلام واستطلاعات الرأي العام، كالتغطية الإعلامية، وآليات نشر نتائج استطلاعات الرأي، والعلاقة بين التعرض لهذه الاستطلاعات وبعض الظواهر كظاهرة توهم المعرفة، فاستهدفت دراسة (هالة الأباصيري ومحمود القصبي، 2009)⁽³¹⁾ معرفة كيفية تناول الصحف المصرية لنتائج استطلاعات الرأي العام التي يقوم مركز الرأي العام التابع لمجلس الوزراء بإجرائها، وتوصلت نتائجها إلى أن معظم الصحف المصرية لا تلتزم بنشر الحد الأدنى من المعلومات الأساسية حول كيفية إجراء الاستطلاعات، وأن الصحف القومية أكثر إلتزامًا - إلى حد ما - بنشرها، تليها الصحف الخاصة، بينما تأتي الصحف الحزبية في المرتبة الأخيرة من حيث الإلتزام، كما استهدفت دراسة (أيمن منصور ندا، 2002)⁽³²⁾ حول وسائل الإعلام وعلاقتها بظاهرة "توهم المعرفة" في استطلاعات الرأي العام في مصر، رصد ظاهرة توهم المعرفة لدى الجمهور المصري إزاء عدد من القضايا المجتمعية، وتحليل العلاقة بين التعرض لوسائل

الإعلام ودرجة توهم المعرفة لدى الفرد، واختار الباحث ثلاث قضايا حظيت بتغطية كبيرة من وسائل الإعلام وكانت مثار جدل ونقاش واسعين كـمجال للتطبيق وهي: (قضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب، وقضية إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك، وقضية تدريس الثقافة الجنسية في المدارس والجامعات) وأشارت النتائج إلى وجود ظاهرة توهم المعرفة في استطلاعات الرأي العام في مصر بغض النظر عن نوع القضية التي يتم التطبيق عليها.

5- تحليل ثانوي ومستوى ثانى لنماذج من استطلاعات الرأي العام

• ركزت هذه الدراسات على صورة الولايات المتحدة لدى المصريين، واتجاهاتهم نحوها، واتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو الإسلام والمسلمين، ونحو الصراع العربي الإسرائيلي، ومثل هذه النوعية من الدراسات تفرد بها أ. د. أيمن منصور ندا فمن بين 4 دراسات في هذا المحور سيطرت دراساته على 3 دراسات، بواقع دراستان قام بهما بنفسه، ودراسة أشرف عليها، واهتمت دراسة أخرى بتحليل لعدد من استطلاعات الرأي العام المصرية الخاصة بانتخابات الرئاسة المصرية 2012.

• فاهتمت دراسة مها الوزير (2011)⁽³³⁾ اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو الصراع العربي الإسرائيلي بتحليل توجهات الرأي العام الأمريكي نحو الصراع العربي-الإسرائيلي خلال الفترة من 1948 إلى 2009، وتوصلت نتائجها 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 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. فيما قامت دراسة أيمن منصور ندا (2009)⁽³⁴⁾ حول صورة الولايات المتحدة في مصر، والتغيرات التي طرأت على اتجاهات الرأي العام المصري نحو الولايات المتحدة (1999-2008)، بإعادة تحليل بيانات خمسة استطلاعات رأي تم إجراؤها في مصر لقياس اتجاهات الجمهور المصري نحو الولايات المتحدة (1999-2008)، وخلصت نتائجها إلى وجود فروق في اتجاهات المصريين نحو الولايات المتحدة كدولة، ونحو الأمريكيين كأفراد، إذ تميل الاتجاهات نحو الولايات المتحدة إلى السلبية، في حين تميل الاتجاهات نحو الأمريكيين كأفراد إلى الإيجابية، وأشارت الدراسة إلى تأثير الاتجاهات نحو الولايات المتحدة كدولة بالسياسات الخارجية والمواقف التي تتخذها الولايات المتحدة خاصة تلك المتعلقة بمصر والدول العربية والإسلامية، في الوقت الذي لم تتأثر فيه نسبياً الاتجاهات نحو الأمريكيين كأفراد بهذه السياسات والمواقف، كما أشارت الدراسة إلى محدودية دور المتغيرات الديموجرافية في تشكيل الاتجاهات نحو الولايات المتحدة ونحو الأمريكيين. كما استهدفت دراسة أيمن منصور ندا (2008)⁽³⁵⁾ حول توجهات استطلاعات الرأي العام الأمريكية عن الإسلام والمسلمين، التحليل المقارن لتوجهات استطلاعات الرأي

العام الأمريكية نحو الإسلام والمسلمين في فترتين مختلفتين (قبل وبعد أحداث 11 سبتمبر 2001)، وتحديد الأثر الذي أحدثته هذه الأحداث في اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو مجمل صورة الإسلام والمسلمين. وأشارت النتائج إلى أن قياس اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو الإسلام والمسلمين لم يكن من الموضوعات الجاذبة للاهتمام من قبل استطلاعات الرأي العام الأمريكية وظهر ذلك جليا في عدد الأسئلة بشأن الإسلام في بنوك معلومات روبر، وجالوب وكانت حوالي 795 و 128 سؤال بالترتيب على الرغم من وجود أسئلة تقترب من النصف مليون سؤال في بنك أسئلة روبر، كما أشارت النتائج إلى تقييم الرأي العام للإسلام كمصدر تهديد لأمن الولايات المتحدة، وكمصدر خطر على نظم المجتمعات الغربية قد زاد بعد أحداث 11 سبتمبر وارتفع إلى مستويات غير مسبوقة مقارنة بهذا التقييم قبل هذه الأحداث.

• فيما استهدفت دراسة **محمد لطفي الشيمي (2016)** ⁽³⁶⁾ والتي طبقت الدراسة التحليلية بها على عينة من استطلاعات الرأي العام التي نفذتها مراكز استطلاعات الرأي العام المصرية حول الانتخابات الرئاسية 2012 وعددها 20 استطلاع للرأي، بواقع: بواقع 8 استطلاعات رأي بوحدة قياس الرأي العام بالأهرام، و6 استطلاعات رأي بمركز استطلاع الرأي العام بمجلس الوزراء، و6 استطلاعات رأي بالمركز المصري لبحوث الرأي العام (بصيرة). والتي أظهرت نتائجها تضارب نتائج استطلاعات الرأي العام بخصوص الانتخابات الرئاسية 2012.

المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام واتجاهات الرأي العام.

يندرج تحت هذا المحور الدراسات والبحوث التي اهتمت بدراسة دور وسائل الإعلام (التقليدية- الحديثة- التقليدية والحديثة معا) في معالجة أو تكوين أو تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو عدد من القضايا، والظواهر، والأحداث، والمواقف، والمؤسسات، والأشخاص، والدول.

1- الرأي العام الإلكتروني وقضايا الديمقراطية والتحول الديمقراطي

• ركزت دراستي (إيمان يحيى، 2017)⁽³⁷⁾، و(محمد رفعت، 2017)⁽³⁸⁾ على الرأي العام الإلكتروني والتحول الديمقراطي، فاستهدفت الدراسة الأولى التعرف على طبيعة معالجة المواقع الإلكترونية لقضايا التحول الديمقراطي في مصر، وناقشت الدراسة الثانية اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي بمصر، والتي سعت إلى التعرف على اتجاهات الرأي العام الإلكتروني نحو المتغيرات المختلفة لعملية التحول الديمقراطي وكذلك أحداث التحول الديمقراطي الستة التي تلت ثورة 30 يونيو 2013 بمصر، وكشفت نتائجها عن اختلاف مضمون معالجة المواقع عينة الدراسة لقضايا التحول الديمقراطي، نظرا لطبيعة فكر وفلسفة كل موقع.

• كما سعت دراسة (نديه عبد النبي، 2013)⁽³⁹⁾ إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات

الشباب المصري نحو دور المواقع الإخبارية في دعم التحول الديمقراطي في مصر
إبان ثورة 25 يناير ، وانتهت نتائجها إلى الدور المهم للمواقع الإخبارية في تشكيل
اتجاهات الشباب نحو التحول الديمقراطي وأبعاده والتحديات التي تواجه مصر ، فكلما
زاد اعتماد الرأي العام على الوسيلة الإعلامية كلما كان لها دور في تشكيل اتجاهاته
وتحديد مواقفه تجاه الأحداث. فيما اهتمت دراسة (خالد صلاح الدين، 2009) (40)
بدراسة دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو
قضايا الديمقراطية، وأكدت نتائجها على الدور المهم للخطاب الإعلامي وأطروحاته
البارزة بشأن الديمقراطية وأبعاده، والتحديات التي تواجه تكريسها في المجتمع
المصري، وفي هذا الصدد تفوقت كل من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على
شبكات الاتصال الشخصي، وأنشطة الاتصال الجمعي؛ الأمر الذي يعكس الأهمية
البالغة للوظائف الديمقراطية التي تضطلع بها وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في
الديمقراطيات الناشئة ومنها مصر.

2- وسائل الإعلام والرأي العام نحو القضايا الاقتصادية

• اهتمت عدة دراسات بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام وعدد من القضايا
الاقتصادية حيث ركزت بعضها على أطر تقديم القضايا الاقتصادية، في حين اهتمت
دراسات أخرى بطرح القضايا وتشكيل معارف أو اتجاهات الجمهور نحوها، أو
تشكيل الرأي العام بصفة عامة، واهتم العدد الأكبر منها بترتيب أولويات القضايا
الاقتصادية، كما ركز عدد منها على المعالجة المقدمه في البرامج والقنوات الموجهة
سواء فيما يخص القضايا الاقتصادية أو ما يتعلق بالأزمات الاقتصادية.

• جاءت قضية البطالة في مقدمة ترتيب القضايا التي أهتمت بها هذه الدراسات، فقد
اهتمت دراسة دعاء عادل محمود (2016) (41) برصد وتحليل أطر معالجة القضايا
الاقتصادية والاجتماعية المطروحة في المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل
الاجتماعي، والمقارنة بينهما وتحديد كيفية الطرح واتجاهاته والقضايا ذات الأولوية
في الجانبين، وتحديد تأثير هذه الأطر على اتجاهات الجمهور ورؤاه وتوقعاته للقضايا
الاقتصادية والاجتماعية خلال عام حكم الرئيس الأسبق محمد مرسى. وكشفت نتائجها
عن أولويات مختلفة للقضايا الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية وشبكات التواصل
الاجتماعي، رغم تباين أولويات القضايا الاجتماعية في المواقع الإلكترونية وشبكات
التواصل الاجتماعي إلا أن قضية البطالة جاءت كقضية مشتركة في الجانبين، وجاء
في مقدمة الأطر التي تبنتها المواقع الإلكترونية إطار العمل والإنجاز بنسبة 18.7%
وفي المقابل جاء في مقدمة الأطر التي تبنتها شبكات التواصل الاجتماعي إطار النقد
والهجوم بنسبة 19.4%، واهتمت دراسة هند محمد نبيل حسين (2014) (42) بالتعرف
على أجندة الموضوعات والقضايا الاقتصادية التي يطرحها التلفزيون المصري من
خلال تحليل مضمون النشرات والبرامج الاقتصادية بالقناتين الأولى، والنيل للأخبار
بالإضافة إلى تحديد أجندة الموضوعات والقضايا الاقتصادية للجمهور العام، والتي
انتهت نتائجها إلى تصدر القضايا الاقتصادية المحلية المباشرة المتعلقة بحياة

المبوهين اليومية قائمة أولوياتهم حيث جاءت قضية البطالة في المرتبة الأولى ثم مشكلة الفقر وانخفاض الدخل ثم قضية ارتفاع الأسعار، ثم أزمة الوقود، أما الموضوعات المتعلقة بأداء الاقتصاد المحلي والبورصة والمساعدات الاقتصادية الخارجية فقد جاءت كلها في مراتب متأخرة، واستهدفت دراسة **دينا وحيد عتيق (2012)**⁽⁴³⁾ رصد وتحليل دور الفضائيات الإخبارية العربية تجاه الموضوعات الاقتصادية التي تربط الجمهور المصري بالفضائيات العربية، وانتهت نتائجها إلى تركيز معظم النشرات الإخبارية في القنوات محل الدراسة على الاكتفاء بعرض الجوانب الإيجابية والجهود التي تبذلها السلطات في سبيل القضاء والحد من المشكلات والأزمات المطروحة، كما أقرت نتائجها أيضاً بعدم التوازن في المدة المخصصة لمناقشة القضايا الاقتصادية حيث كان التركيز على القضايا السياسية، والانتخابات البرلمانية، ومحاكمات الفساد في مقابل تقلص المساحة المخصصة للقضايا الاقتصادية، مما أدى إلى تقلص ورود القضايا الاقتصادية كالبطالة، وارتفاع الأسعار، وعجز الموازنة في مضمون النشرات موضوع الدراسة على الرغم من أهمية تلك القضايا، فيما اهتمت رعدة محمد عيسى (2009)⁽⁴⁴⁾ معالجة الإذاعة والتلفزيون لقضايا العمل في المجتمع المصري ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحوها، بوصف وتحليل مضمون البرامج الإذاعية والتلفزيونية محل الدراسة والوقوف على طريقة طرح ومعالجة ومناقشة هذه القضايا وحجم الاهتمام الاعلامي بها ومدى فاعلية الرسائل المطروحة وتأثيرها على الجمهور، والتي توصلت نتائجها إلى سيطرة قضايا العمل على مساحة أكبر في برامج التلفزيون عن برامج الإذاعة، وتصدرت قضية البطالة المرتبة الأولى في القضايا الأكثر مناقشة في برامج التلفزيون، تلتها موضوعات حقوق المرأة، ثم جاء في المرتبة الثالثة برامج تدريب وتشغيل الشباب، بينما جاءت تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في المرتبة الأولى كأهم القضايا التي تُناقش في البرامج الإذاعية.

• واهتمت دراسات أخرى بالقضايا والأزمات الاقتصادية فاستهدفت دراسة لمياء سمير سيد إبراهيم (2016)⁽⁴⁵⁾ رصد وتحليل دور وأهمية القنوات التلفزيونية المصرية في التعريف بالقضايا الاقتصادية للشباب وقدرتها على تشكيل اتجاهاته نحوها من خلال اخضاع مشروع قومي اقتصادي حديث (مشروع محور قناة السويس) للدراسة، وانتهت نتائجها إلى أن العوامل الديموغرافية (النوع ونوع التعليم) لا تؤثر على مستوى الاعتماد على القنوات التلفزيونية المصرية ولا يؤثر على القدرة على إعمال العقل في القضايا الاقتصادية ولا تؤثر بالتالي على اتجاهات الشباب. وأفادت نتائج الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين مستوى إعمال العقل ودرجة الانغماس ومشروع محور قناة السويس ككل لا توجد علاقة ارتباطية بين مستوى إعمال العقل والسمات الشخصية للمبوهين - الحاجة للمعرفة - الميل للجدال - تقدير الذات، واهتمت سمير يسرى (2016)⁽⁴⁶⁾ برصد وقياس دور الفضائيات العربية المتخصصة في الشؤون الاقتصادية في توجيه اهتمام الجمهور المصري نحو القضايا الاقتصادية المهمة، وترتيب تلك الاهتمامات وفقاً لأهميتها النسبية في ضوء ماتطرحة

نظرية "ترتيب الأولويات" ورصد تأثيرات المتغيرات الوسيطة فى عملية وضع الأجندة الاقتصادية للجمهور المصرى، وتوصلت نتائجها إلى تصدر موضوع تراجع إيرادات قناة السويس قائمة الموضوعات الاقتصادية التي تناولتها البرامج عينة الدراسة، وجاء في المرتبة الثانية قطاع السياحة، تلاها أخبار البورصة المصرية وأخبار الوقود (السولار والبنزين والغاز الطبيعي) والمواد البترولية الأخرى، وجاء ترتيب الموضوعات والقضايا الاقتصادية المصرية وفقا لأهميتها للمبحوثين قضية الغلاء وارتفاع الأسعار في المرتبة الأولى تلاها أخبار الوقود، تلاها تراجع إيرادات قناة السويس، ثم أزمة سد النهضة وجاء في المرتبة الأخيرة ارتفاع سعر الدولار بالسوق السوداء، وناقشت دراسة **شيماء ذو الفقار (2003)**⁽⁴⁷⁾ مدى قدرة وسائل الإعلام، وبالتحديد التلفزيون والصحافة، باتجاهاتها المختلفة على تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو قضايا **(التعريف الجمركية، والدعوة إلى مقاطعة السلع الأمريكية والإسرائيلية)**، وتوصلت نتائجها إلى أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام التلفزيون والصحف وشدة الاتجاه الإيجابي نحو قانون التعريف الجمركية، بينما لم تثبت هذه العلاقة بالنسبة لقضية المقاطعة وتوصلت نتائجها إلى انعكست اتجاهات التغطية التلفزيونية والصحفية نحو كل من القانون وقضية المقاطعة على اتجاهات الجمهور.

3- وسائل الإعلام والرأى العام نحو القضايا الاجتماعية

- ركزت هذه الدراسات على عدد من القضايا التي تمس المرأة كقضايا العمل، وتنظيم الأسرة، وختان الإناث، والانتهاكات التي تتعرض لها المرأة كقضايا العنف، والتحرش الجنسي، كما تعرضت دراستين لقضية الفساد كأحد القضايا الاجتماعية.
- فسعت دراسة **نجلاء جعفر عبدالوهاب جعفر (2017)**⁽⁴⁸⁾ إلى التعرف على الأطر التي قدم من خلالها الإعلام الجديد "المدونات وصفحات الفيس بوك" قضايا المرأة وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا وذلك من خلال رصد نوع الأطر المهيمنة في تقديم قضايا المرأة بهم، ومعرفة مدى اختلاف أطر تقديم قضايا المرأة باختلاف أيديولوجية القائم بالاتصال وتوجهات المدونات وصفحات الفيس بوك عينة الدراسة ذلك مع توضيح دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء قضايا المرأة، وأوضحت نتائجها أن **العنف** هو أهم القضايا التي قامت بتغطيتها عينة الدراسة وتفوقت فيها المدونات بنسبة 51.9%، وأن إطار الضحية هو أهم الأطر الخبرية التي وظفتها عينة الدراسة فى معالجتها لقضايا المرأة حيث تم استخدامه فى المدونات بنسبة 36.9% وفي صفحات الفيس بوك بنسبة 11.5%، واستهدفت دراسة **غادة محى الدين (2016)**⁽⁴⁹⁾ رصد الأطر الخبرية لقضايا المرأة (التحرش الجنسي) بالمواقع الإخبارية والوقوف على الاختلافات فيما بينها فى توظيف هذه الأطر الرئيسية والفرعية، فى تشكيل اتجاهات الجمهور ضد هذه القضايا، و بالتالى الوقوف على مدى مساهمة المواقع الاخبارية فى تكوين رأى عام مؤيد أو معارض لقضايا المرأة التى تكتسب طابع قضايا الرأى العام، وأظهرت نتائجها أن أهم أسباب التحرش

الجنسي من وجهة نظر جمهور المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت ترجع إلى غياب دور الأسرة في التوجيه السليم للأولاد، وانتشار الصفحات الإباحية على شبكة الإنترنت، ثم رفقاء السوء الذين يزينون الرذيلة لبعض الأفراد، وفي المراتب الثلاث الأخيرة بالترتيب ارتفاع نسبة الأمية في المجتمع، وارتداد الشباب أماكن اللهو والإثارة، واختلاط البنين والبنات في مراحل التعلم المختلفة.

