

الصورة الذهنية لمصر لدى عينة من المراهقين المصريين المغتربين وعلاقتها بتعرضهم للقناة الفضائية المصرية

د. منى أحمد مصطفى عمران
أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ورئيس قسم الصحافة بأكاديمية أخبار اليوم

الملخص

الهدف: سعى هذا البحث إلى التعرف على العلاقة بين تعرض المراهقين المصريين المغتربين للقناة الفضائية المصرية وتكوين صور ذهنية عن مصر، ومعرفة مدى نجاح القناة الفضائية المصرية في بناء علاقة وطيدة بينهم في الغربة وبين مجتمعهم المصري؟ تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح بالعينة.

العينة: تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من المراهقين المصريين المغتربين، قوامها ١٠٠ مفردة (٤٤ ذكور - ٥٦ أنثى) الذين تتراوح أعمارهم من سن (١٣-١٨)، سنة في الدول التالية (السعودية، عمان، أمريكا، كندا، إنجلترا). واستخدم البحث استمارة الاستبيان، واعتمد نظرياً على نظرية الغرس الثقافي.

النتائج: أكدت الدراسة على وجود فروق دالة إحصائية بين جميع المراهقين المغتربين عينة الدراسة (ذكور، إناث) حول وسائل الإعلام التي يفضلون متابعتها. وأثبتت الدراسة أن القناة الفضائية المصرية أكثر القنوات الفضائية التي يفضل المبحوثون متابعتها بنسبة ٧١%. وكما أوضحت وجود فروق دالة إحصائية بين جميع المراهقين المغتربين عينة الدراسة (الذكور والأنثى) والمواد التي يفضلون مشاهدتها في القناة الفضائية المصرية. في حين تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والأنثى) ورأيهم في أسلوب تناول الموضوعات في القناة الفضائية المصرية. وجاء وصف المبحوثين لمصر متمثلة في تاريخ وحضارة في المقدمة بنسبة ٥٠%. أن المراهقين كثفي التعرض للقناة الفضائية المصرية هم الأكثر تأثراً في تكوين صورة ذهنية واضحة وغير مشوشة عن مصر.

التوصيات: واقترح المبحوثين مجموعة من المقترحات منها: أثار العديد من المبحوثين الحاجة إلى إنتاج برامج موجهة للمغتربين تحاكي جميع الفئات وخصوصاً الأطفال والشباب. ويجب استضافة العلماء والأدباء من المصريين المغتربين وتقديمهم للجمهور المصري والتعريف بهم. والإكثار من البرامج التي تتناول حياة ومشاكل المصريين المغتربين، وإجراء مقابلات معهم لمعرفة واقع حياتهم وكيفية معالجة مشاكلهم. وإنتاج برامج تهتم بالتراث العربي الشرقي. والإكثار من تقديم البرامج الدينية التي تعلم الدين الإسلامي الصحيح. وتحديث البرامج التي تقدم للأطفال والمراهقين حتى تواكب التطور الحديث في العصر الحالي. والإكثار من تقديم الأفلام المصرية الأصلية التي تعبر عن واقع المجتمع المصري وتقدم صورة مصر.

The Relationship between Expatriate Egyptian

Adolescents Exposure to Egyptian Satellite Channel and Forming their Mental Image about Egypt

Importance: Its deal with What is the relationship between exposure of the expatriate Egyptian adolescents to the Egyptian Satellite Channel and forming a mental image about Egypt through their watching to which presented on its screen of media contents. Although the Egyptian Satellite Channel has been launched in 1960 AD as a first Arabic and Egyptian Satellite Channel and performing many of studies to analyze its programs or scanning its effects on sample of children or people in Egypt, but performing study about scanning its effects on sample of the Egyptian expatriate especially the expatriate adolescents or performing study about its role in forming a mental image of Egypt.

Objectives: Recognizing on the effect of exposure the expatriate adolescents where as they are an integral part of the home to the Egyptian Satellite Channel. Realizing role of the Egyptian Satellite Channel in forming a mental image about Egypt on the adolescents.

Variables: Independent Variable: exposure the expatriate Egyptian adolescents to the Egyptian Satellite Channel. Intermediary Variable: includes the demographic characteristics for them (Age- Gender- Social Level- Economic Level), density of the exposure to the Egyptian Satellite Channel programs, and the country which emigrated to it. Minor Variable: the mental image which formed in the expatriate adolescents about Egypt.

Methodology: The research is a descriptive study which depends on a survey method and the Cultivation Theory, used a questionnaire to collect the scientific data. The sample consisted from 100 Egyptian expatriate adolescents from both boys and girls, aged between 13 and 18 years.

Results: The most important result is: It was defined that there is a relationship between exposure of the expatriate Egyptian adolescents to the Egyptian Satellite Channel and forming their mental image about Egypt.

المقدمة:

بعد التلفزيون واحدًا من أهم الوسائل المكونة للصورة الذهنية للدول من خلال قدرته الفارقة على التأثير على الرأي العام، وعمليات التنشئة الاجتماعية والتنمية الثقافية، والاتجاهات، والتراث، والعادات والتقاليد. فأصبح بذلك ليس مجرد ناقل للمعلومات فقط، إنما أصبح بكل المقاييس مشاركاً فعالاً في تكوين الصورة الذهنية عن الدول والشعوب، فقد أثبتت الدراسة التي أجرتها الهيئة العامة للاستعلامات على عينه قوامها ٦٠٠ مفردة تم اختيارها من ١٥ محافظة مصرية، تفوق التلفزيون في التأثير، والتعرض، بنسبة ٨٥% (١١).

ولقد اهتمت مصر بالوصول بإعلامها إلى الوطن العربي والعالم وذلك من خلال القنوات الفضائية، وبصفة خاصة القناة الفضائية المصرية التي بدأت بثها في ١٩٩٠ باعتبارها أول قناة فضائية مصرية وعربية تصل إلى العالم محتفظة بهويتها المصرية والعربية.

ومن أهم أهدافها^(١٢) ربط الجاليات المصرية في المناطق المستهدفة بالإعلام المصري بوطنها الأم، وشرح مواقف مصر والدفاع عن قضاياها ومصالحها فضلاً عن إبراز الحياة الثقافية، وملامح الحضارة العربية، بالإضافة إلى مظاهر التطور في مختلف مجالات الحياة في مصر، وهو الذي يركز عليه البحث الحالي.

ونتيجة لثورة الاتصالات والمعلومات تضاعف عدد القنوات الفضائية العربية والغربية كأحد أبرز أوجه التحول الإعلامي في العالم، حيث وجد بعض هذه القنوات الفرصة في تشويه صورة مصر، حيث تسعى بعض القنوات الفضائية الغربية إلى ضرب وحدة الصف الداخلي المصري بإلقاء الضوء بين الحين والآخر على وضع المسيحيين في مصر بأنهم مضطهدون، وعن حجاب المرأة المصرية وغير ذلك. ولم يقتصر الأمر على القنوات الفضائية الغربية، بل إن بعض القنوات العربية مثل قناة الجزيرة القطرية تحاول تشويه صورة مصر أمام العالم، وذلك بالتركيز على السلبيات التي توجد فيها.

وهنا يظهر دور الفضائية المصرية في مجال الإعلام الفضائي حيث إنها بمثابة خط الدفاع عن مصر وكرامتها ضد أي تدخل إعلامي يهدف إلى النيل من مصر وتشويه صورتها وخاصة عند الجاليات المصرية.

ومن المفترض أن للقناة الفضائية المصرية دوراً مهماً في التواصل مع الجاليات المصرية في الخارج خاصة أطفالهم ومراهقيهم في المهجر الذين هم بحق رسل أمتهم وحضارتها وثقافتها وحاملوا قيمها إلى العالم، بالإضافة إلى تميز الفضائية المصرية بالقدرة الفارقة على جذب الكبار والصغار حولها.

وانطلاقاً من أهمية الدور الذي تقوم به القناة الفضائية المصرية، جاءت فكرة هذا البحث، والذي تم فيه التعرف على علاقة القناة الفضائية المصرية بالصورة الذهنية لمصر لدى عينة من المراهقين المصريين المغتربين.

ولتحقيق الهدف من البحث تم إجرائه من خلال ثلاث خطوات أساسية، تمثلت الخطوة الأولى في تحديد الأطار النظري للبحث، أما الخطوة الثانية فتمثلت في تحديد الأطار المنهجي للبحث، أما الخطوة الأخيرة فعرضت لنتائج هذا البحث.

الأطار النظري:

يرتكز الأطار النظري لهذا البحث على نظرية الغرس الثقافي حيث تعتبر هذه النظرية تصويراً تطبيقياً للأفكار الخاصة لعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعليمية من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وتقديمها وسائل الإعلام، حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجمع حولها النظريات التي سبقتها، وهي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعالم المحيطة بهم، وخصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة، ويعود إلى جورج جرينر البدايات الأولى لهذه الأفكار. (٢٧)

ويعد تحليل الغرس إحدى النظريات التي قدمت لدراسة تأثيرات الإعلام واستخدمت بشكل واسع لاختبار التأثيرات المعرفية لكثافة مشاهدة الدراما التلفزيونية، وتعد الانفعالات النفسية كالخوف والقلق والعزلة بين الأفراد الذين يتبنون العالم الرمزي والعنيف في وسائل الإعلام كانعكاس للواقع، وهو التأثير الأكبر الذي يترجمه منظور الغرس. (٢٨)

وترتبط هذه النظرية بالجهود التي طورها الباحث الأمريكي جورج جرينر من خلال مشروع خاص بالمؤشرات الثقافية ويهدف هذا المشروع إلى إقامة الدليل الإمبريقي على تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية، واهتمت بحوث المؤشرات الثقافية بثلاث قضايا متداخلة هي:

١. دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.
 ٢. دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.
 ٣. دراسة الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي. (٥)
- ويقوم الفرض الرئيسي لنظرية الغرس، على أساس أن: الناس الذين يشاهدون التلفزيون لفترات طويلة ترتبط أفكارهم بالصورة التلفزيونية، أما الناس الذين يشاهدون التلفزيون لفترات قليلة فلهم أفكارهم الخاصة عن العالم الحقيقي، أي كلما زاد تعرض الفرد لوسائل الإعلام، كلما زاد الاعتقاد بأن مضمون وسائل الإعلام يعكس العالم الحقيقي. (٦١)

ويعرف الغرس على أنه نوع من التعلم العرضي الذي يحدث نتيجة لتراكم التعرض للتلفزيون، حيث يتعلم المشاهد من التلفزيون حقائق عن الواقع الاجتماعي بدون وعي، ومما يؤثر تدريجياً على الصورة الذهنية ويرى جورج جرينر أن الإنماء هو ما تفعله الثقافة في مجتمع ما، فالثقافة هي الوسيلة الأساسية التي تعيش فيها الإنسانية، وتتكون الثقافة من مجمل الفنون والعلوم والدين والقانون والمهارات والصورة الذهنية، والحكايات والموسيقى والغناء، وتتيح الصورة الذهنية التي يعكسها التلفزيون تعميمات لدى الأفراد عن البيئة الإنسانية من خلال بناء رموز. (٦١)

كما يعرف الغرس الثقافي على أنه زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرض لها. والغرس حالة خاصة من عملية التنشئة الاجتماعية، على أساس أنه بقدر ما يشارك الناس في شبكة الثقافة، فأنهم يتحدون معاً على أساس من الوعي الاجتماعي. (٦٧)

وإذا كانت نظرية الغرس الثقافي تبحث في العلاقة بين التعرض للتلفزيون وإدراك الواقع الاجتماعي، فعلياً أن نميز بين ثلاثة أنواع من الواقع الاجتماعي:

١. الواقع الاجتماعي الموضوعي: الذي يعيش فيه الأفراد، كعالم جديد حولهم ويتم النظر إليه كحقيقة.
 ٢. الواقع الاجتماعي الرمزي: الذي يتكون من كل أشكال التعبير الرمزي كالأدب والشعر ومحتوى وسائل الإعلام الالكترونية كالدراما التلفزيونية، والتي نحن بصدد دراستها في هذا البحث.
 ٣. الواقع الاجتماعي الذاتي: الذي يعد العالم الذي يتجمع فيه كل من الواقع الموضوعي والرمزي في عملية تكوين الواقع الاجتماعي الفردي للشخص، (٦١) (وهذا ما سيتم تناوله بالدراسة في هذا البحث).
- وتؤكد النظرية على أن تأثير وسائل الإعلام هو تأثير دقيق، وله قابلية الانتشار مع مرور الزمن، حيث تتغير مواقف الناس بناء على المضامين الواردة في المواضيع المهمة والموارد التي تحتويها وسائل الإعلام، ومن الأهمية بمكان التطرق لصحة الافتراض الذي يفيد بأن مستخدمي وسائل الإعلام بشكل مكثف، هم أكثر تعرضاً للتغيرات، بشكل أكثر من أولئك الذين يستخدمون وسائل الإعلام بشكل ضعيف. (٢٧)
١. أهمية تطبيق نظرية الغرس في هذا البحث: ترجع أهمية اعتماد هذا البحث على نظرية الغرس الثقافي إلى ستة اعتبارات هي:

- أ. أنها تبحث العمليات المنظمة التي يتم في ضوءها إنتاج المضمون الإعلامي، وهذا ما يدرسه هذا البحث.
- ب. تبحث الصورة المقدمة في وسائل الإعلام، وهذا هو الهدف الرئيسي لهذا البحث، بالاعتماد على التلفزيون كواحد من أهم وسائل الاتصال.
- ج. تبحث النظرية العلاقة بين التعرض لرسائل التلفزيون ومعتقدات الجمهور، وسلوكيات المستمعين والمشاهدين، (٦١) والمتمثل في هذا البحث في الصورة الذهنية المتكونة لدى المراهقين عن مصر، نتيجة التعرض للقناة الفضائية المصرية.
- د. كما تتميز النظرية بمجموعة من الخصائص، منها خاصية النظرية المنهجية، من حيث إحتوائها على خطوات منهجية ثابتة ومنظمة، واستخدامها أدوات بحثية، يمكنها من الحصول على نتائج علمية، والتأكد من تحقيق فروضها بطريقة إمبريقية، وهذا ما تم إتباعه في هذا البحث، حيث سيتم ملاحظته عند متابعة الإطار المنهجي.
- هـ. خصائص النظرية المذهبية من حيث قدرتها على وصف الظاهرة وتفسيرها والتنبؤ بنتائجها، وذلك ما تم تطبيقه في منهج هذا البحث وأدوات جمع البيانات، المتمثلة في الاستبانة التي تم تطبيقها على المراهقين.