• **واهتمت دراستي (وجدى حلمي، 2009)⁽⁵⁰⁾ و (محمد أبو العلا، 2012)⁽⁵¹⁾ بقضايا الفساد** حيث استهدفت الدراسة الأولى تحليل ورصد واقع قضايا الفساد كما تصورها الدراما العربية التي يعرضها التلفزيون المصري من خلال المسلسلات والافلام العربية من ناحية، ومن ناحية أخرى رصد ما أحدثته هذه الصورة المنقولة درامياً عن الفساد لدى الجماهير وهل يتطابق واقع قضايا الفساد الذي يعيشه الجمهور أم يختلف عن الصورة المنقولة من خلال عالم الدراما، وتوصلت نتائجها إلى أن فساد رجال الأعمال والفساد السلوكي أحتلا الترتيب الأول، والغش الثانية، واستغلال السلطة والاستغلال الوظيفي في الترتيب الثالث، وجاء الإبتزاز في المرتبة الرابعة، تلاه الرشوة، ثم فساد رجال الشرطة، فالتزوير، وأخيراً فضائح كبار مسؤولي الدولة، كما أظهرت النتائج أن المبحوثين يرون أن الفساد أكبر بكثير مما يقدم في الدراما، في حين استهدفت الثانية معرفة مظاهر الفساد في المجتمع المصري واتجاهات الرأي العام في مصر نحو قضايا الفساد بعد أحداث يناير 2011، ومعرفة توقعات اتجاهات الرأي العام المصري بشأن انتهاء كافة أشكال الفساد في مختلف المجالات في مصر أم ستظل كما هي في مختلف المجالات، وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج منها أن الفساد تضمن كافة مجالات الحياة في المجتمع المصري، كما أشارت النتائج إلى أن برامج التوك شو تعالج قضايا مجتمعية هامة، وهو دليل على وجود علاقة دالة إحصائياً بين برامج التوك شو ومعالجة القضايا.

• **واستهدفت دراسة شيماء ذو الفقار (2004)⁽⁵²⁾ حول التلفزيون وعلاقته بظاهرة التآرجح في اتجاهات الرأي العام في مصر،** التعرف على جوهر ظاهرة التآرجح في المجتمع المصري بالتطبيق على قضايا **(تنظيم الأسرة، وعمل المرأة، وختان الإناث)**، والوقوف على الدور الذي يقوم به التلفزيون وما يقدمه من برامج وإعلانات توعية في الحد من تآرجح الاتجاهات نحو هذه القضايا أو في زيادتها، وخلصت نتائجها إلى: حظيت قضية تنظيم الأسرة بمعدلات تعرض مرتفعة، ولم تثبت صحة الفرض القائل بوجود تأثير لمتغير السن على شدة العلاقة بين حجم التعرض لقضية ختان الإناث ومستوى التآرجح حيالها.

4- وسائل الإعلام والرأي العام نحو القضايا والموضوعات المجتمعية

• **دراسة وجدي حلمي (2015)⁽⁵³⁾ حول دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير،** والتي استهدفت التعرف على دور البرامج الحوارية المقدمة في القنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور

المصري نحو القضايا المصرية بعد ثورة 25 يناير، ورصد القضايا التي يحرص على متابعتها المبحوثين، ومستوى معرفتهم بها، بالإضافة إلى التعرف على مصداقية هذه البرامج ومدى النجاح الذي حققته في اشباع احتياجات الجمهور المصري، والتي انتهت نتائجها إلى أن القنوات الأكثر تفضيلاً في متابعة القضايا المصرية بعد ثورة 25 يناير جاءت بالترتيب القناة الفضائية المصرية، دريم 2، الفراعين، المحور، CBC، وجاءت أكثر القضايا التي يحرص أفراد العينة على متابعتها في البرامج الحوارية بالترتيب على النحو التالي: **قتل المتظاهرين، وارتفاع الأسعار والبطولة والانفلات الأمني، ثم قضية الفتنة الطائفية، والصراع على السلطة بين الأحزاب السياسية والإسلامية، فقضية رغيف العيش**. كما أكدت النتائج وجود علاقة طردية بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ونوعية القضايا التي يتعرض لها المبحوثون، واستهدفت دراسة **خالد صلاح الدين (2003)** (54) حول دور وسائل الإعلام والجماعات المرجعية في تشكيل الاهتمامات البارزة للرأي العام المصري، دراسة دور كل من وسائل الإعلام والجماعات المرجعية في تشكيل معارف الرأي العام المصري بشأن **القضايا المجتمعية البارزة**، وأبرزت نتائجها أن المبحوثين بالجماعات المرجعية المختلفة يميلون إلى التوافق بين الاهتمامات البارزة المستقاة من وسائل الإعلام وتلك التي تطرحها جماعاتهم المرجعية المعنية، واستهدفت دراسة **دينا يحيى (2003)** (55) **تأثير أبعاد الإطار الإعلامي للصحف المصرية على معالجة الرأي العام**، وخلصت نتائجها إلى اختلاف تصورات كل من جريدتي الأهرام والوفد حول أطراف القضايا المختلفة (**غزو العراق، تحرير سعر الصرف، سارس**) والذي يعكس رؤية كل منها للعناصر المشكلة لمحورية الأحداث المختلفة، كما اختلفت أيضاً في أسلوب معالجة أطراف القضية للموضوعات عينة الدراسة حيث اعتمدت الأهرام على أسلوب عرض الجانب الواحد، ووضوح الخلاصة وكذلك أسلوب التكرار والتبرير بالإضافة إلى أسلوب المساندة والتهنئة، في حين اعتمدت الوفد على أسلوب عرض أكثر من جانب وضمنية الخلاصة وأسلوب الهجوم المباشر والمضاد بالإضافة إلى أسلوب إثارة المخاوف والإدانة مما يشير إلى اختلاف الأطر الإعلامية لكل من الجريدتين.

5- وسائل الإعلام والرأي العام نحو القضايا السياسية

● اهتمت عدة دراسات بالموضوعات والقضايا السياسية، ركز العدد الأكبر منها على التليفزيون ودوره في تشكيل اتجاهات الرأي العام وأطر المعالجة، ومستويات التعرض، وجاءت الوسائل الأخرى كالإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، والصحف، والسينما بمشاركة باهته في الدراسات عينة الدراسة فيما يخص المجال السياسي. فيما تنوعت القضايا التي ركزت عليها هذه الدراسات بين قضايا الإصلاح السياسي، والمشاركة السياسية، والتظاهر والاحتجاج، والأزمات السياسية وغيرها.

● اهتمت مروة عبدالله (2018) (56) بتحليل المعالجة التي تقدمها الأفلام المستقلة للأحداث السياسية في مصر بدءاً من ثورة يناير 2011 وحتى الآن، ودورها في

تشكيل اتجاهات الجمهور نحو هذه الأحداث، من خلال تحليل مضمون تلك الأفلام وإجراء دراسة ميدانية تطبق على عينة من الجمهور، وتوصلت نتائجها إلى:- جاءت الأفلام المستقلة بشكل عام والأفلام محل الدراسة بشكل خاص مؤيدة للأحداث السياسية التي تعرضها، كما انتهت النتائج إلى أن السينما المستقلة لا تمثل مصدرا للمعلومات حول الأحداث السياسية، حيث لا يعتمد عليها الجمهور كأحد مصادر معلوماتهم عن تلك الأحداث، كما انتهت نتائجها إلى انخفاض تأثير الأفلام المستقلة على تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأحداث السياسية.

• واستهدفت دراسة السيد لطفي زايد (2017)⁽⁵⁷⁾ التعرف على دور القائم بالاتصال بالبرامج الحوارية بالقنوات التليفزيونية الفضائية المصرية في تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين قبل وبعد ثورة 25 يناير، والتي انتهت نتائجها إلى:- جاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الأول في فقرات البرامج الحوارية عينة الدراسة على مستوى البرامج الثلاثة عينة الدراسة، وجاءت الموضوعات الاقتصادية في الترتيب الثاني، وجاء الإرهاب في الترتيب الأول بالنسبة للموضوعات السياسية، تلاه الدعوة لمظاهرات 11/11 في الترتيب الثاني، تلاه في الترتيب الثالث غلاء الأسعار، وأقر أكثر من نصف عينة الدراسة (53.2%) من المبحوثين أن البرامج الحوارية لا دور لها في إشعال ثورة 25 يناير، كما أقر 45.9% من المبحوثين أن البرامج الحوارية ساهمت في ثورة 30 يونيو 2013م بشكل مباشر. في حين تناولت دراسة مها دسوقي (2017)⁽⁵⁸⁾ دور التليفزيون في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو ثقافة الاحتجاج والتظاهر، والتي توصلت نتائجها إلى أن القضايا الأمنية المتعلقة بالاحتجاج والتظاهر جاءت في الترتيب الأول من بين القضايا المتعلقة بالاحتجاج والتظاهر في البرامج الثلاثة "عينة الدراسة" مثل قضايا (العنف والإنفلات الأمني) والثورات وشغب الجامعات. جاء تبنى الاتجاه (السلبى) في معالجة قضايا الاحتجاج والتظاهر في البرامج التليفزيونية، وهدفت دراسة عمرو عبد الحميد (2016)⁽⁵⁹⁾ حول اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصداقية القنوات التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعى فى تناول القضايا السياسية، إلى التعرف على العلاقة بين مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة ومواقع التواصل الاجتماعى كمصادر للمعلومات حول الأحداث السياسية المصرية وإدراك المبحوثين لمصداقيتها فى تناول القضايا السياسية (الأحداث الإرهابية فى مصر - الانتخابات البرلمانية 2015- والعلاقات المصرية بالدول العربية)، وتوصلت نتائجها إلى أن مواقع التواصل الاجتماعى كانت أكثر مصادر الأخبار مصداقية بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة فى تناول للأحداث السياسية المصرية لدى المبحوثين. وناقشت دراسة هشام عبدالعاطى (2015)⁽⁶⁰⁾ دور خطاب الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو قضايا السياسة العامة، خصائص وسمات خطاب الصفوة السياسية المصرية عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت، والدور الذى يلعبه هذا الخطاب السياسى فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا السياسة العامة، وتوصلت نتائجها إلى أن خطاب

الصفوة السياسية عبر شبكتي الفيس بوك وتويتر بالفعل كان مكملاً للخطاب عبر القنوات الفضائية، واستكمل جزءاً مهماً من قصور خطاب الفضائيات في التعبير عن كل دوائر صنع السياسات العامة. كما ظهر الاعتماد على الأطر المرجعية السياسية في خطاب الصفوة السياسية، وكان خطاب ممثلو الأحزاب السياسية أشبه بخطاب قوى الضغط، وسعت دراسة **علي عباس فياض (2015)**⁽⁶¹⁾ دور القنوات الإخبارية العربية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية العراقية إلى اختبار وتحليل العلاقة بين حجم التعرض للتلفزيون (القنوات الإخبارية العربية) واتجاهات الجمهور العراقي نحو القضايا السياسية البارزة، وانتهت نتائجها إلى أن أهم المصادر التي يعتمد عليها أفراد عينة الدراسة في الحصول على المعلومات السياسية كانت القنوات الإخبارية العربية.

• **واهتمت دراسة الشيماء العزب (2014)**⁽⁶²⁾ حول مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية بالتعرف على آليات تشكيل وتكوين اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية في مصر، بالتطبيق على بعض القضايا التي أفرزتها ثورة 25 يناير 2011، وثار حولها نقاش وجدال على صفحات الفيسبوك (التعديلات الدستورية عام 2011، وإقامة الدولة المدنية أو الدولة الدينية، ومحاكمة الرئيس الأسبق محمد حسني مبارك)، **وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها:** ارتفاع مستوى كثافة استخدام (فيسبوك) بين أفراد العينة؛ وتباينت الآراء حول دور الموقع في تكوين الآراء، حيث ذكر ما يقرب من نصف أفراد العينة أن الآراء التي طرحت على (فيسبوك) ساعدتهم في تحديد موقفهم من التعديلات الدستورية، بينما نفي النصف الآخر أن يكون لها أي تأثير في أصواتهم التي أدلوا بها في استفتاء 19 مارس 2011.

• **واهتمت دراسة (إنجي محمد بركة، 2013)**⁽⁶³⁾ دور البرامج الحوارية التليفزيونية في دعم المشاركة السياسية للجمهور المصري بمعرفة الدور الذي تسهم بها البرامج الحوارية في تشكيل معارف الجمهور المصري واتجاهاته نحو قضية المشاركة السياسية، وتوصلت نتائجها إلى وجود توازن في الاهتمام بالقضايا السياسية في القنوات عينة الدراسة، كما أظهرت النتائج أن أبرز مجالات المشاركة السياسية الواردة في البرامج هي: النقاش السياسي، حرية الرأي والتعبير، التصويت، الترشيح، الانتماء الحزبي، الاحتجاج، التظاهر، الاعتصام، **واستهدفت دراسة نهى عاطف العبد (2009)**⁽⁶⁴⁾ حول العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية في الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأي العام بقضايا الإصلاح السياسي في مصر، التعرف على مدى اعتماد الرأي العام المصري على البرامج الحوارية واستقاء معلومات حول الإصلاح من ناحية وقدرة هذه البرامج على تقليص فجوة المعرفة بين شرائح الرأي العام المختلفة في قضية الإصلاح، وخلصت إلى عدة نتائج منها: تتوزع معدلات مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية على المشاهدة دائماً (34.3%)، أحياناً (60%)، ونادراً (5.7%)، وجاء برنامج العاشرة مساءً في مقدمة أهم البرامج التي يشاهدها الجمهور عينة الدراسة للحصول على معلومات حول الإصلاح السياسي،

وأظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين من المستويات الاقتصادية الاجتماعية الثلاث لصالح المبحوثين من المستوى المرتفع وهو ما يؤكد صحة فرض الدراسة الذي يؤكد المفهوم الرئيس لمدخل فجوة المعرفة.

● واهتمت دراسة رباب عبدالرحمن هاشم (2008) (65) المعالجة التليفزيونية والصحفية لقضايا الإصلاح السياسي في مصر، بالتعرف على دور الصحف والتليفزيون في تشكيل معارف الجمهور المصري واتجاهاته نحو قضية الإصلاح السياسي، وأثبتت نتائجها أن الأوضاع السياسية احتلت مقدمة المبررات الداخلية للإصلاح السياسي على مستوى الصحف ونشرات الأخبار التليفزيونية بنسب 65.8%، و 38.2% بالترتيب كما تباينت اتجاهات الصحف ونشرات الأخبار التليفزيونية فيما يخص برامج الإصلاح السياسي ففي الوقت الذي جاءت فيه اتجاهات الصحف سلبية برزت اتجاهات إيجابية في نشرات الأخبار.

● أما دراسة وفاء ثروت (2008) (66) دور البرامج الحوارية في التليفزيون المصري في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التعديلات الدستورية، فاستهدفت التعرف على دور البرامج الحوارية في التليفزيون المصري في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التعديلات الدستورية، وخلصت نتائجها إلى تقدم التليفزيون المصري على غيره من المصادر التي يستقي منها الجمهور معلوماتهم حول التعديلات الدستورية.

وإذا كانت مجموعة الدراسات السابقة ركز بعضها على دور التليفزيون في تشكيل الرأي العام أو اعتباره أهم المصادر التي يستقي منها المبحوثون المعلومات اختلفت نتائج دراسات أخرى مع هذا التوجه.

● أقرت نتائج دراسة محمد نبيل الألفي (2017) (67) دور البرامج الإخبارية في القنوات الفضائية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو تدعيم المشاركة السياسية في مصر بعد ثورة 25 يناير 2011 والتي استهدفت رصد وقياس دور البرامج الإخبارية المذاعة بالفضائيات المصرية في تشكيل معارف الجمهور المصري واتجاهاته نحو المشاركة السياسية بأشكالها المختلفة بوصفها السمة الأبرز للمجتمعات الديمقراطية. أن 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 الاجنحة الاعلامية في المقدمة مقابل تدنى الاهتمام بالأحداث السياسية بشكل عام.

● وأكدت نتائج دراسة سارة محمود السيد (2011) (68) حول دور التليفزيون في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو أزمات التنمية السياسية في مصر، التي استهدفت اختبار وتحليل العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون (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، على عدم فاعلية التلفزيون في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو أزمات التنمية السياسية في مصر، حيث أشارت النتائج إلى سلبية التغطية الإعلامية، ومحدودية دور التلفزيون في تغطية وتناول أزمات التنمية السياسية في مصر، وانخفاض مصداقية التلفزيون المصري مقابل ارتفاعها في الفضائيات، وعدم فاعلية التلفزيون المصري والفضائي في تشكيل وتكوين المعرفة السياسية لدى الجمهور.

• رحاب سراج الدين (2011) (69) دور البرامج السياسية بالفضائيات العربية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو المشاركة السياسية استهدفت معرفة طبيعة الدور الذي يمكن أن تقوم به البرامج السياسية في الفضائيات العربية نحو تشكيل اتجاهات الجماهير نحو المشاركة السياسية في مجتمعاتنا، والتي توصلت نتائجها إلى غلبة المضمون السياسي عن باقي المضامين الأخرى سواء في القنوات الإخبارية المتخصصة أو في القنوات العامة، وأنه لم يتجاوز الإهتمام بقضايا المشاركة السياسية نسبة 16.7%، وهو يعنى ضعف الدور الذي تساهم فيه الفضائيات المدروسة في دعم المشاركة السياسية.

• وأكدت دراسة خالد صلاح الدين (2008) (70) اتجاهات الرأي العام المصري نحو ثنائية الإعلام والشائعات، والتي هدفت إلى رصد وقياس اتجاهات الرأي العام المصري نحو دور وسائل الإعلام في بث ونشر الشائعات السلبية في المجتمع، واعتمدت الدراسة على نظريتان (نظرية الشائعة، والتحليل الاجتماعي لمحددات الوعي الإعلامي)، وبلغ حجم العينة العشوائية الطبقية 400 مبحوث في محافظة القاهرة، وباستخدام أداة الاستبيان، خلصت النتائج إلى وجود وعي متزايد لدى الرأي العام المصري بمحددات الوعي الإعلامي المرتبط بتطور وسائل الإعلام في نشر الشائعات على نطاق عريض وممتد في المجتمع المصري، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الرأي العام المصري يعتقد أن وسائل الإعلام التقليدية ممثلة في الصحف والتلفزيون هي الأكثر تورطاً في نشر الشائعات في المجتمع المصري وذلك مقارنة بالوسائل الحديثة ممثلة في الإنترنت.

• واهتمت دراسة حنان أحمد سليم (2006) (71) حول علاقة الفضائيات الإخبارية والجماعات المرجعية بتشكيل الاهتمامات نحو قضايا الإصلاح السياسي لدى الرأي العام المصري، برصد الأوزان النسبية لكل من وسائل الإعلام، والجماعات المرجعية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو قضايا الإصلاح السياسي في مصر. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن الوزن النسبي لوسائل الإعلام بوصفها المصدر الرئيسي الذي يعتمد عليه الرأي العام في استقاء المعلومات عن قضايا الإصلاح السياسي، قد فاق بدوره الوزن النسبي للجماعات المرجعية في هذا الصدد، على حين فاق الوزن النسبي لمصداقية الجماعات المرجعية ذلك الوزن الذي حظيت به وسائل الإعلام فيما يتعلق بالمعلومات السياسية حول الإصلاح الديمقراطي.

• دراسة شيماء ذو الفقار (2005) (72) حول العلاقة بين التعرض للمواد الإخبارية

في التليفزيون ومستوى الكفاءة السياسية لدى الجمهور المصري، استهدفت الدراسة الوصفية التفسيرية التعرف على العلاقة بين التعرض للمواد الإخبارية في التليفزيون ومستوى الكفاءة السياسية للجمهور العام في مصر سواء كانت كفاءة سياسية داخلية أو خارجية، ودراسة المتغيرات والعوامل المؤثرة على هذه العلاقة، واستخدمت الدراسة صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات عن طريق المقابلة الشخصية، وبلغ حجم العينة متعددة المراحل (420) مفردة في محافظات القاهرة، والبحيرة، والمنيا، وخلصت نتائج الدراسة إلى انخفاض مستوى الكفاءة السياسية لدى عينة الدراسة وخاصة الكفاءة السياسية الخارجية حيث ساد الاعتقاد بأن آراءهم ومطالبهم لا تجد استجابة من الحكومة، وبالتالي ينخفض مستوى مشاركتهم في الحياة السياسية.

6- وسائل الإعلام والرأي العام نحو السلطة

ركزت دراسات هذا المحور على صورة السلطة (الحاكم- رئيس الجمهورية- السلطة التنفيذية - الحكومة- الحكام) لدى الجمهور، وجاءت الصورة في ما يقرب من نصف هذه الدراسات سلبية في مجملها.

• استهدفت دراسة (هنادي غريب، 2016) ⁽⁷³⁾ حول صورة الحاكم في الكاريكاتير المنشور بالصحف المصرية ودورها في تشكيل الصورة الذهنية له لدى الجمهور، الكشف عن ملامح وسمات صورة الحاكم في عينة من رسوم الكاريكاتير المنشورة بالصحف المصرية، وصورتهم الذهنية تجاه الحاكم، وأبرزت نتائجها عن سلبية الصورة الإعلامية للحاكم في الكاريكاتير، واتفق غالبية الجمهور ورسامي الكاريكاتير في الصورة الذهنية عن الحاكم، حيث اتسمت صورة الرئيس الأسبق مبارك بالسلبية، والرئيس السابق مرسي بشديدة السلبية، وتأرجحت الصورة الذهنية لمجلس العسكري بين الإيجابية والسلبية، وإن كانت تميل في الجزء الأكبر منها إلى السلبية، واتصفت مجمل الصورة الإعلامية والذهنية للحاكم بالسلبية، وكان للصورة الإعلامية السلبية للحاكم أثرا في تشكيل صورته الذهنية السلبية لدى الجمهور. واستهدفت دراسة نسمة فاوى (2016) ⁽⁷⁴⁾ حول أطر تناول ظاهرة الإنفلات الأمني وعلاقتها باتجاهات الجمهور المصري نحو السلطة التنفيذية، رصد وتحليل وتفسير أطر معالجة وسائل الإعلام التقليدية والبديلة لأحداث الإنفلات الأمني خلال 5 فترات زمنية في الفترة من 28 يناير 2011، وحتى 27 مايو 2015، بهدف التعرف على سمات معالجة وسائل الإعلام التقليدية والبديلة لأحداث الإنفلات الأمني خلال فترة الدراسة، وأظهرت نتائجها عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مساهمة وسائل الإعلام التقليدية والبديلة في خلق مناخ أدى إلى زيادة الإنفلات الأمني وبين تقييم الجمهور المصري لأداء السلطة التنفيذية تجاه الإنفلات الأمني، وعدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض الجمهور المصري لأخبار الإنفلات الأمني بوسائل الإعلام التقليدية والبديلة وبين شعورهم بوصول الإنفلات الأمني إلى ذروته، تفاوت آراء الباحثين حول تقييمهم لأداء السلطة التنفيذية تجاه ظاهرة الإنفلات الأمني، حيث جاء تقييمهم ضعيف في الفترات التي سبقت 2013/7/3 (3 فترات) ثم جيد في الفترات

التي تلت 2013/7/3. ودراسة فاطمة المغازي (2016) (75) حول دور المعالجة التلفزيونية لقضايا حقوق الإنسان في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو السلطة والتي استهدفت 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، فيما انتهت نتائج دراسة هناء عكاشة طالبة (2013) (76) صورة رئيس الجمهورية كما تعكسها مواقع الفضائيات الإخبارية وعلاقتها بصورته الذهنية لدى الشباب الجامعي إلى تبني المبحوثون صورة أقرب إلى السلبية حول ملامح رئيس الجمهورية المعزول محمد مرسي خلال فترة حكمه (2012 - 2013)، أما دراسة سارة نصر (2010) (77) حول معالجة القضايا المصرية في البرامج السياسية بالقنوات العربية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو الحكومة، فقد استهدفت معرفة كيفية عرض ومعالجة القضايا المصرية في البرامج السياسية بالقنوات العربية الحكومية والخاصة وأهم الأطر المستخدمة في عرض وإبراز تلك القضايا ومن ثم تأثير تعرض الجمهور لتلك البرامج على اتجاهاته السياسية سواء سلبيًا أو إيجابيًا وخاصة في مجال الثقة في الحكومة، وانتهت نتائجها إلى زيادة حجم الاهتمام بالقضايا المصرية والتي تمثلت في ارتفاع عددها في البرامج غير المصرية لتحتل أكثر من 60% من إجمالي القضايا المطروحة بشكل عام، كما أكدت النتائج وجود علاقة دالة إحصائيًا بين المبحوثين على اختلاف متغيراتهم الديموجرافية في مستوى ثقتهم في الحكومة وذلك فيما يخص الفرق بين العاملين وغير العاملين (الحالة الوظيفية) حيث كانت مستوى الثقة في الحكومة أعلى عند العاملين عن ذويهم من غير العاملين. كما انتهت نتائج دراسة ريهام درويش (2006) (78) دور الصحافة المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء الأداء الحكومي أثناء الأزمات (اغتيال السفير المصري في العراق وتفجيرات شرم الشيخ الإرهابية وحريق مسرح قصر ثقافة بني سويف) إلى سلبية اتجاهات المبحوثين نحو الأداء الحكومي أثناء الأزمات، وأثبتت الدراسة صحة فرض نظرية التهيئة المعرفية حيث أنه كلما زاد تعرض المبحوثين لأزمة ما زاد من قدرتهم على تقييم الأداء الحكومي أثناء الأزمات إما إيجابيًا أو سلبيًا.

• ودراسة أيمن منصور ندا (2003) (79) حول دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو أداء الحكام العرب، والتي استهدفت قياس اتجاهات الرأي العام المصري نحو الحكام العرب وتقييمه لأدائهم في حرب العراق ومعرفة تأثير هذا التقييم (الجزئي أثناء الحرب) على التقييم الكلي لأداء الحكام العرب وتحديد الدور الذي لعبته وسائل الإعلام في تكوين هذه الاتجاهات والتقييمات، وخلصت النتائج إلى أن اتجاهات الرأي العام تجاه الحكام العرب في مجملها اتجاهات سلبية سواء لتقييمه لأداء الحكام العرب في الحرب أو في تقييمه لأدائهم بشكل عام. واستهدفت دراسة شيماء ذو الفقار (2000) (80) حول دور المادة الإخبارية في التلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة، من خلال قياس تأثير تعرض طلاب الجامعة للمواد الإخبارية- في فترات تركز فيها هذه المواد

على إنجازات الحكومة- على اتجاهاتهم نحو أداء الحكومة، وذلك بالمقارنة مع اتجاهاتهم في فترات لا تركز فيها هذه المواد على إنجازات الحكومة، وذلك وصولاً إلى تحديد دور المواد الإخبارية في تكوين اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة؛ ومن ثم تدعيم أو زعزعة شرعيتها، **وخلصت نتائجها إلى:** جاء التليفزيون في المركز الأول من حيث اعتماد المبحوثين عليه في تشكيل اتجاهاتهم السياسية نحو أداء الحكومة. يرتفع مستوى المعرفة السياسية لدى طلاب الدراسات الإنسانية وينخفض لدى طلاب الدراسات التجارية. كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأفراد الذين يعتمدون على التليفزيون للحصول على معلوماتهم حول أداء الحكومة، والأفراد الذين يعتمدون على وسائل أخرى في متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

7- وسائل الإعلام والرأي العام نحو الانتخابات

• استهدفت دراسة أشرف اسماعيل (2017) (81) التعرف على الدور الذي تقوم به البرامج الحوارية التليفزيونية في التغطية التليفزيونية للعملية الانتخابية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو المرشحين، وانتهت نتائجها إلى:- ارتفاع نسبة اتجاه التغطية الإعلامية الإيجابية للانتخابات البرلمانية بين فقرات البرنامج عينة الدراسة، حيث وصلت إلى نسبة 100% ببرنامج مصر تنتخب و إلى 82.1% ببرنامج (الطريق إلى البرلمان) ارتفاع نسبة اتجاه الحيادية الى حد كبير تجاه المرشحين والأحزاب بين فقرات عينة الدراسة، حيث وصلت إلى نسبة 95.6% ببرنامج مصر تنتخب وإلى 87.9% ببرنامج الطريق الى البرلمان.

• دراسة نهى عاطف العبد (2016) (82) حول دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تحفيز الرأي العام المصري للمشاركة في الانتخابات، والتي استهدفت الوقوف على الدور المتعاظم لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إدارة العملية السياسية مع التركيز على هذا الدور في التحفيز نحو المشاركة وهي مرحلة الحشد الإعلامي والتجيش التي تسبق الانتخابات، والتي انتهت نتائجها إلى وجود علاقة ارتباطية غير دالة إحصائية بين معدلات التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة والتحفيز نحو المشاركة بالتصويت في الانتخابات.

• ودراسة أحمد حسين مجدين (2012) (83) حول شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام نحو الأحداث السياسية في مصر، والتي استهدفت الوقوف على الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام نحو الانتخابات الرئاسية المصرية لعام 2012، والكشف عن دور هذه الشبكات في تعميق الوعي السياسي لدى الرأي العام، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها أكثر المواقع الإلكترونية التي تحظى بتعرض من قبل أفراد عينة الدراسة هي موقع فيسبوك تلاه موقع يوتيوب ثم المواقع الإخبارية وفي المرتبة الرابعة تويتر

• دراسة شيماء ذو الفقار (2011) (84) حول استخدام تويتر في تغطية الانتخابات التشريعية 2010، والتي بحثت كيفية تغطية الانتخابات التشريعية المصرية لعام

2010، من خلال الأداة الجديدة "تويتر" للوقوف على اتجاه هذه التغطية نحو العملية البرلمانية ومن ثم نحو الحكومة، وخلصت نتائجها إلى بروز الاتجاهات السلبية للرأي العام عبر موقع تويتر نحو الانتخابات التشريعية لعام 2010 بمصر بنسبة 53.5% وجاء الاتجاه سلبي نحو الحكومة بنسبة 38.9%.

• **حنان ياسين لاشين (2009)⁽⁸⁵⁾ دور قنوات الاتصال المباشر في تشكيل اتجاهات وسلوك الناخبين المصريين نحو الأحزاب والمرشحين السياسيين** والتي قدمت وصفا لاهتمام الناخبين المصريين بالمشاركة في الانتخابات بالتطبيق على انتخابات 2005 البرلمانية ولماذا يشارك البعض؟ ولماذا يحجم آخرون عن المشاركة؟ والعلاقة بين المشاركة السياسية وخصائص الناخبين والدوائر التي يقيمون فيها، والعلاقة بين اهتمام وتعرض الناخبين للحملات الدعائية للأحزاب والمرشحين ومعرفتهم بمضمون هذه الحملات ورايهم حول قنوات الاتصال المناسبة المستخدمة فيها والعلاقة بين ذلك وراء الناخبين واتجاهاتهم وسلوكهم السياسي بخصوص الحملات الانتخابية والانتخابات والمرشحين السياسيين، وتوصلت نتائجها إلى انخفاض نسبة المشاركة في الانتخابات من العدد الإجمالي لمن يحق لهم المشاركة.

• **دراسة صفا فوزي (2008)⁽⁸⁶⁾ حول دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية**، والتي استهدفت التعرف على دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية، وذلك في ضوء افتراضات مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، والتي انتهت نتائجها إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين التعرض العام للمضامين الإخبارية والسياسية في كل وسائل الاتصال موضع الدراسة وبين الاعتماد على هذه الوسائل للحصول على معلومات عن موضوع الانتخابات الرئاسية.

• **أما دراسة عبد العزيز السيد (2006)⁽⁸⁷⁾ حول دور الصحف المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشاركة في الانتخابات الرئاسية** فقد استهدفت التعرف على أثر المعالجات الصحفية المثارة في بناء وتشكيل النوايا السلوكية تجاه المشاركة في تلك الانتخابات لدى الجمهور، وانتهت نتائجها إلى: انخفاض درجة الحرص على المشاركة في الحياة السياسية المصرية، وأن هناك علاقة بين اتجاهات الجمهور نحو التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية وبين طبيعة الاتجاه نحو عملية المشاركة في تلك الانتخابات، كما أوضحت النتائج أنه كلما زادت درجة النقاش حول المعالجات الصحفية للانتخابات الرئاسية زادت درجة الحرص على النية للمشاركة بالتصويت في تلك الانتخابات، كما توصلت الدراسة إلى أن مصادر الاتصال الشخصي والجمعي جاءت في الترتيب الأول بين مصادر المعلومات السياسية لدى الجمهور، وانخفاض مستوى الثقة في وسائل الإعلام أو تدنيها لدى الجمهور، وسعت دراسة نائلة عمارة (2006)⁽⁸⁸⁾ حول دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية، إلى معرفة تأثير هذه التغطية الإعلامية على

معارف واتجاهات الجمهور نحو المرشحين في هذه الانتخابات من جهة ونحو العملية الانتخابية من جهة أخرى، وتوصلت نتائجها إلى:- وجود تباينات بين المعتمدين على وسائل الإعلام في مستوى المعرفة بالانتخابات الرئاسية، حيث كان الأكثر اعتماداً على القنوات الفضائية العربية أكثر عمقا في المعرفة بهذه الانتخابات، كما أثبتت النتائج أن الأفراد الأعلى في المستوى الاقتصادي والأكثر تعليماً هم الأكثر معرفة بالانتخابات الرئاسية، كما كانوا الأقل إيجابية في اتجاهاتهم نحوها، بينما ثبت أن الأكثر اعتماداً على وسائل الإعلام الحكومية كانوا أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو هذه الانتخابات، وكان هؤلاء من الأقل في المستوى الاقتصادي، وكان الأكثر اعتماداً على الصحف المستقلة والحزبية أكثر سلبية في اتجاهاتهم نحو هذه الانتخابات.

8- وسائل الإعلام والرأي العام نحو أجهزة ومنظمات

ركزت دراسات هذا المحور على عدد من الأجهزة كالأحزاب السياسية، والبرلمان، والمؤسسات الأمنية، والقضاء، والوزارات، ومؤسسة الرئاسة وغيرها.

• هدفت دراسة نشوى عفيفى (2016)⁽⁸⁹⁾ إلى رصد تأثيرات برامج الرأي في القنوات الفضائية المصرية على تكوين اتجاهات الجمهور نحو أداء الأحزاب السياسية خلال فترة الانتخابات البرلمانية، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية خلال الانتخابات البرلمانية و الاتجاه نحو أداء الأحزاب السياسية في هذه الانتخابات، كما سعت دراسة عادل رفعت (2012)⁽⁹⁰⁾ إلى الكشف عن دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو المشاركة، وكان من أبرز نتائجها أن الاتصال كان له دور بارز في تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية، واتضح أن كلاً من وسائل وأشكال الاتصال الشخصي والحديثة كان لها تأثير على مدى إيجابية اتجاهات المبحوثين نحو الأحزاب السياسية والمشاركة الحزبية، وهدفت دراسة نشوة عقل (2006)⁽⁹¹⁾ حول المعالجة التليفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو البرلمان. إلي دراسة المعالجة الإعلامية التي يقدمها التليفزيون في مصر على اختلاف أنماطه (حكومي أو خاص) للقضايا البرلمانية البارزة في فترة معينة، وأثر هذه المعالجة على تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو أداء البرلمان بشقيه (مجلس الشعب والشورى) ونحو ممثليه في البرلمان، وتوصلت نتائجها إلى أن توظيف وجهة النظر الواحدة قد حظي بالنسبة الأكبر في المعالجة؛ وقد يرجع ذلك إلي توافق القوى السياسية على إيجابية القضية، كما تفوق التليفزيون على الصحافة في تقديم وجهتي النظر؛ وقد يرجع ذلك إلي أن الصحف الحزبية والقومية متمسكة بإبراز الخط السياسي أحادي الاتجاه لكل منهما. وكانت أكثر الوسائل الإعلامية التي مالت إلي توظيف وجهة نظر واحدة في معالجتها لقضية التعديل الدستوري - جريدة الوفد تليها جريدة الأهرام، وهو ما يشير إلي التزام الأولى بتوجهاتها الأيديولوجية، والتزام الثانية بتوجهاتها الرسمية، وكانت جريدة المصري اليوم أقل الصحف التي وظفت وجهة نظر واحدة. كما أظهرت النتائج

وجود ارتباط إيجابي بين الخطاب الإعلامي بشأن التعديلات الدستورية، والاتجاهات نحو البرلمان بوصفه الفاعل في التشريع وإصدار القوانين في مصر. واستهدفت دراسة مروة ممدوح (2017)⁽⁹²⁾ التعرف على سمات العلاقات بين رجال الشرطة وأفراد المجتمع كما تعكسها الأفلام السينمائية المصرية وعلاقات ذلك باتجاهات الجمهور المصري نحو رجال الشرطة، ودراسة بسمة سيد (2017)⁽⁹³⁾ التي استهدفت رصد وتحليل المجال العام لتعليقات القراء بالمواقع والبوابات الإلكترونية كمجال عام حول أداء جهاز الشرطة في مصر، والتعرف على صورة الجهاز لدى الجمهور المصري، ومن نتائجها جاء الاتجاه نحو رجال الشرطة في مواقع الصحف الحكومية والحزبية إيجابي، على عكسه في مواقع الصحف الخاصة. كما أكدت النتائج أن أكثر العوامل الشخصية لرجل الشرطة المؤثرة في تكوين صورته أنه لا يُقدر ظروف الآخرين، ويفتقد الأمانة في عمله، ويقبل الوساطة، مما يشير إلى بروز الصفات والصورة السلبية لرجل الشرطة. ودراسة (محمود إبراهيم الدسوقي، 2015)⁽⁹⁴⁾ صورة جهاز الشرطة عقب ثورة يناير 2011، و30 يونيو 2013 وبحث تأثير وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية لجهاز الشرطة، والعوامل المسؤولة عن تكوين هذه الصورة، وكذا السمات الشخصية لرجال الشرطة ومدى تأثيرها إيجاباً أو سلباً على صورتهم لدى الجماهير، وتقييم المبحوثين لأداء وزارة الداخلية، وجاءت نتائجها أن مواقع التواصل الاجتماعي، والاتصال الجماهيري من خلال وسائل الإعلام هما الأقدر على تشكيل صورة رجل الشرطة، وجاء الإعلاميون والصحفيون الشخصيات الأكثر تأثيراً في تكوين اتجاهات الجمهور نحو جهاز الشرطة. كما تفوقت الصورة الإيجابية على السلبية لجهاز الشرطة لدى المبحوثين عينة الدراسة بنسب 59.3% للإيجابية، و 40.7% للسلبية، ودراسة (غادة صقر، 2015)⁽⁹⁵⁾ حول صورة الشرطة المصرية كما تعكسها صحافة المواطن واتجاهات الجمهور نحوها بعد ثورة 30 يونية، والتي انتهت نتائجها إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصورة الذهنية لرجال الشرطة لدى الجمهور المصري وبين كثافة استخدامهم لصحافة المواطن، ودراسة مها مختار حسن (2015)⁽⁹⁶⁾ التي تناولت بالرصد والتحليل العلاقة بين تأطير المادة الإخبارية المستخدمة في تقديم أداء قطاعات المؤسسة الأمنية في الصحف المصرية، ومدى مساهمتها في تشكيل اتجاهات الشباب، وتحقيق التواصل بين المواطنين ورجال الأمن، وتحليل أطر المعالجة الإخبارية لأداء المؤسسات الأمنية المصرية خلال ثورتى يناير 2011 ويونيو 2013.