المجتمع. تعكس أنماط التعرض للتلفزيون بناء ومرتكزات المجتمع المتسق، مما يدفعنا إلى القول بأن التلفزيون يعمل على ثبات المجتمع واستقراره، وذلك من خلال صورة العالم الرمزي الذي يقدمه،^(٢٤) كما أن أهمية التلفزيون كما ذكرها جربنر G. Gerbner لا تأتي من قدرته على تكوين مجتمع جماهيري، ولكن على قدرته على تكوين بيئة مشتركة من المعان، يعيش من خلالها الأفراد، ويستطيعون فهم الأحداث المجتمعية.^(٢٥)

و. كيفية حدوث الغرس الثقافي: إن الصورة الذهنية التي تسود لدى جماعة ما تكون ناتجة عن تكرار تعرض أفراد هذه الجماعة لأنواع خاصة من الرسائل الجماهيرية،^(٢٦) ويعد التلفزيون واحداً من أهم وسائل الإعلام بالنسبة للمراهقين، لما يتميز به من خصائص سمعية وبصرية، ولا تتطلب مشاهدته استعدادات مسبقة كالتردد على السينما،^(٢٧) وكما أن تأثير التلفزيون على المراهقين غير محدود، حيث أن لديه القدرة على التأثير في سلوك وعي المراهقين، وذلك بهدف التنوع والتكيف والتوعية،^(٢٨) وهذه الحقيقة العلمية كانت منطلقاً لاختيار فئة المراهقين، كغنة مبحثين لهذا البحث الذي نحن بصددده. ولقد أشار جربنر في دراساته الخاصة بالموشرات الثقافية، إلى أنه يمكن تفسير حدوث عملية الغرس في ضوء مفهومين رئيسيين هما:

١. الاتجاه السائد Mainstreaming: وهو مجموعة الأفكار والقيم والصور الذهنية التي يتم غرسها في المشاهدين وذلك من خلال التعرض المكثف والمتكرر للرسائل التلفزيونية والتي تعمل على تضيق الفروق في الأفكار والاتجاهات والادراك الاجتماعي الناشئ عن الاختلافات الفردية، والعوامل الديمجرافية ليدركوا الواقع الاجتماعي بنفس الطريقة التي يقدم بها من خلال التلفزيون.^(٢٩)

٢. التضخيم Resonance: ويعني تضخيم الأثر الذي يحدثه التلفزيون، عندما يشاهد الأفراد واقعاً معيناً على شاشة التلفزيون، يطابق الواقع الذي يعيشونه، حيث يتعرضون بذلك لجرعة مزدوجة وهذا يعمق من تأثير الغرس.^(٣٠) كما أن هناك عدداً من الاعتبارات ينبغي مراعاتها عندما نبحث في كيفية حدوث الغرس الثقافي، أولها أن أعضاء المجتمع يختلفون فيما بينهم، حيث يوجد ما يسمى بالفروق الفردية، تلك الفروق تجعلهم يتأثرون بما حولهم بطريقة مختلفة، أما الاعتبار الثاني يتمثل في أن عملية الغرس الثقافي لا تتم في فراغ، وإنما توجد عوامل تؤثر على نوعية ومجال ودرجة التأثير الذي يحدثه التلفزيون، ومنها العوامل الديمجرافية والشخصية والثقافية.^(٣١)

٣. النموذج المفسر لعملية الغرس الثقافي: لقد قدم بوتر نموذجاً لعملية الغرس والعمليات الفرعية التي تتداخل في النظرية، حيث تقدم هذه الدراسة نموذجاً أكثر وضوحاً للغرس الثقافي، ويوجد ثلاث عمليات فرعية وهي: التعلم، والبناء، والتعميم، وقد قدمت هذه الدراسة ثلاث أفكار هامة وهي:

أ. أن عملية الغرس الثقافي قد تتكون من مجموعة من العمليات الثانوية من التعلم والبناء.

ب. قد يكون تأثير الغرس مختلفاً مع مفاهيم الأول والثاني.

ج. ليس كل الأشخاص على مستوى المشاهدة معرضين بشكل متساوي لتأثير الغرس الثقافي، ولكن بنجري وهوكنيز قد أضافا عام ١٩٨٢ عملية رابعة وهي الغرس Cultivation.

ووجد بالذکر أنه قد تم توجيه العديد من الانتقادات لهذه النظرية، ولكن على الرغم من هذه الانتقادات، إلا أن لنظرية الغرس الثقافي أوجه قوة تم توضيحها فيما سبق.^(٣٢)

٥. الاستفادة التي حققها هذا البحث من تطبيق نظرية الغرس: مما لا شك فيه أن البحث قد استفاد في كل خطواته من تطبيق نظرية الغرس الثقافي، بدءاً من تحديد عنوان البحث، ومروراً بالاجراءات المنهجية، ووصولاً إلى نتائج البحث الميدانية، ويمكن تلخيص هذه الاستفادة التطبيقية للنظرية في هذا البحث في الخطوات الثلاث الآتية:

أ. تحليل الغرس أو مسح الجمهور: حيث تم التعرف على معتقدات الجمهور حول الصورة الذهنية لمصر لدى المراهقين المصريين المغتربين وعلاقتها بما تبثه النارة الفضائية المصرية التي تبثها قنوات الأفلام السينمائية المصرية، كما أنه تم حساب مقدار أو حجم الفروق بين معتقدات كثيفي وقليلي المشاهدة، مع الأخذ في

و. أهمية التلفزيون الخاصة لنظرية الغرس الثقافي، وهو وسيلة الاتصال التي يقوم عليها هذا البحث، حيث تشير نظرية الغرس الثقافي إلى أن التلفزيون له أثر يختلف بشكل جوهري عن وسائل الاتصال الأخرى، لأنه يعكس تلك الرسائل، حيث يشاهده الجمهور بشكل غير انتقائي، وبجرعات مكثفة، ولهذا فإنه لديه القدرة على تعريض المشاهدين لمحتوى ثابت ومتناسق، أو منظم، وهذا قد لا يتوفر لوسائل الاتصال الأخرى،^(٣٣) وتأتي خطورة وأهمية التلفزيون، من كونه وسيلة ترفيهية بالدرجة الأولى، كما أن العالم الرمزي الذي يقدم من خلاله، يعطى مصداقية للقضايا والأشخاص والجماعات.^(٣٤) وذلك ما يفترضه هذا البحث.