■ أما دراسة شيماء مازن (2017)⁽⁹⁷⁾ فسعت إلى رصد وتحليل وتفسير ملامح وأدوات التحقيقات الاستقصائية التي تقدمها صحفتى الوفد والوطن ازاء الاداء الوزارى خلال الفترة من سبتمبر 2015 وحتى مايو 2016 بغية استخلاص مجموعة من الممارسات الحكومية التي تطرحها تلك الصحف فى اطار دورها الرقابى على الاداء الوزارى المرتبط بقضايا تمس مصالح المجتمع ومواطنة ثم صياغتها فى مقياس اتجاهات بهدف استخدامه فى الكشف عن الدور الذى تلعبه تلك التحقيقات فى تشكيل اتجاهات لدى القراء نحو الاداء الوزارى. وانتهت نتائجها إلى:- جاءت معظم

اتجاهات قراء التحقيقات الاستقصائية نحو الأداء الوزاري مؤيدة أو محايدة للعبارات السلبية التي تكشف أوجه التقصير الوزاري كما طرحتها التغطيات الاستقصائية بالصحف الحزبية والخاصة خلال فترة الدراسة، والتي تصدرها تجاهل الحكومة لاحتياجات المواطنين والإهمال في حماية أدنى حقوقهم، ثم ضعف الرقابة والمتابعة أو غيابها كلية، ثم الإكتفاء بالحلول الجزئية والقرارات المتخبطة، والتصريحات المسكنة، ثم غياب إرادة تفعل القوانين والتشريعات المدعومة بوسائل رادعة، والاتكاب الحكومة لمخالفات تتسبب في إهدار المال العام، ، ودراسة **ريهام درويش (2006)** ⁽⁹⁸⁾ **دور الصحافة المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء الأداء الحكومي أثناء الأزمات، التي سعت إلى التعرف على دور الصحف (القومية - الحزبية - والخاصة) في تشكيل اتجاهات الجمهور العام إزاء الأداء الحكومي أثناء الأزمات (اغتيال السفير المصري في العراق وتفجيرات شرم الشيخ الإرهابية وحريق مسرح قصر ثقافة بني سويف)، ومن نتائجها:- اتسمت اتجاهات الباحثين نحو الأداء الحكومي أثناء الأزمات بالسلبية، كما سعت دراسة **حسين خليفه (2018)** ⁽⁹⁹⁾ حول دور القنوات الفضائية والإنترنت في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو المؤسسات السياسية والتشريعية إلى رصد طبيعة وحدود الدور الذي قامت به الخطابات الإعلامية المتنوعة في تشكيل الأنساق المعرفية والوجدانية للرأي العام المصري نحو أداء المؤسسات السياسية والتشريعية بالتطبيق على أزمة اتفاقية ترسيم الحدود البحرية بين مصر والمملكة العربية السعودية والمعروفة إعلامياً باسم "أزمة جزيرتي تيران وصنافير"، وتوصلت نتائجها إلى:- جاء الخطاب الرسمي لمؤسسة الرئاسة شارحاً لكثير من القضايا والأحداث المتعلقة بالأزمة إلا أن الجدير بالذكر أن هذا الخطاب لم يأت من داخل قبة البرلمان وأمام مجلس النواب الممثل الشرعي والحقيقي لجميع المصريين وإنما جاء أمام مجموعة مختارة من الشخصيات العامة ذوي التخصصات المختلفة وعدد من فئات المجتمع تحت مسمى (اجتماع موسع للرئيس مع ممثلي مختلف فئات المجتمع المصري)، إضافة إلى لم يوضح الخطاب الرسمي على مدار الأزمة بشكل واضح وقاطع هل جزيرتي تيران وصنافير تقع تحت السيادة السعودية أساساً ومصر تعيد هاتين الجزيرتين لهما؟! وحكمًا في ذات الوقت فمجلس النواب فقد حياده بالطعن على حكم محكمة القضاء الإداري والذي انضم فيه البرلمان للحكومة، ومن ثم يكون المجلس قد فقد صلاحيته لمناقشة الاتفاقية وأيضاً عدم صلاحيته للموافقة عليها أو رفضها. وناقشت **سارة نصر (2018)** ⁽¹⁰⁰⁾ **المعالجة الإعلامية لأداء مؤسسة الرئاسة في برامج الحوار التليفزيونية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها** كيفية عرض ومعالجة قضايا مؤسسة الرئاسة المصرية في البرامج الحوارية بالقنوات المختلفة (مصرية وعربية ودولية) وتأثير تعرض الجمهور لتلك البرامج على اتجاهه نحو أداء مؤسسة الرئاسة الجزئي والعام، مع الأخذ في الاعتبار تأثير الأداء الإعلامي للرئاسة بما يتيحه من تفاعل مع الجمهور والذي ينعكس بدوره على تقييمهم العام، أما دراسة **مايسة السيد (2018)** ⁽¹⁰¹⁾ فقد هدفت إلى التعرف على ملامح أداء المؤسسات الحكومية المختلفة في الدراما العربية من أفلام ومسلسلات، ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري العام نحو الأداء الحكومي، وخلصت**

إلى وجود علاقات ارتباطية ذات دلالات إحصائية بين كل من حجم، وتراكم التعرض، ومتغيرات المشاهدة النشطة للأفلام والمسلسلات المصرية _ من ناحية _ واتجاهات المبحوثين نحو الأداء الحكومي من ناحية أخرى، فيما سعت دراسة ممدوح مكايوي (2015)⁽¹⁰²⁾ إلى اختبار العلاقة بين التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة واتجاهات الرأي العام المصري نحو مؤسسات الدولة، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج منها ارتفاع مستوى تعرض الجمهور المصري للبرامج التليفزيونية الساخرة، وزيادة الإقبال عليها كنوع من التنفيس، ورصدت الدراسة الاهتمام الملحوظ بمتاعة الجمهور المصري لأداء مؤسسات الدولة (الرئاسية، والشرطية، والقضائية، والعسكرية)، كما أوضحت النتائج ارتفاع مستوى الرضا عن تناول البرامج التليفزيونية الساخرة لأداء مؤسسات الدولة، وتصدر برنامج البرنامج لباسم يوسف مقدمة البرامج التي يفضل الجمهور المصري متابعتها، كما عنيت دراسة **هناء فاروق صالح (2010)**⁽¹⁰³⁾ حول دور الإعلام في تشكيل صورة منظمات المجتمع المدني لدى الرأي العام المصري، بالتعرف على دور الصحافة في تشكيل صورة منظمات المجتمع المدني لدى الرأي العام المصري، والكشف عن مدى اعتماد الرأي العام على وسائل الإعلام في تكوين معارفه، واتجاهاته نحو منظمات المجتمع المدني، وتأثير هذا الاعتماد على طبيعة الصورة المتكونة لديه عنها، وجاءت صورة منظمات المجتمع المدني لدى الرأي العام محايدة بالمرتبة الأولى تلتها الصورة الإيجابية، فالسلبية، كما كشفت النتائج أن الرأي العام يرى أن المعالجات التي تقدمها الصحافة عن منظمات المجتمع المدني موضوعية بنسبة كبيرة، وخلصت نتائج دراسة **(محمد نبيل حماد، 2017)**⁽¹⁰⁴⁾ حول دور وسائل الاتصال الحديثة في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القضاء، أن 56% من العينة لم يحددوا موقفهم من بعض الشائعات التي تطلق على مؤسسة القضاء، كما انتهت النتائج إلى ثقة المبحوثين- عينة الدراسة- في مؤسسة القضاء المصري ويعتبرونه الحصن والملجأ بعد الله لهم في سبيل الحفاظ على حقوقهم وحررياتهم وضمانه داخل المجتمع.

• **دراسة هناء فاروق صالح (2005)**⁽¹⁰⁵⁾ حول دور الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات السياسية، استهدفت التعرف على صورة الأمم المتحدة كمنظمة عالمية وجامعة الدول العربية كمنظمة إقليمية لدى الرأي العام المصري والعوامل الوسيطة المؤثرة فيها سواء المرتبطة بالرأي العام أو بالإعلام أم بالمنظمات ذاتها، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن صورة الأمم المتحدة والجامعة العربية محايدة لدى الرأي العام المصري، في حين جاءت شديدة السلبية في الصحافة خاصة الحزبية، كما جاءت صورة الأمم المتحدة أكثر سلبية من الجامعة العربية؛ نظراً لارتباطها بالولايات المتحدة الأمريكية وموقفها إزاء القضايا العربية المصرية، كما أكدت الدراسة أن الصحافة مصدر أساسي من مصادر معلومات الرأي العام المصري وتشكيل اتجاهاته وتكوين آرائه نحو كل من الأمم المتحدة والجامعة العربية، وأنها تمارس تأثيراً أكبر على فئات معينة وهي الشباب من 21 إلى 39 سنة، والطلاب المتعلمون تعليماً متوسطاً، وأن تأثيرها يزداد في أوقات الأزمات.

9- وسائل الإعلام والرأي العام نحو أشخاص أو جماعات

• انتهت نتائج دراسة أسامة السعيد قرطام (2017)⁽¹⁰⁶⁾ صورة الإسلام السياسي في الصحافة العربية وانعكاسها على اتجاهات الجمهور في مرحلة الثورات العربية إلى مجموعة من النتائج في مقدمتها سلبية الصورة المقدمة في صحف العينة ولدى الجمهور عن جماعات الإسلام السياسي، في مرحلة الثورات العربية، وغلبت الصور السلبية المتعلقة بالجمود والإنغلاق الفكري، والصراع مع المختلفين فكرياً مع تلك الجماعات، فضلاً عن ازدواجية الخطاب، والارتباط بمشروعات إقليمية على حساب الانتماء الوطني، والخلط المتعمد بين الدين والسياسة، كما كشفت الدراسة عن توافق ملموس لمكونات الصورة المقدمة في مضامين صحف العينة، وبين الصورة الذهنية عن تلك الجماعات لدى الجمهور، فيما استهدفت دراسة إسراء الزيني (2015)⁽¹⁰⁷⁾ التعرف على ملامح وسمات الصورة الذهنية لتيارات الإسلام السياسي لدى الرأي العام المصري وتحليل مكونات هذه الصورة وعناصرها وتفسيرها، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:- رفض أغلبية المبحوثين استمرار عمل تيارات الإسلام السياسي في السياسة وجاءت أبرز أسباب الرفض لعدم قدرتها على الفصل بين العمل الدعوي والسياسي، ولأنها تعتمد على إثارة المشاعر الدينية لتحقيق مكاسب سياسية ولرغبتها في الاستحواذ على كل مقاليد السلطة والحكم، إضافة إلى بروز اتجاهات سلبية لدى الرأي العام نحو تيارات الإسلام السياسي بشكل عام، فهو يرى أن التيارات الإسلامية قادرة على التنظيم والحشد بقدرة فائقة، وأنها أكثر التيارات السياسية استفادة من ثورة 25 يناير، وأنها توظف الدين لخدمة مصالحها، بالإضافة إلى رفض هذه التيارات لنتامي دور المرأة والمسيحيين في المجتمع، كما أن هذه التيارات تنتهج العنف كوسيلة للتغيير، بالإضافة إلى إعلاء هذه التيارات لمصالحها الضيقة فوق أي مصلحة وطنية. واستهدفت دراسة ريهام سامي (2015)⁽¹⁰⁸⁾ دور التلفزيون والمواقع الاجتماعية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الجماعات الإسلامية، معرفة دور كل من التلفزيون والمواقع الاجتماعية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الجماعات الإسلامية، وانتهت نتائجها إلى:- تفوق الاتجاهات السلبية نحو جماعة الإخوان المسلمين عن الاتجاهات الإيجابية نحوها، فقد انحصرت السمات الإيجابية لجماعة الإخوان في ثلاث سمات تتمثل في أنهم منظمون، وأصحاب فكر جمعي، كما أنهم تعرضوا للظلم، بينما كانت السمات السلبية تتمثل في الكذب والتخلف والفشل والغباء السياسي والاستغلال العاطفي وربط الدين بالسياسة والسعي إلى السلطة.

• واستهدفت دراسة نيرمين خضر (2013)⁽¹⁰⁹⁾ حول اتجاهات الرأي العام المصري نحو الإخوان المسلمين، رصد وتقييم اتجاهات الرأي العام المصري نحو الإخوان المسلمين بعد فوزهم في الانتخابات الرئاسية 2012، وخلصت نتائجها إلى: عدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام المختلفة والاتجاه نحو الإخوان المسلمين، حيث توجد مجموعة من العوامل والمتغيرات الأخرى التي لها دور في تشكيل الاتجاهات نحو الإخوان المسلمون- غير وسائل الإعلام- مثل خبرة الاتصال الشخصي لديهم، وخليفتهم المعرفية المكونة لسياستهم، وتاريخهم، كما

انتهت النتائج إلى وجود علاقة طردية بين التوقعات السياسية والاتجاه نحو الإخوان المسلمون، فكلما كانت التوقعات إيجابية قادت إلى اتجاهات إيجابية والعكس.

• **دراسة يسرا حسني (2011) (110) الصورة الذهنية للقوى السياسية لدى الرأي العام المصري، والتي استهدفت التعرف على الصورة الذهنية للقوى السياسية المصرية (الأحزاب، جماعة الإخوان المسلمين) لدى الرأي العام المصري، والتي انتهت نتائجها إلى أن الاتجاه العام المتكون لدي عينة البحث عن أهداف أعضاء جماعة الإخوان المسلمين هو الإتجاه المحايد، يليه الإتجاه الإيجابي، كما يري أغلب المبحوثين أن أعضاء الأحزاب السياسية يعملون من أجل تحقيق مصالح شخصية أكثر من العمل علي تحقيق الصالح العام، وتوصلت نتائج دراسة إيمان محمد حسني (2010) (111) علاقة الأطر الصحفية لأنشطة الحركات السياسية والاجتماعية باتجاهات الشباب المصري نحوها، إلى انخفاض تأييد الشباب لأنشطة الحركات ذات الطابع الديني ك "الإخوان المسلمين" سواء كانت أنشطة سياسية كالإعلان عن العمل على تكوين حزب سياسي، أو أنشطة احتجاجية كالعرض الاحتجاجي لطلاب الإخوان في جامعة الأزهر. كما أشارت نتائج دراسة أيمن منصور ندا (2008) (112) حول توجهات استطلاعات الرأي العام الأمريكية عن الإسلام والمسلمين، إلى تقييم الرأي العام للإسلام كمصدر تهديد لأمن الولايات المتحدة، وكمصدر خطر على نظم المجتمعات الغربية قد زاد بعد أحداث 11 سبتمبر وارتفع إلى مستويات غير مسبوقة مقارنة بهذا التقييم قبل هذه الأحداث.**

■ **إنجي محمد سامي (2015) (113) أنماط تقديم الإسلام السياسي في الكاريكاتور بالصحف الإلكترونية والورقية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الجمهور، التي توصلت نتائجها إلى أن سمة الكذب جاءت في مقدمة السمات السلبية لتيارات الإسلام السياسي، يليها الأزواجية ثم الخيانة، وكانت اللحية من أبرز المظاهر الخارجية في الرسوم الكاريكاتورية وذلك للتدليل على انتماء الشخص المرسوم، يليها الجلباب، ثم علامة الصلاة، كما أن الكاريكاتور كون صورة ذهنية سلبية لدى الجمهور المتابع لدى قضايا الإسلام.**

■ **منة الله إيهاب (2014) (114) أطر تقديم الفاعلين السياسيين في تغطية الصحف الخاصة اليومية للأحداث والشئون السياسية والتي أثبتت نتائجها أن حركة " 6 إبريل" هي الأكثر ظهوراً في تغطية الصحف الثلاث بين الحركات الاحتجاجية محل الدراسة، بينما اتضح أن أكثر تيارات الإسلام السياسي ظهوراً هي "الإخوان المسلمين". وفيما يخص الأحزاب السياسية فأوضحت النتائج أن حزب "الحرية والعدالة" كان الأكثر كثافة في التواجد في التغطية في الصحف محل الدراسة، أما مرشحو الرئاسة فالمرشح الأكثر ظهوراً كان "محمد مرسى". وفيما يخص "سمات دور الفاعل" و"الإطار المهيمن على تقديمه" فاختلفت الصحف الثلاث في تقديم أدوار كل من الفاعلين السياسيين محل الدراسة في التغطية بين "إيجابي، سلبي، وغير محدد، وانتهت نتائج دراسة أحمد متولي (2013) (115) صورة جماعة الإخوان المسلمين في**

الصحف الإلكترونية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي، إلى بروز صورة سلبية عن جماعة الإخوان المسلمين في مضامين الصحف الإلكترونية المصرية بوصفها متعصبة ومتشددة وانتهازيه، وفاشلة في إدارة البلاد، وتسعى إلى أخونة الدولة. إلا أن دراسته أيضاً أشارت إلى وجود بعض الصفات الإيجابية منها أن الجماعة تحاول الحفاظ على الشرعية وتطبيق الشريعة الإسلامية، كما أكدت نتائج دراسة **هند بشندي (2012)** ⁽¹¹⁶⁾ **تعليقات مستخدمى المواقع الإلكترونية الخيرية إزاء الشئون العامة في مصر: دراسة تحليلية للخطاب واتجاهاته**، التي تناولت رصد وتحليل سمات واتجاهات تعليقات قراء المواقع الإخبارية المصرية على شبكة الإنترنت بشأن التغطية الخيرية المقدمة حول قضايا الفتنة الطائفية ومحاكمة الرئيس السابق حسني مبارك، والإضرابات والاعتصامات الفئوية، و ذلك من خلال موقعي المصري اليوم و اليوم السابع، في الفترة من مايو 2011 وحتى سبتمبر 2011، على دور تلك القوى في إشعال الأزمات بعد الثورات، وخاصة ما يتعلق بأحداث الفتنة الطائفية التي وقعت في مصر عقب ثورة 25 يناير 2011.