٢. فروض نظرية الغرس: اعتمدت فروض هذا البحث بصفة أساسية على فروض نظرية الغرس الثقافي، وتنطلق نظرية الغرس الثقافي من فرضية أساسية، مؤداها: أن الأشخاص الذين يشاهدون التلفزيون لفترات طويلة، أي كثيفي المشاهدة يدركون الواقع الاجتماعي الذي يقدمه التلفزيون على أنه مطابق للعالم الحقيقي الذي نعيشه، أي كلما زاد معدل مشاهدة الأفراد للتلفزيون، كلما زادت مبالغتهم بالنسبة للواقع الاجتماعي،^(٣٥) وانطلاقاً من هذا الفرض الرئيسي، قامت نظرية الغرس الثقافي على مجموعة من الافتراضات تتمثل فيما يلي:

أ. يحدث الغرس نتيجة المشاهدة غير الانتقائية، فلما كان الجمهور لا يختار ما يشاهد، لذا يكون التأثير كلياً، ووجدت بعض البحوث أن الغرس يحدث نتيجة المشاهدة النشطة للتلفزيون.^(٣٦)

ب. يتعرض قليلوا المشاهدة لمصادر معلومات متنوعة ومختلفة، على حين يعتمد كثيفوا المشاهدة على التلفزيون أكثر من أي مصدر آخر.^(٣٧)

ج. يزيد حدوث الغرس عند اعتقاد المشاهد بأن المضمون التلفزيوني واقعي ويسعى لتقديم حقائق بدلاً من الخيال.^(٣٨)

د. هناك ارتباط قوي بين حجم المشاهدة، ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي، بحيث يتشابه إدراك كثيفي المشاهدة، ويظهرون إدراكات ترتبط بعالم التلفزيون، أكثر ارتباطاً بالواقع الاجتماعي.^(٣٩)

هـ. أن الغرس الثقافي نتيجة عمليات فرعية بنائية، والتي يستخدم فيها المشاهدين المعلومات عن عالم التلفزيون لبناء أفكارهم عن العالم الحقيقي أو الواقعي.^(٤٠)

٣. الاعتبارات الرئيسية التي تقوم عليها نظرية الغرس: تركز نظرية الغرس الثقافي على عدة دعائم أساسية تتمثل في:

أ. التلفزيون وسيلة فريدة تتطلب مديلاً خاصاً لدراسته،^(٤١) حيث تركز هذه النظرية على التأثير التراكمي Cumulative له على المدى الطويل، وكذلك على انفراد النظرية عن غيرها، في جزئية أن الغرس ينتج عن المشاهدة السلبية غير الانتقائية.^(٤٢)

ب. تشكل رسائل التلفزيون نظاماً ثقافياً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد. يعتبر الاتجاه السائد في المجتمع Mainstreaming من الأمور الأكثر عمومية واستقراراً، فهو يمثل الأبعاد الأكثر شيوعاً للمعاني والافتراضات المشتركة، كما يشتمل على كل الأمور المعارضة والفرعية، وبسبب الدور الفريد الذي يقوم به التلفزيون في حياتنا، فإنه يعكس الاتجاه السائد في حياة المجتمع.^(٤٣)

ج. تحليل مضمون رسائل التلفزيون يقدم دليلاً على عملية الغرس الثقافي، وهناك مطلبان أساسيان في عملية التحليل: المطلب الأول First Order وهو صياغة الأسئلة التي تكشف إجاباتها عن العالم الواقعي أو الحقيقي، أما المطلب الثاني Second Order فيتعلق بالأسئلة المقارنة التي تكشف إجاباتها عن العالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون Symbolic Transformation.^(٤٤)

د. يركز تحليل الغرس بالرموز على رصد مساهمة التلفزيون في بناء الأفكار والأفعال في المجتمع، ولا تستخدم نظرية الغرس الثقافي النموذج الخطي الذي يعتمد على (مشير/ استجابة) في دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، وإنما تستخدم بدلاً من ذلك نتائج تراكم التعرض على المدى البعيد Long Term Cumulative Consequences لنظام من الرسائل تتسم بالثبات والتكرار، ولا يعتمد على الاستجابة الفورية قصيرة الأمد، أو التفسيرات الفردية لمحتوى وسائل الاتصال، أي أن تحليل الغرس يعتمد على قياس الأثر التدريجي بدلاً من التغير الفجائي.^(٤٥)

هـ. يركز تحليل الغرس على النتائج الخاصة بشيوع الاستقرار والانسجام بين أفراد

الحكومة الأمريكية منذ الخمسينات وحتى التسعينات من خلال تحليل مضمون ١٢٣٤ برنامجاً تلفزيونياً خلال أربعة عقود. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها ما يلي: أن التلفزيون صور موظفي الحكومة بشكل سلبي حيث ركز على الجوانب السياسية في الحياة الاجتماعية، خاصة بعد منتصف السبعينات أما في الثمانينات فقد اتسم السياسيون بصفات غير أخلاقية وبالفاسد وفي التسعينات تم تصوير كل سياسي تقريباً في التلفزيون على أنه شخص غير كفء.

٤. دراسة أمين منصور أحمد ندا (٢٠٠١)^(١) بعنوان "صورة الوطن العربي وأوروبا كما تعكسها المواد الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والأوروبية" دراسة مقارنة. وهدفت الدراسة إلى تحليل سمات الصور الإعلامية المتبادلة بين الوطن العربي وأوروبا كما تعكسها المواد الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والأوروبية ودراسة مدى انعكاس هذه الصور الإعلامية على تصورات الجمهور في كل منطقة لخصائص وسمات أفراد ومؤسسات المنطقة، والتعرف على الدور الذي يمكن أن تسهم به في القنوات الفضائية في دعم الحوار الثقافي والحضاري بين الوطن العربي وأوروبا. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بغرض مسح مضمون من خلال تحليل عينة من المواد الإخبارية في قناتين فضائيتين عربيتين وهما الفضائية المصرية، الفضائية السورية، وفي قناتين أوروبيتين BBC World البريطانية و DW الألمانية، كما استخدمت منهج المسح لآراء عينة من الجمهور في مصر وسوريا وبريطانيا وألمانيا. واعتمدت الدراسة على أداتين لجمع البيانات هما صحيفة الاستقصاء، وتم تطبيقها على عينة غير احتمالية قوامها ٣٤٧ مفردة، وصحيفة تحليل المضمون. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها ما يلي: سلبية صورة الوطن العربي في القنوات الأوروبية وإيجابية صورة أوروبا في القنوات العربية. عنصرية التكوين في الصورة العربية وعدم وجودها في الصورة الأوروبية.

٥. دراسة داليا إبراهيم المتبولى (٢٠٠٣)^(٢) بعنوان "صورة الطفل المصري والأجنبي في الأفلام الروائية التي يقدمها التلفزيون المصري"، استهدفت هذه الدراسة التعرف على ملامح الصورة التي يقدم بها الطفل المصري والأجنبي في الأفلام الروائية المصرية والأجنبية، للوقوف على الجوانب الإيجابية والسلبية المحيطة بهذه الصورة، ومدى ملاءمتها لواقع الطفل. وتنتمي هذه الدراسة إلى طائفة البحوث الوصفية، واعتمدت على منهج المسح بالعينة لمجتمع الدراسة التحليلية. كما استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون وتم تطبيقها على عينة قوامها دورتان تلفزيونيتان (أول يناير - نهاية يونيو ٢٠٠١) شملت ٤١ فيلماً مصرياً وأجنبياً تتناول شخصية الطفل. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها أن ظهور الطفل الأجنبي في أدوار رئيسية بنسبة ٧٢,٧% بينما ظهور الطفل المصري في أدوار رئيسية بنسبة ٣٩,١%. بينت النتائج أن السمات الشخصية التي ظهر بها الطفل بصفة عامة في الأفلام عينة الدراسة، أغلبها سمات إيجابية بنسبة ٦٣,٦% مقابل ٣٦,٤% للسمات السلبية.