10- وسائل الإعلام والرأي العام نحو الدول

● **سعت دراسة حمد راشد هلال (2017)** ⁽¹¹⁷⁾ إلى معرفة الذي تسهم به وسائل الاتصال في تشكيل صورة دولة الإمارات العربية المتحدة لدى الرأي العام المصري، وطبيعة الجهود الاتصالية التقليدية والجديدة التي يوظفها القائمون بالاتصال لتحسين هذه الصورة، ومعرفة تأثير تلك الجهود على الصورة الذهنية للدولة لدى الرأي العام المصري، وسعت دراسة **مها بخيت (2016)** ⁽¹¹⁸⁾ إلى تحليل مرتكزات صورة مصر في الصحف العربية الإلكترونية محل الدراسة الاتحاد الإماراتية والراية القطرية والثورة السورية والصبح المغربية والأيام الفلسطينية خلال الفترة من (2009-2013)، وخلصت الدراسة إلى أن منتجى الخطاب الصحفى العربى فى صحف الدراسة اختلفوا بشكل كامل فى الحديث عن الأدوار والصفات الإيجابية والسلبية المنسوبة للقوى الفاعلة المتمثلة فى (الإخوان المسلمين). حيث اتجه خطاب (الراية القطرية) إلى الطابع المؤيد للجماعة، أنها كبرى الجماعات المعارضة فى مصر، وأنها ستظل لاعباً مهماً فى العالم العربى وعنصراً فاعلاً لا يمكن إهماله خلال حكم مبارك، وأنهم تعرضوا للإعتقال من وقت لآخر، وخلال تاريخهم تأرجح الإخوان المسلمون بين المعارضة العنيفة للسلطة وبين التعاون من خلال المناداة بدولة إسلامية مع ضمان احترام اللعبة الديمقراطية واتفقت معها (الصبح المغربية) أنها جماعة كبيرة ومؤثرة أما خلال فترة انتخابات مجلس الشعب والشورى والرئاسة المصرية 2012 اتجه خطاب صحف الاتحاد الإماراتية والراية القطرية والصبح المغربية والثورة السورية والأيام الفلسطينية إلى الهجوم على جماعة الإخوان المسلمين وأن مجلس الشعب المصرى 2012 هو السقوط الكبير للجماعة، وأن الأقدعة رديئة الصنع سقطت عنهم، وخلال أحداث عزل مرسى لجأوا إلى تمثيل دور الضحية، وفازوا بمنصب الرئاسة عبر الشعارات البراقة، وممارسة الحكم دون درايه به، وأنها تريد تدويل الأزمة المصرية من أجل إنقاذ مشروع الفوضى الإخوانى الذى

تتبناه بعد أن ظلت تروج له لسنوات على الدوام وعلى حساب دماء وقدرات شعوب المنطقة، أما دراسة آية طارق (2016)⁽¹¹⁹⁾ صورة العرب كما تعكسها الدراما التلفزيونية المصرية وعلاقتها بإدراك الجمهور المصري للشخصية العربية، فقد استهدفت 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، وتوصلت نتائجها إلى أن اتجاه المعالجة الغالبة للشخصية العربية في المسلسلات التلفزيونية المصرية عينة الدراسة هو الاتجاه المحايد، وأن (82.6%) من مبحوثين الدراسة يدركون الشخصية العربية بصورة "متوسط" ليست جيدة ولا سيئة، وأكدت هذه الدراسة على وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين طبيعة الصورة التي تقدمها المسلسلات التلفزيونية المصرية عن الشخصية العربية و حقيقة الشخصية العربية كما يدركها المبحوثون، ولكنها أكدت أيضاً على عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى مشاهدة المسلسلات التلفزيونية المصرية و حقيقة 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 و سطحي.

• ودراسة محمد نمر (2015)⁽¹²⁰⁾ التي استهدفت رصد وتحليل معالجة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية للموضوعات والقضايا المتعلقة بالشأن الفلسطيني، وعلاقة هذه المعالجة باتجاهات الجمهور المصري نحو الفلسطينيين، والتي توصلت نتائجها إلى : 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، أما دراسة دعاء صلاح (2015)⁽¹²¹⁾ فقد هدفت إلى رصد سمات وملامح الصورة المقدمة عن المجتمع الإسرائيلي في الأفلام والمسلسلات المصرية، والتعرف على علاقة مشاهدة الأعمال الدرامية باتجاهات الشباب المصري نحو قضية التطبيع مع إسرائيل، ومن أهم نتائج الدراسة التحليلية أن الأعمال الدرامية عينة الدراسة لم تهتم بإظهار بعض المتغيرات الديموغرافية للشخصيات الإسرائيلية كالحالة الاجتماعية أو المستوى التعليمي، وجاءت المشكلات النفسية في مقدمة المشكلات التي واجهت الشخصيات الإسرائيلية، تلتها المشكلات الاجتماعية. وجاءت الأفلام والمسلسلات الدرامية العربية في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون لجمع معلوماتهم عن المجتمع الإسرائيلي/ الشخصية الإسرائيلية وذلك بنسبة 73.1%، وفيما يخص اتجاهات المبحوثين تجاه التطبيع، جاء أكثر من نصف العينة يعارضون التطبيع مع إسرائيل بنسبة 63.9%. كما اتضح وجود علاقة ارتباطية عكسية ضعيفة بين كثافة مشاهدة الأعمال الدرامية التي تتناول المجتمع الإسرائيلي واتجاهات الشباب نحو التطبيع مع إسرائيل.

واستهدفت دراسة **علياء عنتر (2013)**⁽¹²²⁾ دور القنوات الإخبارية في تشكيل الصور الذهنية عن الدول العربية لدى الجمهور المصري، تحليل الصورة الإعلامية للدول العربية كما تعكسها المعالجة الإخبارية في الفضائيات الإخبارية العربية محل الدراسة (الجزيرة - النيل الإخبارية - العربية)، ودور هذه القنوات في تشكيل الصور الذهنية عن الدول العربية لدى الجمهور المصري - عينة الدراسة - ودراسة المتغيرات الوسيطة المؤثرة على فاعلية هذه القنوات (سواء كانت خاصة بالوسيلة أو الجمهور). وطبقت الدراسة نظريتي الأطر الخبرية والهوية الاجتماعية، وجاءت نتائجها أن أهم المصادر التي تستقي منها عينة الدراسة معلوماتهم عن الدول العربية القنوات الفضائية الإخبارية العربية تلتها شبكة الإنترنت، ثم الصحف والمجلات المصرية، ثم التلفزيون المصري. جاء ترتيب أهم الدوائر التي يشعر المبحوثون عينة الدراسة بالانتماء لها كما يلي: مصر في الترتيب الأول ثم العالم الإسلامي، ثم العالم العربي، وأخيراً القارة الإفريقية.

• ودراسة **هبة شاهين (2011)**⁽¹²³⁾ حول دور القنوات الإخبارية في تشكيل صورة مصر لدى الجمهور العربي، والتي استهدفت رصد ملامح وسمات صورة مصر كما تعكسها المعالجة الإخبارية للقضايا المتعلقة بمصر في القنوات الإخبارية العربية (الجزيرة والعربية) ومدى انعكاس هذه الصورة الإعلامية على الصورة الذهنية التي يكوها الجمهور العربي لمصر، وانتهت نتائجها إلى قيام هذه القنوات بدور انتقائي يتمثل في إبراز بعض الجوانب في صورة مصر وإغفال البعض الآخر، ومارست القناتان الإخباريتان العربيتان تشكيل صورة مصر وفقاً لمنظومة مصالح القناتين التي ترتبط بمصالح مالكيها، وانتهت النتائج إلى غلبة الطابع السلبي على الموضوعات المتعلقة بمصر، واستهدفت دراسة **ميرال مصطفى (2011)**⁽¹²⁴⁾ صورة العرب كما تعكسها القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية و علاقتها باتجاهات الجمهور الأجنبي نحوها، تحليل سمات الصورة الإعلامية التي تقدمها المواد الإخبارية في القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية عن العرب والدول العربية وتأثير هذه الصورة على اتجاهات الجمهور الأجنبي نحو العرب والدول العربية وذلك لتقييم الدور الذي تقوم به هذه الفضائيات في بناء صورة ذهنية عن العرب والدول العربية لدى الجمهور الأجنبي، وتوصلت نتائجها إلى أظهرت نتائج مسح المضمون الإخباري أن أهم السمات الإيجابية للدول العربية محل الدراسة هي اهتمام الدول العربية بإقامة علاقات طيبة مع الغرب، تصدرت سمة وجود العديد من الحركات المتطرفة في الدول العربية قائمة السمات السلبية للدول العربية، أظهرت الدراسة الميدانية أن أكثر السمات الإيجابية التي تتمتع بها الدول العربية من وجهة نظر المبحوثين هي وجود العديد من الأماكن السياحية في الدول العربية.

• دراسة **أيمن منصور ندا (2009)**⁽¹²⁵⁾ حول صورة الولايات المتحدة في مصر، والتغيرات التي طرأت على اتجاهات الرأي العام المصري نحو الولايات المتحدة (1999-2008)، والتي خلصت نتائجها إلى وجود فروق في اتجاهات المصريين نحو الولايات المتحدة كدولة، ونحو الأمريكيين كأفراد، إذ تميل الاتجاهات نحو الولايات

المتحدة إلى السلبية، في حين تميل الاتجاهات نحو الأمريكيين كأفراد إلى الإيجابية، وأشارت الدراسة إلى تأثير الاتجاهات نحو الولايات المتحدة كدولة بالسياسات الخارجية والمواقف التي تتخذها الولايات المتحدة خاصة تلك المتعلقة بمصر والدول العربية والإسلامية، في الوقت الذي لم تتأثر فيه نسبياً الاتجاهات نحو الأمريكيين كأفراد بهذه السياسات والمواقف، كما أشارت الدراسة إلى محدودية دور المتغيرات الديموجرافية في تشكيل الاتجاهات نحو الولايات المتحدة ونحو الأمريكيين.

11- وسائل الإعلام والرأي العام نحو القضايا الدولية

• **محمد رضا محمد إبراهيم (2017) (126) أطر تقديم العلاقات المصرية الفلسطينية في الصحافة المصرية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو القضية الفلسطينية** استهدفت معرفة الأطر التي تقدم بها العلاقات المصرية الفلسطينية في الصحافة المصرية وتحديد الآليات التي اعتمدت عليها هذه الأطر والتي تحددت بناء عليها موقف صحف الدراسة وسياساتها التحريرية إزاء العلاقات المصرية الفلسطينية، وكذلك التعرف على الرسالة الصحفية والإعلامية التي تعمل هذه الصحيفة على توصيلها للجمهور المستهدف، وكيفية توظيفها للأطر الصحفية في تشكيل اتجاهات الجمهور خلال عام 2015 بعد التغيرات التي شهدتها الساحة السياسية واختلاف الأيدولوجيات باختلاف صانعي القرار في مصر بعد ثورتي 25 يناير 2011، و30 يونيو 2013. وتوصلت نتائجها إلى: أغلبية المبحوثين يرون أن صحفهم المفضلة لديها اهتمام بالقضية الفلسطينية، وأن الصحف المصرية قد اهتمت بالعلاقات المصرية – الفلسطينية، وأن الصحف استخدمت "الأطر" التي "تبرز وترکز على الدور المصري الداعم للقضية الفلسطينية" بنسبة كبيرة حيث يرى ذلك نحو (45,3%) من المبحوثين، وتعمل الصحف باستخدام هذا النوع من التأطير على تدعيم العلاقات المصرية – الفلسطينية، ولهذا فإن استخدام الصحافة المصرية لتلك الأطر يهدف إلى التأثير في اتجاهات الجمهور بالإيجاب نحو القضية الفلسطينية.

• **دراسة مها الوزير (2011) (127) اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو الصراع العربي الإسرائيلي، والتي توصلت نتائجها 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، والاجتياح الإسرائيلي للبنان 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.**

• **واستهدفت دراسة طارق يوسف (2011) (128) حول المعالجة الإخبارية لقضايا العالم الإسلامي في التلفزيون المصري ودورها في تشكيل معرفة الجمهور واتجاهاته، معرفة سمات المعالجة الإخبارية بالتلفزيون المصري لقضايا ودول العالم الإسلامي، والدور الذي تلعبه هذه المعالجة في تشكيل معرفة واتجاهات الجمهور نحو**

هذه القضايا. و توصلت الدراسة إلي أن معالجة التلفزيون المصري لقضايا العالم الإسلامي لعبت دورًا كبيرًا في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو هذه القضايا، واستحوذت القضية الفلسطينية على غالبية عدد أخبار قضايا العالم الإسلامي التي وردت بال نشرات.

• دراسة إيناس مسعد (2006)⁽¹²⁹⁾ حول أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري تجاه القضايا الدولية، وقد تناولت اثنتين من أبرز القضايا المعاصرة على المستوى العربي والعالمي وقتها، وهما: تفجيرات 11 سبتمبر 2001 في الولايات المتحدة الأمريكية وتدابيرها، والتهديدات الأنجلو أمريكية بشن الحرب على العراق، والتي أسفرت عن هجوم أمريكي بريطاني على العراق، ودراسة عبد الله عليان (2003)⁽¹³⁰⁾ حول دور الصحافة الأردنية في ترتيب أولويات اهتمام الرأي العام المحلي بقضايا الصراع العربي الإسرائيلي، التي اهتمت ببحث دور الصحف الأردنية اليومية والأسبوعية في تشكيل وترتيب أجندة جمهور القراء في الأردن تجاه ما يجري على الساحة الفلسطينية، كما سعت إلى التعرف على قائمة أولويات أحداث الانتفاضة لدى صحف الدراسة وقائمة أولويات هذه الأحداث عند جمهور القراء الأردني، وتوصلت نتائجها إلى: أن هناك ارتباط إيجابي ضعيف الشدة بين أجندة جمهور الرأي العام وأجندة الصحف الثلاث، وأن هناك ارتباط بين أجندة الصحف الأسبوعية أكثر من ارتباطها مع أجندة الصحف اليومية، وأجندة الصحف الأسبوعية أكبر قليلاً من أجندة الرأي العام الأردني، كما أبرزت نتائج دراسة نوال الصفتي (2002)⁽¹³¹⁾ دور الصحف المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضية الإرهاب الدولي أهمية وسائل الإعلام المصرية كمصادر لمعرفة عينة الدراسة من المبحوثين بقضية الإرهاب الدولي، وجاء في مقدمة هذه الوسائل التلفزيون والراديو ثم الصحافة. أما دراسة عادل عبد الغفار (2000)⁽¹³²⁾ حول أثر الراديو والتلفزيون في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو تطبيع العلاقات مع إسرائيل، فقد استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة مناخ الرأي العام climate of opinion أو الاتجاه السائد Man Streaming الذي تروج له وسائل الإعلام المصرية، من خلال ما تقدمه من معلومات وما تطرحه من آراء ومناقشات حول قضية تطبيع العلاقات المصرية الإسرائيلية والقضايا المتصلة بها، وتأثير هذا المناخ وأهميته في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو قضية تطبيع العلاقات مع إسرائيل. وانتهت نتائجها إلى أن هناك علاقة ارتباطية بين إدراك الاتجاه السائد في الصحف الحزبية نحو التطبيع والاتجاه السائد، وبين الاتجاه والتطبيع، ولذلك تمتعت إسرائيل بصورة سلبية في قضايا التطبيع والتسوية السلمية والممارسات في الأراضي العربية المحتلة، وأكدت الدراسة أن صحيفة الأهرام هي الأكثر متابعة للحدث. كما استهدفت دراسة هبة شاهين (2002)⁽¹³³⁾ اتجاهات الرأي العام المصري نحو أحداث الهجوم الأمريكي على أفغانستان، تحديد اتجاهات الرأي العام المصري نحو أحداث الهجوم الأمريكي على أفغانستان، وخلصت النتائج إلى معارضة المبحوثين عينة الدراسة للهجوم الأمريكي على أفغانستان لعدة أسباب في مقدمتها موت عدد كبير

من أفراد الشعب البرئ من النساء والأطفال، وبرزت الصورة الذهنية السلبية تجاه الولايات المتحدة بنسبة 89% من المبحوثين مقابل 11% يحتفظون باتجاهات إيجابية نحو الولايات المتحدة.

12- وسائل الإعلام والرأي العام نحو الثورات

• سعت دراسة محمود سلمي (2018)⁽¹³⁴⁾ دور الأفلام الروائية المصرية في نشر ثقافة الاحتجاج لدى الجمهور العام قبل اندلاع ثورة 25 يناير 2011، إلى معرفة وقياس الدور الذي تقوم السينما الروائية في نشر ثقافة الاحتجاج لدى الجمهور العام المصري قبل اندلاع ثورة 25 يناير 2011، وأيضاً رصد اتجاهات الجمهور العام بتفاوت مستوياته تعليمه واقتصاداته ووعيه السياسي بإدراك مفهوم ثقافة الاحتجاج في الأفلام الروائية، والفارق بين ذلك وإدراك النخبة للمفهوم نفسه وآرائها تجاه هذا المفهوم تجاه هذا المفهوم من خلال الأفلام الروائية ومعرفة ما إذا كانت قدمت قضايا الاحتجاج أم لا. واعتبرت عينة الدراسة الميدانية ثقافة الاحتجاج تعكس فشل ترسيخ الديمقراطية، وجاءت القضايا السياسية في صدارة أهم القضايا التي تهم المبحوثين بالاحتجاج من أجلها تليها القضايا الاقتصادية والاجتماعية وأخيراً العسكرية والثقافية. وتصدرت قضية الفساد قضايا الاحتجاج السياسي، في حين تصدرت قضية المحسوبية قضايا الاحتجاج الاجتماعي والاقتصادي، كما تصدرت قضية انتهاك حقوق الإنسا قضايا الاحتجاج الثقافي والفكري.

• استهدفت دراسة أميرة عبدالرحمن (2017)⁽¹³⁵⁾ دور البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية في تشكيل الصورة الذهنية للثورة المصرية لدى طلاب الجامعات التعرف على الصورة الإعلامية التي تقدمها البرامج الحوارية لأحداث الثورة المصرية لدى طلاب الجامعة، وأوضحت نتائجها أن البرامج الحوارية عينة الدراسة تعكس صورة ذهنية سلبية في المقام الأول تليها الصورة الذهنية الإيجابية فالمحايدة، كما أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلاب الجامعة للأحداث البارزة للثورة المصرية بالبرامج الحوارية والصورة الذهنية المتكونة لديهم عن هذه الأحداث، وكذلك وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لتكرار المعالجة البرمجية لأحداث الثورة وتبينهم اتجاهًا معينًا نحو هذه الأحداث.

• دراسة نيرمين خضر (2014)⁽¹³⁶⁾ حول اتجاهات الرأي العام المصري في المجتمع الافتراضي نحو الموقف الأمريكي الرسمي من ثورة 30 يونيو 2013، والتي استهدفت رصد اتجاهات الرأي العام المصري في المجتمع الافتراضي نحو الموقف الأمريكي الرسمي من أحداث 30 يونيو 2013، والتعرف على مكونات المشهد السياسي الأمريكي وتوجهات السياسة الأمريكية بعد 30 يونيو، ودراسة أشرف جلال (2012)⁽¹³⁷⁾ حول دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية، التي أظهرت نتائجها وجود تفوق واضح للشبكات الاجتماعية في تكوين آراء الجمهور نحو الثورات العربية نتيجة لتوافر

عاملين أساسيين كما يؤكد النموذج الديمقراطي المشارك وهما سماح هذه الوسائل بحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية وقدرتها على تحقيق المشاركة بفاعلية، وأضافت النتائج أن هناك تهديد حقيقي للوسائل التقليدية التي ثبت عجزها وفشلها بدرجات مختلفة - سواء كانت خاصة أو حكومية - وخاصة مع تطور الشبكات الاجتماعية بوجه خاص والمضمون المرتكز على المتلقي Content receive based بوجه عام.

13- وسائل الإعلام والرأي العام نحو القضايا المحلية والعربية

• اهتمت دراسة أحمد إبراهيم عباس (2016)⁽¹³⁸⁾ دور القنوات الرياضية العربية المتخصصة في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الرياضة، برصد وقياس مدى ما تقوم به القنوات الرياضية المتخصصة في تشكيل معارف واتجاهات الشباب نحو الرياضة ومدى تعرضه لهذه القنوات، وأيضا التعرف على مدى تلبية القنوات الرياضية المتخصصة لاحتياجات الشباب الاتصالية والمعرفية والإعلامية ورصد دور القنوات الرياضية المتخصصة في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو ظاهرة الالتراس ودور الرياضة في المجتمع بوصفها من القضايا المهمة في المجتمع المصري. وتوصلت نتائجها إلى أن "قناة النيل للرياضة" في المرتبة الأولى مشاهدة بينما جاءت قناة "النادي الأهلي" في المرتبة الثانية، المباريات الرياضية تحتل المرتبة الأولى لدى الجمهور وتعتبر أهم المواد التي يتابعها الجمهور على القنوات الرياضية المتخصصة، أهم مصدر للمعلومات لدى الأفراد هي القنوات الرياضية المتخصصة، أما دراسة عاطف محمد سعد (2014)⁽¹³⁹⁾ أطر معالجة قضايا المجتمعات المحلية في الصحافة الإقليمية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها فقد هدفت في جانبها التحليلي إلى التعرف على أطر معالجة قضايا المجتمعات المحلية في الصحافة الإقليمية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا، ومعرفة الفنون الصحفية المستخدمة وعناصر الإبراز التي تم توظيفها وفي جانبها الميداني تهدف إلى التعرف على رأى عينة الباحثين حول معالجة صحف الدراسة للقضايا ومدى ثقتهم في الصحف ورضاهم عن أدائها، واستهدفت دراسة أشرف جلال (2009)⁽¹⁴⁰⁾ حول أثر التقنيات الحديثة (المواقع- المنتديات- المدونات) على تشكيل الرأي العام في المجتمع العربي، التعرف على طبيعة الدور الذي تلعبه المواقع الإلكترونية والمدونات في تشكيل الرأي العام العربي فيما يتعلق بالقضايا العربية المحلية أو الدولية، أما دراسة صابر حماد (2007)⁽¹⁴¹⁾ أثر المعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربي السياسية في إذاعتي صوت العرب وهينة الإذاعة البريطانية على اتجاهات الجمهور العربي فقد سعت إلى معرفة الأطر الإعلامية التي تُعرض من خلالها قضايا الوطن العربي السياسية المثارة من خلال إذاعتين موجهتين تمثل إحداهما وجهة النظر العربية وهي إذاعة صوت العرب، والأخرى تمثل الإعلام الغربي متمثلا في هيئة الإذاعة البريطانية الناطقة باللغة العربية.

14- وسائل الإعلام والرأي العام نحو الأحداث الجارية

• دراسة أماني عمر الحسيني (2006) ⁽¹⁴²⁾ حول دور البرامج السياسية في القنوات المصرية المحلية في تشكيل الرأي العام لدى النخبة تجاه الأحداث الجارية، واستهدفت الدراسة الوصفية التعرف على ما تفعله النخبة حين تدرك أن آرائها تمثل الأقلية وليس الأغلبية أو (الرأي السائد)، واعتمدت الدراسة على نظرية دوامة الصمت كإطار نظري لها، وطبقت على عينة مكونة من 150 مفردة من النخبة المصرية، وخلصت نتائج الدراسة إلى كلما زاد شعور المبحوث بأن رأيه يمثل الأقلية التزم الصمت.

15- وسائل الإعلام وتشكيل وتثقيف ومعالجة وبناء أجندة الرأي العام

• ماجدة محمد عبد الباقي (2005) ⁽¹⁴³⁾ حول دور وسائل الإعلام في التثقيف السياسي للرأي العام، والتي سعت إلى رصد وتحليل وتفسير وتقييم الثقافة السياسية للرأي العام المصري، بوصفه متلقيًا للرسائل الاتصالية من مختلف وسائل الإعلام للتعرف على مدى صحتها ودقتها وجودتها وتكاملها كما وكيفا، والتعرف على مصادر هذه الثقافة، والدور الذي يؤديه الإعلام في تمتيتها، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: ارتفاع نسبة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام للرأي العام حول القضايا السياسية إلى حد ما، وجاء التلفزيون في مقدمة ترتيب اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، ثم الصحافة، ثم الإذاعة، كما أثبتت وجود علاقة بين التعرض لأكثر من وسيلة من وسائل الإعلام والاتجاه العام نحو المشاركة السياسية، كما أوضحت الدراسة أن الإنترنت أحد وسائل الاتصال التي يعتمد عليها الرأي العام في تنمية الثقافة السياسية، وانتهت إلى وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وتكامل الثقافة السياسية للرأي العام. وتناولت دراسة السيد بهنسي (2002) ⁽¹⁴⁴⁾ حول علاقات التفاعل بين العوامل المؤثرة في بناء أجندة قضايا الرأي العام في الصحف المصرية، والتي تناولت علاقات التفاعل بين العوامل المؤثرة في بناء أجندة قضايا الرأي العام في الصحف المصرية، وذلك لمعرفة العوامل المؤثرة في بناء الأجندة، وكذلك الأشكال الصحفية المستخدمة في بناء أجندة الرأي العام وتأثير متغيري طبيعة القضية والفترة الزمنية للقضية على بناء أجندة الرأي العام، وتوصلت نتائجها إلى: بالنسبة لمراحل بناء أجندة القضايا (إعداد - تصاعد - ذروة - انتهاء) فكل قضية لا تمر بهذه المراحل بشكل مطلق، وإنما تختلف باختلاف القضية ومدى تدخل عوامل معينة في مساراتها.

- لم يؤثر المدى الزمني من حيث الطول أو القصر للقضايا على عدد العوامل المؤثرة في بناء الأجندة، مما يشير إلى أن طبيعة القضية هي التي تؤثر في الأطراف التي ينبغي أن تؤدي دورا في بناء أجندتها.

16- وسائل الإعلام والرأي العام نحو القضايا النووية

• دراسة إسلام سعد (2013) ⁽¹⁴⁵⁾ حول اتجاهات الرأي العام المصري نحو المعالجة الإعلامية للقضايا النووية، والتي توصلت نتائجها إلى:- أن المادة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام المصرية عن القضايا النووية سطحية جدا، وتقدم بصورة موسمية، وعند تقديمها تقدم بصورة مملّة وكذلك تقدم بصورة غير محايدة فهي منحازة وليست موضوعية، وليس هناك مصداقية لدى الرأي العام المصري في مختلف المصادر الإعلامية على الرغم من تعددها.

(2) النتائج البحثية وتوجهات بحوث ودراسات الرأي العام عينة الدراسة

من مجمل الدراسات السابق ذكرها والنتائج التي انتهت إليها يمكن الخروج بالنتائج التالية:-

- سيطرة وسائل الإعلام التقليدية على العدد الأكبر من الدراسات موضع التحليل بإجمالي (93) دراسة بواقع:- (53) دراسة قامت بدراسة التلفزيون (حكومي: كالدراسات التي عنيت بالقنوات الحكومية أو التلفزيون الأرضي، خاص: كالدراسات التي اهتمت بالفضائيات والبرامج الحوارية والقنوات الإخبارية وغيرها)، و(27) دراسة للصحافة والصحف، و(3) دراسات فقط للراديو، في حين جاءت وسائل الإعلام الجديد (مواقع إلكترونية- إنترنت- وسائل تواصل اجتماعي .. وغيرها) في ترتيب تالي بواقع (37) دراسة، وجمعت (12) دراسة بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة معًا، وتناولت (4) دراسات فقط دور السينما، وكان الاتصال المباشر في ذيل هذه القائمة بواقع دراستين فقط، مما يعني أن التلفزيون لازال يتمتع بأهمية كبيرة في دراسات الإعلام والرأي العام.
- جاءت الموضوعات والقضايا السياسية بوجه عام في مقدمة اهتمامات دراسات الرأي العام عينة الدراسة بواقع (65) دراسة من الدراسات عينة البحث، بواقع (17) دراسة ركزت على القضايا والموضوعات السياسية كالمشاركة السياسية، والإصلاح السياسي، والأزمات السياسية، (7) دراسات حول الحكومة والسلطة، (8) دراسة حول الانتخابات، (17) دراسة حول الأشخاص الاعتبارية أو المؤسسات؛ كالبرلمان، والمؤسسة الأمنية، والقضاء، وركزت (12) دراسة على الإسلام السياسي والقوى الإسلامية، كما ناقشت (6) دراسات أحداث الثورات؛ مما يشير إلى غلبة القضايا والموضوعات السياسية على اهتمام عدد كبير من الباحثين.
- اتجه عدد من الدراسات (7) دراسات نحو دراسة الموضوعات والقضايا المرتبطة بالسلطة (الحاكم- الرئيس- الحكومة) خاصة بعد عام 2011، ودراسة عدد من مؤسسات الدولة (الرئاسية، والأمنية، والقضائية، والتشريعية) بواقع (17) دراسة، وركزت دراسات أخرى على الجماعات السياسية بواقع (12)

دراسة وربما يشير ذلك إلى حالة السيولة السياسية وتزايد مساحة الدراسة والتحليل دون قيود أو عوائق كما كان في السابق،

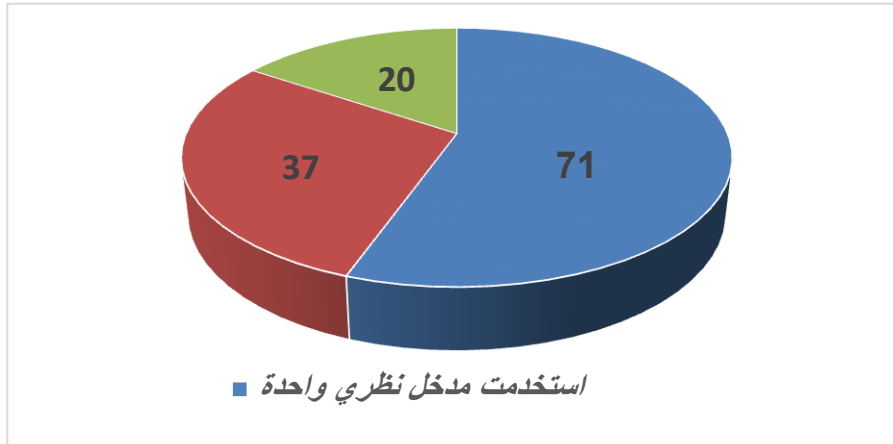
- اهتمت عدة دراسات بصورة رجل الشرطة وخاصة بعد ثورة 25 يناير.
- جاءت الدراسات التي عُنيت بالإصلاح السياسي والتعديلات الدستورية والانتخابات (رئاسية- برلمانية) في ترتيب **ثالث بواقع 15 دراسة**، ولاحظ الباحث أن معظم دراسات الإصلاح السياسي جاءت في الفترة التي سبقت 25 يناير 2011، مما يعني ارتباط هذه الدراسات بواقع الدولة وقتها وأن دراسات الرأي العام ينبغي أن تتواكب مع التحولات السياسية والاجتماعية في النظم التي تعيش فيها.
- اهتمت عدة دراسات بموضوع الصورة الذهنية (9 دراسات).
- ركزت دراسات قليلة على العلاقة بين الرأي العام وبعض الظواهر مثل التردد والتأرجح في اتجاهات الرأي العام، وظاهرة توهّم المعرفة، والشائعات.
- على الرغم من انتشار ظاهرة الإرهاب محليًا، وإقليميًا، ودوليًا، إلا أنه مازال هناك نقص في هذه الدراسات، فمن بين 128 دراسة لا توجد سوى دراستان فقط (عمرو عبد الحميد، 2016، ونوال الصفتي، 2002) قامت بدراسة موضوع الإرهاب رغم زيادة عدد الهجمات الإرهابية التي شهدتها البلاد منذ عام 2013، وربما زاد هذا العدد من قبل الباحثين وتم قيد العديد من الدراسات التي تعني بالإرهاب لكنها قيد الدراسة أو لم تناقش بعد.
- في أوقات سابقة ودراسات أكاديمية أهتمت بحوث وقياسات الرأي العام أنها تركز على الموضوعات الاجتماعية بالأساس دون التعرض للموضوعات السياسية، أما الآن وبعد ثورتي 25 يناير، و30 يونيو، ومع ازدياد وتصاعد الوعي السياسي هناك تحسن وإن كان بطيئًا في دراسة موضوعات وقضايا اجتماعية واقتصادية وإن غلب التركيز على الموضوعات السياسية في الفترات الأخيرة نتيجة للأحداث والظروف الدقيقة التي تمر بها البلاد، والتحول السياسي الذي تشهده مصر والمنطقة العربية والشرق الأوسط.
- تنوع الدراسات الإعلامية التي تناولت تيار الإسلام السياسي بكل مكوناته، وخاصة في مرحلة ما بعد الثورات، في مقابل نقص واضح في تلك النوعية من الدراسات في مرحلة ما قبل 2011، وربما يشير ذلك إلى بروز هذه التيارات على الساحة مما دفع إلى الاهتمام بدراساتها كأبرز القوى الفاعلة في مرحلة ما بعد الثورات.
- اتفقت الدراسات التي تعرضت لدراسة (قوى الإسلام السياسي) على سلبية الصورة التي قدمتها وسائل الإعلام عن الإسلام السياسي، كما أظهرت الدراسات سلبية الصورة الذهنية المنطبعة لدى جمهور الرأي العام عن تلك القوى، حيث

وصفت هذه الجماعات بعدة صفات سلبية تتمثل في الكذب، والتخلف، والفشل، والغيباء السياسي، والإستغلال العاطفي، وربط الدين بالسياسة، والجمود والإنغلاق الفكري، والصراع مع المختلفين فكرياً مع تلك الجماعات، فضلاً عن ازدواجية الخطاب، والارتباط بمشروعات إقليمية على حساب الانتماء الوطني، والخط المتعمد بين الدين والسياسة، والخيانة، كما وصفت بأنها متعصبة ومتشددة وانتهازية، وفاشلة في إدارة البلاد، وتسعى إلى أخونة الدولة، كان لها دور في إشعال الأزمات بعد الثورات، وخاصة ما يتعلق بأحداث الفتنة الطائفية التي وقعت في مصر عقب ثورة 25 يناير 2011، والعمالة والإرهاب

- كثرة الدراسات والبحوث التي أجريت في المجال الخاص بأطر وسائل الإعلام وتأثيراتها على الرأي العام، وهيمنت القضايا السياسية على دراسة الأطر الخبرية وتأثيراتها على الجمهور، ويفسر ذلك ربما لخصوصية تطبيق الأطر في مجال القضايا السياسية.
- اهتمت بعض الدراسات بالأشخاص الاعتبارية مثل البرلمان وعدد من الأجهزة والوزارات والحركات السياسية.
- عدد قليل من الدراسات اهتم بتأثير الكيفية التي توّطر صور الأشخاص (الحاكم، الرئيس).

(3) المداخل النظرية التي اعتمدت عليها دراسات وبحوث الرأي العام:

شكل رقم (2) استخدام الدراسات والبحوث عينة الدراسة لمداخل نظرية ن = 128



استخدمت الدراسات والبحوث عينة التحليل طيفاً واسعاً من المداخل النظرية، وجاءت الدراسات والبحوث التي اعتمدت على إطار نظري واحد بحكم توجهها الفكري في المقدمة بواقع 71 تكرار، ونسبة مئوية بلغت 55.4 %، وجاءت الدراسات التي اعتمدت على مدخل تكاملي يجمع بين أكثر من نظرية أو نموذج في بناء مرجعيتها النظرية في الترتيب التالي بإجمالي تكرارات بلغت 37 ونسبة مئوية بلغت 29%،

حيث جمع بعضها ما بين (نظريتين)، أو (3 نظريات أو مداخل)، وربما (4 مداخل)، وصولاً إلى (9 مداخل ونماذج نظرية) كما في دراسة (إيناس مسعد فهمي، 2006)، وجاءت الدراسات والبحوث التي لم تعتمد على أي إطار نظري في المرتبة الثالثة بواقع 20 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 15.6% ومعظمها بحوث نظرية، أو قدمت لمؤتمرات، ودراسات تحليل المستوى الثاني وعدد من الدراسات التي اكتفى الباحث فيها بتساؤلات فقط دون اختبار فروض نظرية محددة.

وجاءت نظرية الأطر كأكثر المداخل النظرية استخداماً بواقع 25 تكراراً، تلتها نظرية الاعتماد بواقع 22 تكراراً، تلتها نظرية التهيئة المعرفية 13 تكراراً، ثم دوامة الصمت بواقع 9 تكرارات، تلتها نظرية الأجندة 8 تكرارات، فالصورة الذهنية 7 تكرارات، وتساوت نظرية المجال العام ومدخل الإعلام الديمقراطي المشارك بواقع 6 تكرارات لكل منهما، واعتمدت باقي الدراسات على نماذج ونظريات مختلفة، مما يعني غلبة أو تفوق نظريات الإعلام التقليدي المستخدمة في الدراسات والبحوث عينة التحليل.

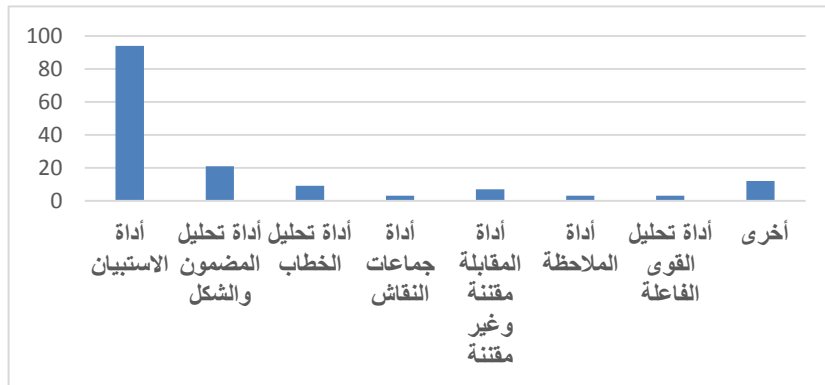
(4) المناهج التي اعتمدت عليها دراسات وبحوث الرأي العام:

لاحظ الباحث سيطرة المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي على معظم الدراسات موضع التحليل، حيث تم استخدامه في 92 دراسة من الدراسات عينة التحليل 128 دراسة، وربما يُفسّر ذلك لاعتباره ضرورة في نوعية الدراسات الوصفية، ويعيبه ما يعيبها من أنه منهج كمي يتعامل مع أدوات يصعب معها الوصف الكيفي، بالإضافة إلى أنه يقف عند حدود الوصف المجرّد للمتغيرات محل الدراسة في حدود الوصف الإحصائي ودون تجاوزه إلى الاستدلال عن الأسباب والمقدمات التي ترتبط بالسؤال لماذا، تلاه المنهج الكيفي المقارن بواقع 14 تكراراً، ثم منهج دراسة الحالة 7 تكرارات، فالمنهج التاريخي 6 تكرارات، وأخيراً المنهج التجريبي.