٦. دراسة عبدالراضي مخلف حمدي أحمد (٢٠٠٣)^(٣) بعنوان "الصورة الذهنية لمصر لدى المسلمين غير العرب - دراسة ميدانية"، وهدفت الدراسة إلى وصف الصورة الذهنية لمصر والمصريين لدى المسلمين غير العرب وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح، كما استخدمت أيضاً المنهج التاريخي حيث قام الباحث بسرد الأحداث، والوقائع التي حدثت في مصر منذ دخول الإسلام، وحتى العصر الحالي، وربطها بالصورة الذهنية لمصر عبر العصور المختلفة، كما استخدم الباحث منهج دراسة العلاقات المتبادلة حيث يهدف الباحث إلى معرفة اتجاه وقوة العلاقة بين الصورة الذهنية لمصر والمصريين المكونة في أذهان المسلمين غير العرب، ومصادر الاتصال والعوامل المختلفة التي تحيط بالجمهور المستهدف. وقد اعتمدت الدراسة على أداة استبيان بالمقابلة المباشرة تم تطبيقها على عينة عشوائية طبقية قوامها ٧٥٥٩ مفردة من ٨٣ دولة إسلامية غير ناطقة باللغة العربية، وقد استغرقت الدراسة الميدانية مدة ثلاثة شهور متتالية ابتداء من مارس وحتى مايو ٢٠٠٢. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أن صورة مصر قبل إقامة أفراد الدراسة فيها: اتضح من الدراسة أن الغالبية العظمى من مجموع عينة الدراسة قد كونوا صورة ذهنية لمصر قبل مجيئهم إليها، حيث تفوقت الملامح الإيجابية للصورة

الاعتبار أن للمراهقين أصلاً معتقداتهم عن الواقع الاجتماعي.

ب. فروض نظرية الغرس: وقد تم تطبيقها في هذا البحث وتم اختبار صحة هذه الفروض، وقد وضع في الاعتبار متغيرات نظرية الغرس، في صياغة الفروض، سواء المتغير المستقل، أو التابع، أو المتغيرات الوسيطة، التي تمثلت في العوامل الديموجرافية للمراهقين عينة البحث.

الآثار المنهجية

الدراسات السابقة:

من خلال إطلاع الباحثة على التراث العلمي في مجال الدراسات السابقة حول موضوع الصورة الذهنية لمصر لدى عينة من المراهقين المصريين المغتربين وعلاقتهم بالقناة المصرية الفضائية، فلم يتم العثور على دراسات مباشرة في هذا المجال لذلك سيتم عرض الدراسات السابقة طبقاً للمحاور التالية:

٢. المحور الأول الدراسات التي تناولت الصورة الذهنية وعلاقتها بالتعرض للإعلام الفضائي:

١. دراسة نشوى حسانين حافظ الشلقاني (٢٠٠٠)^(٤) بعنوان "دور قناة النيل الدولية في تشكيل صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى الأجانب المقيمين"، وهدفت الدراسة إلى التعرف على ملامح وطبيعة الصورة الذهنية عن مصر والمصريين كما تعكسها قناة النيل الدولية لدى عينة من الأجانب المقيمين في ضوء نظرية الغرس الثقافي. وتنتمي هذه الدراسة إلى طائفة البحوث الوصفية، وقد استخدمت منهج المسح. واعتمدت الدراسة على أداتين لجمع البيانات هما صحيفة الاستقصاء وتم تطبيقها على عينة عشوائية حصصية قوامها ٢٠٣ مفردة من الأجانب المقيمين بمصر، وصحيفة تحليل المضمون على عينة قوامها دورتين تلفزيونيتين (يناير - يونيو ١٩٩٩)، وصنفت المواد المحددة إلى الأخبار والبرامج الإخبارية والبرامج السياحية إضافة إلى المواد الدرامية التي تتناول مصر. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها ما يلي ٢٦,١٠% من أفراد العينة لديهم صورة إيجابية عن مصر، مقابل ٢٠,٧% لديهم صورة سلبية عن مصر و ٥٣,٢% لديهم صورة محايدة. أن صورة مصر التاريخية المقدمة من خلال القناة قد ارتبطت بالبرامج السياحية المقدمة للجمهور الأجنبي. وكشفت الدراسة الميدانية أن الصحافة جاءت في مقدمة مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الأجانب المقيمون في مصر في التعريف بمصر، وتشكيل صورة ذهنية عنها، بنسبة ٥٠,٧% بينما نسبة مشاهدة قناة النيل الدولية لا تتعدى ٢٨% من أفراد عينة الدراسة.

٢. دراسة ماهر فريد زهران (٢٠٠٠)^(٥) بعنوان "الصورة الذهنية للمعلم كما تعكسها الدراما المقدمة بالتلفزيون لدى المراهقين"، وهدفت الدراسة إلى التعرف على الصورة المقدمة عن المعلم من خلال الدراما المقدمة بالتلفزيون ومقارنتها بصورة المعلم المصري لدى عينة من المراهقين. وتندرج الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بالعينة لمجتمع الدراسة الميدانية والتحليلية. استخدمت أداة الاستبيان، وتم تطبيقها على عينة طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة من تلاميذ المرحلة الإعدادية والمرحلة الثانوية بالريف والحضر بالمدارس الحكومية من خلال المقابلة للتعرف على الصورة المنعكسة عن المعلم لدى المراهقين من خلال الدراما المقدمة بالتلفزيون. استخدمت الباحثة أيضاً أداة تحليل المضمون لتحليل ٢٧ عملاً ما بين مسرحيات ومسلسلات وتمثيلية و ١٤ فيلماً على قوامها دورة تلفزيونية كاملة لمدة ثلاثة شهور (يوليو - أغسطس - سبتمبر ١٩٩٨). وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها ما يلي: الصورة المنعكسة عن المعلم لدى المراهقين من خلال الدراما إيجابية بنسبة ٢٤,٤% وسلبية ٦٧,٨% وخيالية بنسبة ٢١,٦% ومتوازنة بين ٤٨,٤%. وواقعية بنسبة ٢٤,٤% بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباط طردية بين كثافة التعرض للدراما لدى المراهقين والصور السلبية بمعنى كلما زاد التعرض للدراما كلما كانت الصورة سلبية، وعدم وجود علاقة ارتباط بين واقعية الصورة المنعكسة عن المعلم من خلال الدراما لدى المراهق وكثافة التعرض للدراما.

٣. دراسة Lichter, Rand Daniel, A (2000)^(٦) ليتشر و راند دنيل بعنوان "صورة الحكومة في البرامج الترفيهية والتلفزيونية في الفترة ما بين ١٩٥٥ - ١٩٩٨" هدفت الدراسة إلى تحليل دور البرامج التلفزيونية الترفيهية في تصوير

والأماكن السياحية التي قام الألمان بزيارتها، مع عدم تناول الحياة في الريف. أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن تقييم المراسلين لصورة مصر في الإعلام الألماني باستثناء مراسل واحد تقييم غير سلب، بل هي على حد تعبير بعضهم قد يكون التقييم إيجابياً أكثر من اللازم.