(5) أدوات جمع البيانات التي اعتمدت عليها دراسات وبحوث الرأي العام:

شكل رقم (3) أدوات جمع البيانات المستخدمة بالدراسات والبحوث عينة الدراسة

ن = 128



كشفت نتائج الدراسة عن تركيز بحوث ودراسات الرأي العام على بعض الأدوات البحثية وبشكل متكرر في مقابل التقليل من أو إهمال لأدوات بحثية أخرى هامة، وبالتالي فهي تفتقد للتنوع في استخدام أدوات البحث الإعلامي، وجاءت أداة الإستبيان كأكثر أدوات جمع البيانات استخدامًا في دراسات وبحوث الرأي العام عينة التحليل حيث استخدمتها حوالي 74% من الدراسات والبحوث عينة الدراسة، تلتها أداة تحليل المضمون بنسبة 16.4%، وعلى الرغم من التنوع في هذه الدراسات والبحوث بين الكمي والكيفي أو الدمج بينهما في أحيان كثيرة، إلا أن النسب السابقة تعكس غلبة التحليل الكمي في الدراسات والبحوث موضع التحليل، والركض وراء الأرقام، في الوقت الذي تنادي فيه مدارس وتوجهات وتيارات بحثية بأهمية وثناء البحوث الكيفية والتحليلية والتي تعطي نتائج أكثر عمقًا ودقة، أو الدمج بين الكمي والكيفي، كما أن هناك أدوات جديدة كالتحليل الشبكي لم تنطرق إليها البحوث الخاصة بشبكات ووسائل التواصل الاجتماعي.

(6) العينات التي اعتمدت عليها دراسات وبحوث الرأي العام:

جدول رقم (2) حجم عينة الدراسة الميدانية بالدراسات والبحوث عينة الدراسة

n = 99

النسب المئوية (%)	التكرارات (ك)	حجم عينة الدراسة الميدانية
16.1 %	16	أقل من 400 مفردة
46.5 %	46	400 مفردة
37.4 %	37	يزيد عن 400 مفردة
9.1 %	9	دراسات لم تعتمد على عينات

يوضح جدول رقم (2) حجم عينة الدراسة الميدانية المستخدمة بالدراسات والبحوث عينة التحليل، حيث جاءت العينات في الدراسات الميدانية غير محددة بمعايير اختيار أو حتى أسباب لاختيار الباحث لهذا العدد، إضافة إلى عدم ذكر كيفية سحب تلك العينات .

وقد تصدر الحجم 400 مفردة يختارها الباحث كعينة لدراسته مقدمة حجم العينات بنسبة 46.5%، مع ملاحظة تنوع نوع العينات ما بين الاحتمالية وغير الاحتمالية، مما يعني التمسك بعدد 400 مفردة دون الرجوع إلى معادلات في اختيار العينات علي حسب حجم المجتمع، فهناك حيث درجت الدراسات الإعلامية الميدانية ألا تقل العينة عن (400 مفردة).

وجاء حجم العينات التي تزيد على 400 مفردة في الترتيب التالي بنسبة مئوية بلغت 37.4%، ووصل الحد الأقصى لحجم العينات إلى 600 مفردة، كما لاحظ الباحث تكرار العدد 420 مفردة، و600 مفردة في كثير من عينات هذه الدراسات دون ذكر أسباب أو مبررات أو طريقة سحب هذه العينات.

الخلاصة

أدت التطورات المتلاحقة في مختلف حقول الدراسات الإعلامية بوجه عام، والاتصال السياسي والرأي العام بصفة خاصة، إضافة إلى التطور التكنولوجي وثورة الاتصالات، إلى القول بأنه تقتضى تلك التطورات إعادة التوازن لنوعية ومضامين الموضوعات والقضايا التي تبنى عليها الدراسات الأكاديمية من رسائل الماجستير، والدكتوراه، وكذلك البحوث العلمية، وموضوعات المؤتمرات المتخصصة، بما يغطي تلك المجالات البحثية المتعددة، دون التركيز على إحداها وترك أخرى، كما يقتضى الأمر معالجة الفجوة بين تطور الدراسات والبحوث العربية ومثيلاتها من الدراسات والبحوث الأجنبية فى تلك المجالات- بشرط أن لا تكون استتساحاً وتقليداً للمدرسة الغربية أو إعادة اختبارها فى البيئة المصرية دون مراعاة لخصوصيتها- من جانب، إضافة إلى تسجيل موضوعات حديثة غير مكررة تضيف وتثري المكتبة الإعلامية العربية، وتفيد صنّاع القرار من جانب آخر، فلا زالت دراسات وبحوث الرأي العام بحاجة إلى مناقشة موضوعات وقضايا تهم الوطن والمواطن، ومازلنا بحاجة إلى التطرق إلى الموضوعات الشائكة والحساسة، وأما ما يخص الجوانب المنهجية فلا بد من مراجعة الأطر النظرية أو إعاد النظر فى بعضها، والاهتمام قدر الإمكان بنظريات ونماذج حديثة لم تحظ باهتمام كاف من الباحثين حتى الآن، والنظر فى أدوات جمع البيانات التي اعتاد الباحثون عليها، وخلق نوع من التوازن بين البحوث الكيفية وتطبيقاتها، أو الدمج بين الكمي والكيفي، إضافة إلى مناقشة ودراسة موضوعات مثل أخلاقيات قياس الرأي العام والتي لم يتصدى لها سوى عدد قليل من الباحثين والمهتمين، والدراسات الخاصة بجودة البيانات وأساليب تحسينها، بالإضافة إلى بروز أدوات جديدة لجمع بيانات مسوح واستطلاعات الرأي العام، تستخدم بعضها فى بعض الدول المتقدمة كوسيلة لجمع البيانات من المبحوثين لتفادي والحد من بعض عيوب الوسائل التقليدية والانتقال من المقابلات الميدانية وجها لوجه- وإن كانت أكثرها دقة من وجهة نظر الباحث-، مروراً بالمقابلات الهاتفية التي تستخدم التليفون الأرضي ثم استخدام الكمبيوتر بجانب التليفون فيما يسمى (CATI) Computer Assisted Telephone Interviewing وأضيف لها الهاتف المحمول نتيجة التناقص الملحوظ فى ملكية التليفون الأرضي، بجانب الاستطلاعات الإلكترونية بأنواعها(التي تستخدم المواقع Web Surveys، أو التي تستخدم البريد الإلكتروني Mail surveys)، وصولاً إلى استخدام الهواتف الذكية Smart Phones فى مسوح الرأي العام سواء بمفردها من خلال تطبيقاتها المختلفة، أو ضمن الوضع المختلط Mixed- mode الذي يستخدم أكثر من أداة لجمع البيانات، وهناك أيضاً المنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، ولا بد من تركيز الدراسات والبحوث اللاحقة على وسائل الإعلام الجديد ودورها فى تشكيل الرأي العام.

- 1 عادل عبد الغفار: الإعلام والرأي العام دراسة حول تطبيع العلاقات المصرية – الإسرائيلية، *سلسلة أطروحات الدكتوراه* (القاهرة: مركز دراسات الوحدة العربية، 2003) ص 11.
- 2 خالد صلاح الدين حسن: دور وسائل الإعلام والجماعات المرجعية في تشكيل الاهتمامات البارزة للرأي العام المصري، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الرابع، العدد المزدوج، يناير/ديسمبر 2003، ص 255.
- 3 ناهد رمزي: الرأي العام وسيكولوجيا السياسة (القاهرة: الأنجلو المصرية، 1991) ص 139 – 140.
- 4 مها محمد كامل الطرابيشي: الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث ودراسات الرأي العام، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الخامس، العدد الأول يناير/يونيه 2004، ص 6.
- 5 المرجع السابق، ص 6.
- 6 محمد مصطفى رفعت محرم عزت: الاتجاهات البحثية الحديثة في دراسات الرأي العام الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية دراسة تحليلية كيفية من المستوى الثاني، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، العدد 6، أبريل-يونيه 2016، ص 248.
- 7 مها محمد كامل الطرابيشي: الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث ودراسات الرأي العام، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الخامس، العدد الأول يناير/يونيه 2004، ص 3-90.
- 8 نيرمين خضر بحوث الرأي العام خلال العقد الأخير من 2000 إلى 2011، *المؤتمر الدولي السابع عشر لكلية الإعلام: بحوث الإعلام في مصر في نصف قرن- الواقع واتجاهات المستقبل*، المجلد الثاني، ديسمبر 2011، ص 127-161.
- 9 محمد مصطفى رفعت محرم عزت: الاتجاهات البحثية الحديثة في دراسات الرأي العام الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية دراسة تحليلية كيفية من المستوى الثاني، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، العدد 6، أبريل-يونيه 2016، ص 248.
- 10 **المصادر هي:** (رسائل الماجستير والدكتوراه بكلية الإعلام – جامعة القاهرة، ومجلات (بحوث الرأي العام- وبحوث الإعلام - ومجلات الأقسام بكلية الإعلام- جامعة القاهرة)، والمؤتمرات العلمية بكلية الإعلام- جامعة القاهرة، والدراسات والمؤتمرات العلمية حول الرأي العام وقياساته بالمركز القومي للبحوث الجنائية والاجتماعية، وبمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء، وعدد من رسائل الماجستير والدكتوراه بأقسام الإعلام بعدد من الجامعات الإقليمية).
- 11 سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، ط 3 (القاهرة: عالم الكتب، 1999) ص 147.
- 12 سامي طابع: بحوث الإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية، 2000)، ص 165.
- 13 Payne, G., & Payne, J (2004). *Key concepts in social research*. (London: SAGE Publications), pp. 214-218.
- 14 دينا عادل عباس مصطفى شلبي: تقييم دور استطلاعات الرأي العام في قياس الرضاء العام : مع دراسة حالة مركز استطلاع الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لرئاسة مجلس الوزراء بجمهورية مصر العربية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإقتصاد والعلوم السياسية، 2017).
- 15 محمد لطفي الشيمي: إشكاليات قياس الرأي العام في مصر، دراسة حالة على مراكز استطلاعات الرأي العام، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة المنيا: كلية الآداب- قسم الإعلام، 2016).
- 16 صدفة محمد محمود ونجوان فاروق شبيحة: دور استطلاعات الرأي العام في صنع السياسة العامة، *المؤتمر الدولي الأول حول استطلاعات الرأي العام واتخاذ القرار: بين النظرية والتطبيق*، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار 6-8 فبراير 2007.
- 17 محمد لطفي الشيمي، مرجع سابق.

- 18 خالد صلاح الدين: أدوار مراكز استطلاعات الرأي ووظائفها في المجتمعات المعاصرة: في إطار التحليل البنائي والنقدي لأنظمة المجتمع الفرعية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 14، العدد الأول يناير/ مارس 2015. ص ص 1- 48.
- 19 أحمد تهامي عبد الحي: استطلاعات الرأي العام بين التحيزات الكامنة والسيولة السياسية والاجتماعية، ورقة غير منشورة، *مؤتمر دور استطلاعات الرأي العام في ترشيد عملية صنع السياسة* (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 2014).
- 20 عماد عبد المقصود شلبي: خريطة مراكز استطلاعات الرأي العام في مصر الملامح والإشكاليات، *المؤتمر الدولي التاسع والثلاثون للإحصاء وعلوم الحاسب الآلي وتطبيقاتها* " دور استطلاعات الرأي العام في ترشيد عملية صنع السياسة"، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، مايو 2014.
- 21 ماجد عثمان: صناعة قياس الرأي العام: إشكاليات مرتبطة بمراحل التحول، *مجلة الديمقراطية*، العدد 58، أبريل 2015، ص ص 91- 98.
- 22 حنان صدقي أعطي: تقييم فاعلية منهجيات قياس الرأي العام عند اتخاذ القرار - دراسة ميدانية على مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء ، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2012).
- 23 هالة الأباصيري وآخرون: استطلاع رأي المواطنين حول استطلاعات الرأي العام (القاهرة، مركز استطلاع الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2006).
- 24 زكريا عبدالسميع ومصطفى ربيع: أثر انتشار التليفون المحمول على استطلاعات الرأي العام في مصر، بحث مقدم لمؤتمر *دور استطلاعات الرأي العام في ترشيد عملية صنع السياسة* (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 2014).
- 25 حنان صدقي أعطي، مرجع سابق.
- 26 مها محمد حسن صبري: أسباب رفض الاستجابة في المقابلة الهاتفية بمركز استطلاع الرأي العام بمصر، *مركز استطلاع الرأي العام*، سبتمبر 2011. (القاهرة: مركز استطلاع الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2011).
- 27 أيمن منصور ندا: خصائص من يقول لا "أدري" و "لا رأي لي" في استطلاعات الرأي العام الأمريكية عن مصر- دراسة تحليلية باستخدام أسلوب التحليل الوظيفي التمايزي وأسلوب التصنيف الكامن، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد السادس والثلاثون، يوليو/ ديسمبر 2010. ص ص 1- 40.
- 28 Nada Aly Amin: Interviewer Effect in Telephone Surveys in Egypt, *Public Opinion Poll Center*, Information and Decision Support Center, June 2009.
- 29 عاطف عدلى العبد: أنواع العينات واستخداماتها في استطلاعات وبحوث الرأي العام، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الثالث، العدد الرابع، أكتوبر/ ديسمبر 2002. ص ص 208-232.
- 30 محمد علي شومان: الأساليب الحديثة في قياس الرأي العام، ص ص 173-206. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد الثالث، يولية / سبتمبر 2000. ص ص 173- 206.
- 31 هالة محمد الأباصيري ومحمود القصبى: كيف تنشر الصحف المصرية نتائج استطلاعات الرأي العام؟ ورقة منشورة (القاهرة: مركز الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2009) ص 25.
- 32 أيمن منصور ندا: وسائل الإعلام وعلاقتها بظاهرة "توهم المعرفة" في استطلاعات الرأي العام في مصر، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الثالث، العدد الرابع، أكتوبر/ ديسمبر 2002 ، ص ص 109-161.

- 33 مها محمد رجب الوزير: اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو الصراع العربي الإسرائيلي وعلاقتها بالاهتمام بالأخبار الدولية في الراديو و التلفزيون : دراسة تتبعية منذ ١٩٤٨ حتى ٢٠٠٩ ، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2011).
- 34 أيمن منصور ندا: هل تغيرت صورة الولايات المتحدة في مصر خلال العقد الماضي؟ دراسة للتغيرات التي طرأت على اتجاهات الرأي العام المصري نحو الولايات المتحدة (1999-2008)، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد التاسع، العدد الثالث، يناير/ يونيو 2009، صص 409-456.
- 35 أيمن منصور ندا: توجهات استطلاعات الرأي العام الأمريكية عن الإسلام والمسلمين قبل أحداث الحادى عشر من سبتمبر وبعدها، *المؤتمر العلمى السنوى الرابع عشر لكلية الإعلام، الإعلام بين الحرية والمسئولية*، 1-3 يوليو 2008. ص ص 1249 - 1332
- 36 محمد لطفي الشيمي، مرجع سابق.
- 37 إيمان يحيى داخلي: اتجاهات الرأي العام نحو معالجة المواقع الإلكترونية السياسية لقضايا التحول الديمقراطي في مصر، دراسة تحليلية ميدانية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة المنيا: كلية الآداب- قسم الإعلام، 2017).
- 38 محمد مصطفى رفعت محرم: اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الإجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي بمصر : دراسة تطبيقية لما بعد 30 يونيو 2013، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- 39 نديه عبدالنبي: اتجاهات الشباب المصري نحو المواقع الإخبارية في دعم التحول الديمقراطي بعد ثورة 25 يناير 2011، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 43، يناير – يونيو 2013 ص ص 283 – 346.
- 40 خالد صلاح الدين حسن: "دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية، وتحدياتها في مصر في إطار تحليل الخطاب الإعلامي ، ونظرية الاعتماد"، *بحث منشور، المؤتمر العلمى الدولى الخامس عشر – الإعلام والإصلاح : الواقع والتحديات*، الجزء الثاني 7-9 يوليو 2009، ص ص 821 : 910 (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2009).
- 41 دعاء عادل محمود: أطر تقديم القضايا الاقتصادية و الإجتماعية بعد الثورة في المواقع الإلكترونية و شبكات التواصل الاجتماعى و تأثيرها على إتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا ، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).
- 42 هند محمد نبيل حسين: دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون المصرى في ترتيب أولويات الجمهور نحو الموضوعات والقضايا الاقتصادية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2014).
- 43 دينا وحيد عتيق: دور الفضائيات العربية في ترتيب أولويات الجمهور المصري تجاه القضايا الاقتصادية: دراسة تطبيقية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2012).
- 44 رعدة محمد عيسى: معالجة الإذاعة والتلفزيون لقضايا العمل في المجتمع المصرى ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحوها، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2009).
- 45 لمياء سمير سيد إبراهيم: دور القنوات التلفزيونية المصرية في طرح القضايا الاقتصادية و علاقته بتشكيل معرفة الشباب و اتجاهاته نحوها، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).
- 46 سمر يسرى جابر عبدالله : دور القنوات الفضائية العربية الاقتصادية في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية المصرية و العربية و الدولية لدى الجمهور المصرى : عربية CNBC و قناة TV

- دراسة تحليلية - ميدانية على قناة العقارية ، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).
- 47 شيماء ذو الفقار: التغطية التلفزيونية والصحفية للقضايا العامة في مصر وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو هذه القضايا، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2003).
- 48 نجلاء جعفر عبدالوهاب جعفر: أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- 49 غادة محي الدين محمد: أطر معالجة انتهاكات حقوق المرأة في المواقع الإلكترونية و تأثيرها على اتجاهات الجمهور، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).
- 50 وجدى حلمي عيد عبدالظاهر: معالجة الدراما العربية التي يعرضها التلفزيون المصري لقضايا الفساد في المجتمع وعلاقتها بادراك الجمهور واتجاهاته نحوها، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2009).
- 51 محمد على أبو العلا: اتجاهات الرأي العام نحو قضايا الفساد بعد ثورة 25 يناير 2011: دراسة ميدانية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الحادي عشر، العدد الأول، يناير - مارس 2012. ص 469-527.
- 52 شيماء ذو الفقار: التلفزيون وعلاقته بظاهرة التآرجح في اتجاهات الرأي العام في مصر، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد الثاني والعشرون، يناير/ يونيه 2004، ص 265-342.
- 53 وجدى حلمي عيد عبدالظاهر: دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير دراسة ميدانية، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، العدد الثالث، يوليه - سبتمبر 2015. ص 15-95.
- 54 خالد صلاح الدين حسن: دور وسائل الإعلام والجماعات المرجعية في تشكيل الاهتمامات البارزة للرأي العام المصري، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الرابع، العدد المزدوج، يناير/ ديسمبر 2003. ص 255-320.
- 55 دينا يحيى: تأثير أبعاد الإطار الإعلامي للصحف المصرية على معالجة الرأي العام: دراسة في إطار تحليل الأطر الإعلامية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الرابع، العدد المزدوج، يناير/ ديسمبر 2003. ص 193-254.
- 56 مروة عبدالله السيد: معالجة السينما المستقلة للأحداث السياسية المصرية و اتجاهات الجمهور نحوها، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).
- 57 السيد لطفى حسن زايد: دور القائم بالاتصال في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين (15- 17) سنة: دراسة مقارنة قبل وبعد ثورة 25 يناير، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة. قسم الاعلام وثقافة الاطفال، 2017).
- 58 مها محمد دسوقي سالم: دور التلفزيون في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو ثقافة الاحتجاج والتظاهر، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- 59 عمرو محمد محمود عبدالحميد: اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصداقية القنوات التلفزيونية و مواقع التواصل الاجتماعى في تناول القضايا السياسية، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).