١٠. دراسة سنوك، هاريت وآخرون (٢٠٠٦) Snoek, Harite and Others^(٥٧) بعنوان "مدى تأثير مشاهدة التلفزيون" استهدفت الدراسة التعرف على مدى تأثير مشاهدة التلفزيون على المراهقين وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية كما استخدمت منهج المسح وقد استعانت الدراسة باستمارة الاستبيان وتم تطبيقها على عينة قوامها ١٠٨٧ من المراهقين الذين تتراوح أعمارهم بين (١١-١٦) سنة من عدة دول منها كندا وإسرائيل وبولندا والولايات المتحدة. وأكدت نتائج الدراسة وجود تشابه واضح في عادات وأنماط مشاهدة الأفلام والأغاني والبرامج الحوارية وهي المضامين الأكثر مشاهدة بين المراهقين في الدول المختلفة.

١١. دراسة داليا إبراهيم المتبولى (٢٠٠٧)^(٥٨) بعنوان "الصورة الإعلامية للشخصيات السياسية في الأفلام المصرية التي يقدمها التلفزيون وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى المراهقين"، استهدفت هذه الدراسة التعرف على ملامح الصورة التي تقدم بها الشخصيات السياسية في الأفلام المصرية التي يقدمها التلفزيون المصري، كما تهدف إلى التعرف على الصورة الذهنية المتكونة عن الشخصيات السياسية التي تظهر في الأفلام لدى المراهقين عينة الدراسة الميدانية. وتندرج الدراسة تحت إطار الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بالعينة بلغت ٣٠ فيلماً مصرياً قامت الباحثة باستخدام صحيفة تحليل المضمون لتحليل الصورة الإعلامية التي ظهرت بها الشخصيات السياسية في الأفلام المصرية. كما تم إجراء دراسة ميدانية والتي طبقت على ٤٠٠ مراهق ومراقبة في المرحلة العمرية من (٥-١٧) سنة من طلاب المرحلة الثانوية بمحافظة دمياط من خلال المقابلة للتعرف على الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الشخصيات السياسية التي ظهرت في الأفلام المصرية. وكشفت الدراسة عن مجموعة من النتائج من أهمها ما يلي: أن غالبية المراهقين يرون أن الصورة التي تظهر بها الشخصيات السياسية في الأفلام تجمع بين الإيجابية والسلبية بنسبة ٧٦,٨%.

١٢. دراسة فلورا إكرام متي (٢٠٠٩)^(٥٩) بعنوان "الصورة الذهنية لمصر كما تعكسها وسائل الإعلام المصرية الناطقة بالفرنسية لدى الأجانب المقيمين في مصر" استهدفت هذه الدراسة التعرف على طبيعة الصورة الإعلامية التي تقدمها الوسائل الإعلامية المصرية الناطقة بالفرنسية والموجهة للأجانب المقيمين داخل وخارج مصر، كما تهدف إلى التعرف على الصورة الذهنية المتكونة لدى الأجانب الفرنكوفونيين المقيمين بمصر. واستعانت الدراسة بأداتين لجمع البيانات حيث استخدمت استمارة استقصاء تم تطبيقها على عينة غير احتمالية من الأجانب المقيمين في مصر إقامة دائمة وكان قوام هذه العينة ١٥١ مفردة تم تطبيقها من ١ مارس إلى ٣١ مايو ٢٠٠٩. كما استخدمت تحليل المضمون وتم تطبيقها على عينة تتكون من ٦٥٧ موضوعاً صحفياً من نشرات وأخبار وبرامج قناة النيل الدولية وجريدة الأهرام ابدو في الفترة من أكتوبر إلى ٣١ ديسمبر ٢٠٠٨. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها ما يلي: أن النسبة الغالبة للمبحوثين يعتمدون على قناة النيل الدولية للحصول على معلومات عن مصر بدرجة متوسطة بنسبة ٤٧% بينما وصلت نسبة اعتماد المبحوثين على جريدة الأهرام ابدو كمصدر للمعلومات عن مصر ٤٥%. وبالنسبة لسمات المجتمع المصري كدولة ومسؤولين جاءت أعلى نسبة اتفاق بين المبحوثين على السمات الإيجابية المتمثلة في قوة دور مصر في عملية السلام وأنه يوجد في مصر علماء وخبراء. اتفقت الصورة الإعلامية مع الصورة الذهنية في المجالات الإثنية: نشاط الوزراء، نشاط السياحة، زيادة المشكلات الاقتصادية، ركود الحياة الفنية، بينما اختلفت في عدة مجالات إهمال السياحة في مصر، الدفاع عن القضايا الاجتماعية وقوة دور مصر في عملية السلام. أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن الصور الإيجابية وصلت نسبتها في قناة النيل الدولية ٩٢,٥% من إجمالي الصور الإعلامية التي تقدمها القناة عن مصر وأن ٧,٥% فقط هو إجمالي الصور السلبية المقدمة في القناة، أما جريدة الإهرام ابدو وصلت نسبة إجمالي الصور الإيجابية ٧٧,٣% وأن ١٢,٧% فقط من الصور السلبية.

على الملامح السلبية لديهم، فقد وصلت نسبة التصورات الإيجابية إلى ٨٥,٧% بينما كانت نسبة التصورات السلبية لمصر نسبة ضئيلة بالمقارنة بنسبة الملامح الإيجابية. أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التعرض لمصادر المعلومات الشخصية والمطبوعة والمسموعة، والمرئية، ومواقع الإنترنت من جانب مفردات الدراسة وطبيعة الصورة الذهنية المكونة لديهم عن مصر. أكدت الدراسة أن صورة مصر في المجالات المختلفة اتسمت بالإيجابية وذلك بنسب متفاوتة حيث حققت الجوانب الإيجابية لصورة مصر في المجال السياحي أعلى النسب ٩١,٨% بينما انخفضت التصورات الإيجابية لصورة مصر في المجال الاقتصادي بنسبة ٥٢,٥%.

٧. دراسة جوردن- مايا- كيباهو (٢٠٠٤) Gordon- Maya- Kipaho^(٦٠) بعنوان "الصور الإعلامية للمرأة والشعور الذاتي للفتيات الأمريكيات من أصل أفريقي"، استهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين الصور الإعلامية للسود، وبين مفهوم الذات لدى هؤلاء الفتيات، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان وتم تطبيقها على عينة بشرية قوامها ١٧٦ فتاة أمريكية من أصل أفريقي تتراوح أعمارهن من (١٣-١٧) سنة لمقياس المعايير في التعرض لوسائل الإعلام والتوحد معه والتقييم للذات والاتجاهات المؤكدة لمظهر الفتاة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن تصوير الإعلام للمرأة السوداء كموضوع جنس يقوم على مظهرهن المطابق لمشاعر الفتيات الأمريكيات من أصل أفريقي السيئة عن أنفسهن. كما أوضحت الدراسة أن غالباً ما يتم تقديم النساء الزنجيات تليفزيونياً على أنهن أشياء للجنس وهذه الصورة الإعلامية يمكن أن تقلل من مفهوم الذات لدى الفتيات الزنجيات.

٨. دراسة شيري، تيموتي (٢٠٠٤) Shary, Timotty^(٦١) بعنوان "صور الشباب في السينما الأمريكية، هدفت الدراسة إلى عمل دراسة لصورة المراهق في السينما الأمريكية للأفلام من عام (١٩٨٠-١٩٩٠) وذلك للتعرف على علاقة الشباب بالسينما من خلال تعدد الأجيال والتعرف على كيفية تقديم المراهقين وما هي اهتمامهم بالإضافة إلى التعرف على كيفية تغير صورة المراهقين أولاً بأول. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن بعض أفلام المراهقين مازالت تستغل أفكاراً تتعلق بالنشاط الجنسي والضعف وتقدمها للمراهقين، وفي مقارنة عبر الأجيال وجد أن أغلب أفلام المراهقين تعرض زيادة التنوع والاختلاف في خبرات المراهقين في حين أنهم يتجاسون بشكل خاص في مواجهة التحديات التي يلقونها.

٩. دراسة حنان عبدالفتاح بدر (٢٠٠٥)^(٦٢) بعنوان "صورة مصر والمصريين في الصحافة الألمانية"، استهدفت هذه الدراسة التعرف على ملامح صورة مصر والمصريين في التغطية الصحفية في عينة من الصحافة الألمانية. وقد استخدمت الدراسة كلاً من منهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن، ودراسة الحالة. كما اعتمدت الدراسة على مجموعة من أدوات جمع البيانات كأداة تحليل المضمون وتم تطبيقها على صحيفتي فرانكفورت الجمانية تسايونج وتاجسي تسايونج استغرقت عامي ٢٠٠١، ٢٠٠٢ باستخدام أسلوب الحصر الشامل واعتمدت على مجلتي دير شبيجل وفوكس الأسبوعيتين، كما استخدمت أداة المقابلة المتعمقة وتم تطبيقها على عينة من المراسلين العاملين بالصحف الألمانية بالقاهرة. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ومنها أظهرت النتائج عدم توازن ملامح مصر والمصريين كما عرضتها وسائل الإعلام من حيث إبراز جوانب معينة وإغفال جوانب أخرى حيث ركزت التغطية على الملامح السياسية وأدوار مصر الإقليمية وعلاقتها الدولية في المقام الأول وفيما يتعلق بالقضايا السياسية الداخلية سادت لهجة معارضة تصنف بالحدة أحياناً وفي الوقت نفسه تراجع الاهتمام بالجوانب الثقافية والاجتماعية. اتضح الإعجاب الشديد في صحف الدراسة بملامح مصر القديمة والانبهار بها والحنين إلى الماضي مع إمام واسع بنفاصل متعلقة حول حضارة المصريين وحياتهم وتوكل مع ذلك أيضاً اهتمام بالجوانب السياحية باعتبارها تهم القاريء الألماني. بالنسبة للطابع القومي للمصريين فقد سادت به التطورات السلبية التي أخذت طابعاً تحليلياً مع بروز نبرة النقد والسخرية والأسى، وتراجع الاهتمام بشكل حاد ببعض فئات الشعب المصري كالأطفال أو العلماء أو الجماعات المهمشة. كما أظهرت نتائج الدراسة التركيز على مناطق الحضر

الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها ما يلي: تختلف صورة الجاليات المسلمة في الصحافة الألمانية والبريطانية عن الواقع الذي تعيشه الجاليات المسلمة. أثبتت المقابلات مع أفراد الجاليات المسلمة والمراسلين والخبراء أن الصحافة الألمانية والبريطانية تشوه صورة الجاليات المسلمة وتتناقض مع الحياة اليومية التي تعيشها الجاليات المسلمة في المجتمعات الأوروبية فأغلب أفراد الجاليات المسلمة يتعايشون بانسجام في المجتمعات الأوروبية ويتعرضون للعنصرية أو التمييز على أساس الدين.

١٦. دراسة ربهام حامد نوير (٢٠١١)^(١٤) بعنوان "صورة الطبيب النفسي في الأفلام العربية المقدمة بقنوات الأفلام وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى عينة من الشباب الجامعي"، استهدفت هذه الدراسة التعرف على ملامح الصورة الإعلامية التي تقدم بها شخصية الطبيب النفسي في الأفلام العربية المقدمة بقنوات الأفلام. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية كما اعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني. وقد استخدمت هذه الدراسة أداة تحليل المضمون وتم تطبيقها على عينة عمدية من الأفلام العربية التي عرضت على قنوات الأفلام الفضائية وهي روتانا سينما وروتانا زمان والحياة سينما لمدة ثلاثة أشهر من ٢٠١٠/٨/١ - ٢٠١٠/١١/١ لتحليل مضمون ١٨ فيلماً بهدف الحصول على مؤثرات دقيقة عن صورة الطبيب النفسي. كما استخدمت أداة الاستبيان وتم تطبيقها على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ من الشباب الجامعي تتراوح أعمارهم من (١٨ - ٢١) سنة بجامعات القاهرة والمنوفية والأزهر و ٦ أكتوبر. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها وجود فروق دالة بين مجموعات المبحوثين في الدرجة الكلية على مقياس صورة الطبيب النفسي وفقاً لكثافتهم للأفلام، حيث اتضح أن المبحوثين كثفي التعرض للأفلام لديهم صورة إيجابية عن الطبيب النفسي أعلى من المستويات الأخرى للتعرض.

المحور الثاني دراسات حول المغتربين وعلاقتهم بوسائل الاعلام:

١. دراسة Betty Kaman (2000) بيتي كامن^(١٥) بعنوان "القدرة على الاتصال الثقافي والتوافق النفسي- دراسة على التكيف الثقافي لأطفال المهاجرين الصينيين في كندا"، هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين كفاءة الاتصال الثقافي بين عائلات المهاجرين الصينيين في كندا، والتوافق النفسي، واستخدمت الدراسة صحيفة الاستقصاء خاصة بالمرافقين وتم تطبيقها على عينة قوامها ١٢٤ مفردة من المرافقين الصينيين في كندا الذي يدرسون في إحدى المدارس الصينية في أونتاريو Ontario بواقع (٥٦ ذكراً، ٦٨ أنثى)، كما استخدمت صحيفة استقصاء أخرى خاصة بالأباء والأمهات وتم تطبيقها على عينة قوامها ٤٨ مفردة من آباء هؤلاء المرافقين و ٦٤ مفردة من أمهاتهم حيث تم إرسالها من خلال المدرسة ثم جمعت بعد أسبوع. وتوصلت الدراسة إلى أهمية القدرة على الاتصال مع المجتمع المضيف في عملية التكيف، حيث تم إثبات صحة الفرض القائل إنه كلما ازدادت قدرة المرافقين على الاتصال مع المجتمع المضيف كلما قلت المشكلات النفسية التي يواجهونها. لا توجد علاقة بين قدرة المرافقين على الاتصال العرقي وتوافقهم النفسي، حيث إن كفاءة الاتصال العرقي لا تقوم بدور مهم في التوافق النفسي خلال فترة المراقبة لأن المهاجرين المرافقين يعتبرون أن مهمتهم الرئيسية هي التكيف مع المجتمع الكندي من خلال تعلم اللغة والسلوكيات، والقيم الكندية، بينما لا توجد أي علاقة دالة إحصائية بينهما لدى المهاجرين من الآباء والأمهات.