- 60 هشام أحمد عبدالعاطى فايد: دور خطاب الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية و شبكة الإنترنت فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو قضايا السياسة العامة، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2015).
- 61 علي عباس فياض: دور القنوات الإخبارية العربية فى تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية العراقية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2015).
- 62 الشيماء العزب حسين: مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة حلوان: كلية الآداب، 2014).
- 63 إنجي محمد بركة: دور البرامج الحوارية التلفزيونية فى دعم المشاركة السياسية للجمهور المصرى : دراسة تطبيقية على القنوات التلفزيونية المصرية الأرضية و الفضائية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2013).
- 64 نهى عاطف العبد: العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية فى الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأي العام بقضايا الإصلاح السياسى فى مصر، *المؤتمر العلمى السنوى الخامس عشر لكلية الإعلام، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات*، الجزء الأول، يوليو 2009، ص ص 729-820.
- 65 رباب عبدالرحمن هاشم خليفة: المعالجة التلفزيونية والصحفية لقضايا الإصلاح السياسى فى المجتمع المصرى ودورها فى تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2008).
- 66 وفاء عبد الخالق ثروت: دور البرامج الحوارية فى التلفزيون المصرى فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التعديلات الدستورية": دراسة فى إطار نظرية دوامة الصمت، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد التاسع، العدد الثانى، يوليه / ديسمبر 2008، ص ص 465-535.
- 67 محمد نبيل الألفى: دور البرامج الإخبارية فى القنوات الفضائية فى تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو تدعيم المشاركة السياسية فى مصر بعد ثورة 25 يناير 2011، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- 68 سارة محمود السيد حمودة: دور التلفزيون فى تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو أزمات التنمية السياسية فى مصر، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2011).
- 69 رحاب سراج الدين محمد حسانين: دور البرامج السياسية بالفضائيات العربية فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو المشاركة السياسية، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة المنيا: كلية الآداب- قسم الإعلام، 2011).
- 70 خالد صلاح الدين حسن علي: اتجاهات الرأي العام المصرى نحو ثنائية الإعلام والشائعات: فى إطار التحليل الاجتماعى لمحددات الوعى الإعلامى، *المؤتمر العلمى السنوى الرابع عشر لكلية الإعلام، الإعلام، الإعلام بين الحرية والمسئولية*، 1-3 يوليو 2008، ص ص 1389 - 1470.
- 71 حنان أحمد سليم : علاقة الفضائيات الإخبارية والجماعات المرجعية بتشكيل الاهتمامات نحو قضايا الإصلاح السياسى لدى الرأي العام المصرى، *ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمى السنوى الثانى عشر لكلية الإعلام بعنوان " الإعلام وتحديث المجتمعات العربية"* الجزء الأول 2 : 4 مايو 2006 (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2006).
- 72 شيماء ذو الفقار: العلاقة بين التعرض للمواد الإخبارية فى التلفزيون ومستوى الكفاءة السياسية لدى الجمهور المصرى، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد السادس، العدد الثانى، يوليه/ ديسمبر 2005، ص ص 497-565.
- 73 هنادي غريب زينهم غريب: صورة الحاكم فى الكاريكاتير المنشور بالصحف المصرية ودورها فى تشكيل الصورة الذهنية له لدى الجمهور، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة حلوان: كلية الآداب، 2016).

- 74 نسمة محمود عبد الجواد فاوي: أطر تناول ظاهرة الانفلات الأمني وعلاقتها باتجاهات الجمهور المصري نحو السلطة التنفيذية : دراسة تحليلية ميدانية مقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية والبديلة ، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).
- 75 فاطمة أحمد عبد الغفار المغازي: دور المعالجة التلفزيونية لقضايا حقوق الإنسان في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو السلطة : دراسة على عينة من إقليم القاهرة الكبرى، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).
- 76 هناء عكاشه طلبة: صورة رئيس الجمهورية كما تعكسها مواقع الفضائيات الإخبارية وعلاقتها بصورته الذهنية لدى الشباب الجامعي، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة عين شمس: معهد دراسات الطفولة، 2013).
- 77 سارة نصر عبدالباقي: معالجة القضايا المصرية في البرامج السياسية بالفنون العربية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو الحكومة، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2010).
- 78 ريهام محمود أحمد درويش: دور الصحافة المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء الأداء الحكومي أثناء الأزمات، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2006).
- 79 أيمن منصور ندا. دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو أداء الحكام العرب في الحرب الأمريكية على العراق (مارس – أبريل 2003)، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد الحادي والعشرون، أكتوبر/ ديسمبر 2003، صص 323-382.
- 80 شيماء ذو الفقار: دور المادة الإخبارية في التلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة- دراسة مسحية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2000).
- 81 أشرف اسماعيل سيد أحمد: التغطية التلفزيونية (لبرامج التوك شو) بالفضائيات المصرية للحملات الانتخابية البرلمانية وعلاقتها باتجاهات شباب الجامعات نحو المرشحين، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة. قسم الاعلام وثقافة الاطفال، 2017).
- 82 نهي عاطف العبد: دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تحفيز الرأي العام المصري للمشاركة في الانتخابات البرلمانية 2015، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام* – العدد الخامس والخمسون أبريل – يونيو 2016، صص 187-240.
- 83 احمد حسين محمدين: دور شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام نحو الأحداث السياسية في مصر- دراسة حالة على الانتخابات الرئاسية 2012. *المؤتمر العلمي السنوي الثامن عشر لكلية الإعلام، الإعلام وبناء الدولة الحديثة*. يوليو 2012، صص 647-7335
- 84 شيماء ذو الفقار: استخدام موقع التدوين المصغر (تويتر) في تغطية الانتخابات التشريعية 2010- دراسة تحليلية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد الثامن والثلاثون، يوليو/ ديسمبر 2011.
- 85 حنان ياسين احمد لاشين: دور قنوات الاتصال المباشر في تشكيل اتجاهات وسلوك الناخبين المصريين نحو الاحزاب والمرشحين السياسيين : دراسة حالة، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2009).
- 86 صفا فوزي: دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية نوفمبر 2008: دراسة في إطار مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد التاسع، العدد الثاني، يوليه / ديسمبر 2008، صص 77-175.
- 87 عبدالعزيز السيد : دور الصحف المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشاركة في الانتخابات الرئاسية -سبتمبر 2005- دراسة ميدانية على عينة من محافظة القاهرة، *المؤتمر*

- العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام بعنوان " الإعلام وتحديث المجتمعات العربية" الجزء الأول 2 : 4 مايو 2006 (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2006). ص ص 305-364.
- 88 نانلة إبراهيم عمارة: دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية سبتمبر 2005، المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام بعنوان " الإعلام وتحديث المجتمعات العربية" الجزء الأول 2 : 4 مايو 2006 (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2006). ص ص 257-304.
- 89 نشوى جمال الدين بدر بدر عفيفى : دور برامج الرأى فى القنوات الفضائية المصرية فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو أداء الأحزاب السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).
- 90 عادل رفعت عبدالحكيم: دور وسائل الاتصال فى تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الجمهور نحو المشاركة: دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنيا: كلية الآداب- قسم الإعلام، 2012).
- 91 نشوة سليمان محمد عقل: "المعالجة التليفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو البرلمان"، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2006).
- 92 مروة ممدوح احمد صلاح الدين حجازي : سمات العلاقة بين رجال الشرطة وأفراد المجتمع كما تعكسها الأفلام السينمائية المصرية وعلاقة ذلك باتجاهات الجمهور المصري نحوها ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- 93 بسمة سيد عبدالله: المجال العام لتعليقات القراء بالمواقع والبوابات الإلكترونية حول أداء جهاز الشرطة وعلاقته بصورة الجهاز لدى الجمهور المصري :دراسة تحليلية - ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- 94 محمود إبراهيم الدسوقي: صورة جهاز الشرطة عقب ثورة يناير 2011 و آليات تحسينها :دراسة ميدانية على عينة من الجماهير و رجال الشرطة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2015).
- 95 غادة صقر: صورة الشرطة المصرية كما تعكسها صحافة المواطن واتجاهات الجمهور نحوها بعد ثورة 30 يونية، المجلة العلمية لبحوث الإعلام. يناير – مارس 2015 .
- 96 مها مختار حسن: أطر تقديم المؤسسات الأمنية المصرية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب المصرى نحوها : دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2015).
- 97 شيماء مازن طلعت إمام التغطية الاستقصائية للأداء الوزاري وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الجمهور نحوه فى مصر : دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- 98 ريهام محمود أحمد درويش، مرجع سابق.
- 99 حسين خليفه حسن خليفه: دور القنوات الفضائية و الإنترنت فى تشكيل اتجاهات الرأى العام المصرى نحو المؤسسات السياسية و التشريعية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).
- 100 سارة نصر محمد عبدالباقى : المعالجه الإعلامية لأداء مؤسسة الرئاسة فى برامج الحوار التليفزيونية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها ، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).
- 101 مایسة السيد طاهر جميل: أداء المؤسسات الحكومية كما تعكسه المسلسلات والأفلام التي يعرضها التليفزيون وعلاقته باتجاهات الجمهور المصري نحو الحكومة، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).

- 102 ممدوح عبدالله مكاوي : العلاقة بين التعرض للبرامج التليفزيونية الساخرة واتجاهات الرأي العام المصري نحو مؤسسات الدولة ، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الرابع عشر، العدد الأول، يناير – مارس 2015. ص 337-415.
- 103 هناء فاروق صالح: دور الإعلام في تشكيل صورة منظمات المجتمع المدني لدى الرأي العام المصري، جامعة القاهرة، كلية الإعلام *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، العدد الأول والثاني، 2009-2010، ص ص 411-499.
- 104 محمد نبيل أحمد محمد حماد: دور وسائل الاتصال الحديثة في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القضاء، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- 105 هناء فاروق صالح: دور الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات السياسية الإقليمية والدولية لدى الرأي العام المصري، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2005).
- 106 أسامة السعيد السعيد قرطام: صورة الإسلام السياسي في الصحافة العربية و انعكاسها على اتجاهات الجمهور في مرحلة الثورات العربية، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- 107 إسراء محمد كمال الزيني: الصورة الذهنية لتيارات الإسلام السياسي لدى الرأي العام المصري، دراسة ميدانية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2015).
- 108 ريهام سامي حسين يوسف: دور التلفزيون والمواقع الاجتماعية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الجماعات الإسلامية، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2015).
- 109 نيرمين خضر: اتجاهات الرأي العام المصري نحو الإخوان المسلمين بعد انتخابات الرئاسة لعام 2012. (باللغة الانجليزية) *المجلة العلمية لبحوث الإعلام*. العدد الخامس والأربعون . أكتوبر – ديسمبر 2013 . ص ص 1-63.
- 110 يسرا عبدالخالق حسني: الصورة الذهنية للقوى السياسية لدى الرأي العام المصري- دراسة ميدانية ، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة المنوفية: كلية الآداب، 2011).
- 111 ايمان محمد حسني عبدالله : علاقة الأطر الصحفية لأنشطة الحركات السياسية والاجتماعية باتجاهات الشباب المصري نحوها ، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2010).
- 112 أيمن منصور ندا: توجهات استطلاعات الرأي العام الأمريكية عن الإسلام والمسلمين قبل أحداث الحادى عشر من سبتمبر وبعدها، مرجع سابق.
- 113 إنجي محمد سامى : أنماط تقديم الإسلام السياسى فى الكاريكاتور بالصحف الإلكترونية و الورقية و مواقع التواصل الاجتماعى و علاقتها بالصورة الذهنية لدى الجمهور، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2015).
- 114 منة الله إيهاب صلاح الدين: أطر تقديم الفاعلين السياسيين فى تغطية الصحف الخاصة اليومية للأحداث والشئون السياسية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2014).
- 115 أحمد متولي: صورة جماعة الإخوان المسلمين في الصحف الإلكترونية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة عين شمس: معهد دراسات الطفولة، 2013).
- 116 هند محمد عبدالمنعم بشندي: تعليقات مستخدمي المواقع الإلكترونية الخيرية إزاء الشئون العامة في مصر: دراسة تحليلية للخطاب واتجاهاته، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2012).

- 117 حمد راشد هلال نصيب المنصوري: استخدام وسائل الاتصال في إدارة الصورة الذهنية في الدول الخارجية : دراسة على دولة الامارات العربية المتحدة ، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- 118 مها مصطفى بخيت محمد: تطور صورة مصر في الصحافة العربية الإلكترونية قبل و بعد ثورة 25 يناير خلال الفترة من 2009 – 2013 ، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).
- 119 أية طارق عبدالهادي سيد : صورة العرب كما تعكسها الدراما التلفزيونية المصرية و علاقتها بإدراك الجمهور المصري للشخصية العربية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).
- 120 محمد نمر بكر قنيطة: معالجة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية للشأن الفلسطيني وعلاقتها باتجاهات الجمهور المصري نحو الفلسطينيين : دراسة تحليلية - ميدانية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2015).
- 121 دعاء صلاح فريد محمد: صورة المجتمع الإسرائيلي كما تعكسها الأفلام والمسلسلات المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب نحو تطبيع العلاقات مع إسرائيل، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2015).
- 122 علياء علي محمد عنتر: دور القنوات الإخبارية في تشكيل الصور الذهنية عن الدول العربية لدى الجمهور المصري، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2013).
- 123 هبة شاهين: دور القنوات الإخبارية العربية في تشكيل صورة مصر لدى الجمهور العربي، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد العاشر، العدد الثالث، يناير/ يونيه 2011، ص 165-229.
- 124 ميرال مصطفى عبدالفتاح: صورة العرب كما تعكسها القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية و علاقتها باتجاهات الجمهور الأجنبي نحوها، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2011).
- 125 أيمن منصور ندا: هل تغيرت صورة الولايات المتحدة في مصر خلال العقد الماضي؟ دراسة للتغيرات التي طرأت على اتجاهات الرأي العام المصري نحو الولايات المتحدة (1999-2008)، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد التاسع، العدد الثالث، يناير/ يونيه 2009، ص 409-456.
- 126 محمد رضا محمد إبراهيم : أطر تقديم العلاقات المصرية الفلسطينية في الصحافة المصرية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو القضية الفلسطينية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- 127 مها محمد رجب الوزير، مرجع سابق.
- 128 طارق محمود يوسف الشوربجي: المعالجة الإخبارية لقضايا العالم الإسلامي في التلفزيون المصري و دورها في تشكيل معرفة الجمهور و اتجاهاته، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2011).
- 129 إيناس محمد مسعد فهمي: أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري تجاه القضايا الدولية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2006).
- 130 عبد الله محمد عليان جبر: دور الصحافة الأردنية في ترتيب أولويات اهتمام الرأي العام المحلي بقضايا الصراع العربي الإسرائيلي ، *رسالة ماجستير غير منشورة* (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، 2003).
- 131 نوال عبد العزيز الصفتي: دور الصحف المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضية الإرهاب الدولي- دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري، *المؤتمر السنوي الأول لقسم الإذاعة والتلفزيون*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أبريل 2002.

- 132 عادل عبد الغفار: أثر الراديو والتلفزيون في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو تطبيع العلاقات مع إسرائيل، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2000).
- 133 هبة شاهين: اتجاهات الرأي العام المصري نحو أحداث الهجوم الأمريكي على أفغانستان- استطلاع للرأي العام، بحث منشور، *المؤتمر العلمي السنوي الثامن للإعلام وصورة العرب والمسلمين*، الجزء الثاني، مايو 2002. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2002).
- 134 محمود سلمي حسن حسان: دور الأفلام الروائية المصرية في نشر ثقافة الاحتجاج لدى الجمهور العام قبل اندلاع ثورة 25 يناير 2011، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).
- 135 أميرة عبدالرحمن محمد عبدالمتجلي: دور البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية في تشكيل الصورة الذهنية للثورة المصرية لدى طلاب الجامعات، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة عين شمس: معهد دراسات الطفولة، 2017).
- 136 نرمين خضر: اتجاهات الرأي العام المصري في المجتمع الافتراضي نحو الموقف الأمريكي الرسمي من ثورة 30 يونيو 2013، *المجلة العلمية لبحوث الإعلام*، العدد التاسع والأربعون، أكتوبر - ديسمبر 2014 ص 801 - 866.
- 137 أشرف جلال حسن محمد: دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في (مصر-تونس-ليبيا- سوريا- اليمن) مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام" جامعة الملك سعود -الرياض، أبريل 2012.
- 138 أحمد إبراهيم نادر عباس: دور القنوات الرياضية العربية المتخصصة في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الرياضة، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).
- 139 عاطف محمد محمد سعد: أطر معالجة قضايا المجتمعات المحلية في الصحافة الإقليمية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها: دراسة تحليلية ميدانية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2014).
- 140 أشرف جلال حسن محمد: أثر التقنيات الاتصالية الحديثة (المواقع- المنتديات- المدونات) على تشكيل الرأي العام في المجتمع العربي، *بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول بعنوان "تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي"* جامعة الملك سعود، مارس 2009.
- 141 صابر حمد جابر حماد: أثر المعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربي السياسية في اذاعتى صوت العرب وهيئة الاذاعة البريطانية على اتجاهات الجمهور العربي: دراسة مسحية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2007).
- 142 أماني عمر الحسيني: دور البرامج السياسية في القنوات المصرية المحلية في تشكيل الرأي العام لدى النخبة تجاه الأحداث الجارية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد السابع، العدد الأول، يناير/ يونيو 2006. ص 451-477.
- 143 ماجدة محمد عبد الباقي: دور وسائل الإعلام في التنقيف السياسي للرأي العام ومدى تنمية اتجاهاته نحو المشاركة، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة أسيوط: كلية الآداب، 2005).
- 144 السيد بهنسي: علاقات التفاعل بين العوامل المؤثرة في بناء أجندة قضايا الرأي العام في الصحف المصرية: دراسة في إطار بناء الأجندة، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد الرابع عشر، يناير/مارس 2002 (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2002).
- 145 إسلام سعد عبدالله: اتجاهات الرأي العام المصري نحو المعالجة الإعلامية للقضايا النووية، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2013).