٢. دراسة Marisca Milikowski (2000) مارييسكا ميليكوفسكي^(١٦) بعنوان "اكتشاف نموذج التخلي عن العرقية: حالة التلفزيون التركي في هولندا"، تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٥٠ مفردة من المهاجرين الأتراك في ألمانيا، حيث تم استخدام الاستبيان بالمقابلة مع ٣٠ مفردة منهم للتعرف على خبراتهم التلفزيونية وعادات وأنماط مشاهدتهم وتفضيلاتهم، ووجهات نظرهم السياسية والثقافية، وشملت صحيفة الاستبيان أسئلة مفتوحة ومغلقة واستغرقت المقابلة من (١ - ٣) ساعات، وتراوحت أعمار معظم المبحوثين من (٢٠ - ٣٠) عاماً، كما تم استخدام أسلوب الجماعات المركزة مع ٢٠ مفردة أخرى، وذلك خلال الفترة من صيف ١٩٩٧ حتى ديسمبر ١٩٩٨، وسعت الدراسة إلى استعراض نموذج نظري يستخدم في تحليل العرقية والتخلي عن العرقية في المجتمعات متعددة الثقافات وله بعدان

١٣. دراسة ممدوح عبداللطيف (٢٠٠٩)^(١٧) بعنوان "الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات"، هدفت الدراسة إلى التعرف على ملامح الصورة الإعلامية للحكومة المصرية التي تقدمها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية والوقوف على ملامح الصورة الذهنية التي تكونت لدى الشباب الجامعي عن الحكومة المصرية من خلال التعرض للبرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني. كما اعتمدت الدراسة على أداتين لجمع البيانات حيث استخدمت أداة تحليل المضمون وتم تطبيقها على عينة من حلقات برنامج العاشرة مساء و ٩٠ دقيقة لمدة شهرين متتاليين، كما استخدم الباحث أداة الاستبيان وتم تطبيقها على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مبحوث (٢٠٠ ذكور، ٢٠٠ إناث) قسمت بأسلوب التوزيع المتساوي على الجامعات المصرية (القاهرة، الزقازيق، الأزهر، ٦ أكتوبر) من الشباب الذين تتراوح أعمارهم من (١٨ - ٢١) سنة. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها ما يلي: جاءت الصورة الذهنية للحكومة المصرية صورة سلبية لدى المبحوثين حيث إنهم يرون أن الحكومة تهدر أموالاً طائلة في مشروعات غير مجدية في الترتيب الأول بمتوسط ١,٤٧، وأن استقرار الحكومة في مصر يرجع إلى شخصية الرئيس مبارك وتقبله للاستقرار في الترتيب الثاني بمتوسط ١,٤. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن طبيعة الصورة التي تقدمها البرامج عينة التحليل عن الحكومة المصرية صورة سلبية، حيث ظهرت الحكومة المصرية من خلال تقديم القضايا التي تتعلق بها في برنامج العاشرة مساء بصورة سلبية في الترتيب الأول وذلك بنسبة ٦١,٣% وبصورة إيجابية في الترتيب الثاني بنسبة ٣٨,٧% أظهرت النتائج الحكومة بصورة سلبية في برنامج ٩٠ دقيقة من خلال تقديم القضايا التي تتعلق بها بنسبة ٦١,٥% في الترتيب الأول وبصورة إيجابية في الترتيب الثاني بنسبة ٣٨,٥%.

١٤. دراسة تامر عبدالجواد سكر (٢٠١٠)^(١٨) بعنوان "صورة البطل في الأفلام العربية بالقنوات الفضائية المتخصصة وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى المراهقين"، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الصورة المقدمة عن البطل من خلال الأفلام العربية المقدمة بالقنوات التلفزيونية الفضائية المتخصصة وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى عينة من المراهقين. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني. كما اعتمدت الدراسة على أداتين لجمع البيانات حيث استخدمت استمارة تحليل المضمون وتم تطبيقها على عينة من الأفلام التي تناولت شخصية البطل بلغ قوامها ٢٠ فيلماً لمدة شهرين بطريق الأسبوع الصناعي واستمارة الاستبيان وتم تطبيقها على طلاب المرحلة الإعدادية في المدارس الحكومية والخاصة بمحافظة الغربية. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها وجود علاقة ارتباط إيجابي دالة إحصائياً بين كثافة التعرض للأفلام المقدمة بالقنوات الفضائية التلفزيونية وكل من الصور الذهنية المنعكسة من خلال الأفلام والحصول على المعلومات عن الواقع المعاش لدى المراهقين. فكلما زادت كثافة تعرض المراهقين للأفلام العربية التي تقدمها القنوات الفضائية تكونت صورة الأبطال بهذه الأفلام لديهم وأصبحت مصدراً للمعلومات عن الواقع المعاش لديهم.

١٥. دراسة سارة سعيد المغربي (٢٠١١)^(١٩) بعنوان "صورة الجاليات المسلمة في الصحافة الأوروبية- دراسة تحليلية"، استهدفت هذه الدراسة التعرف على ماهية الصورة التي تقدمها بعض المجلات والصحف الأوروبية بالأخص الألمانية والبريطانية للجاليات المسلمة وتحليل مكونات هذه الصورة. وقد استخدمت الدراسة منهجي المسح الإعلامي والمقارن، واعتمدت على أداتين لجمع البيانات هما تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي والمقابلات المتعمقة سواء الشخصية أو عبر شبكة الإنترنت مع عدد من المهتمين بقضايا الأقليات والجاليات والمهاجرين المسلمين بصفة عامة، كما اعتمدت الدراسة على مدخل تحليل الإطار الإعلامي ومدخل التحليل الثقافي كمدخلين نظريتين للدراسة، وقد تم تحليل كل الأشكال والقبول الصحفية بما في ذلك الإخبارية والكاركاتير والذي يقدم أي محتوى عن الجاليات المسلمة من يونيو ٢٠٠٩ وحتى يونيو ٢٠١٠ في جريدة فرانكفورت الجمالية تسابوتونج ومجلة شيجل Der Spiegel من الصحف الألمانية. وتوصلت

عن مجموعة من النتائج من أهمها ما يلي: أن نسبة ٤٧% من عينة الدراسة من طلاب جامعة الجزائر يتعرضون للقنوات الفرنسية بصفة دائمة وهذا يدل على أن هذه القنوات تلقى إقبالا واسعا. أكدت الدراسة أن أكثر الفترات التي يتعرض فيها الطلاب للقنوات الفرنسية هي الفترة المسائية (٨-١٢) بنسبة ٣٧,٢٢% لأنها الفترة التي يعودون فيها من الجامعة وكانت الإثبات الأكثر مشاهدة بنسبة ٤٠%. أثبتت الدراسة أن أكثر البرامج التي يفضل الشباب الجامعي مشاهدتها في القنوات الفرنسية هي الأفلام بالدرجة الأولى بنسبة ٢٤,٥% وهي من أكثر البرامج المفضلة لدى كل الفئات العمرية ثم برامج الأغاني والمونوعات بنسبة ١٥,٢٥%.

٥. دراسة ممدوح المشمشي (٢٠٠٢)^(٣٩) بعنوان "دوافع تعرض المشاهد المصري للقنوات التلفزيونية الفضائية في دولة الإمارات"، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام المغترب المصري في الإمارات للقنوات الفضائية والإشباع التي تحققها وعلاقة التعرض بالمستوى التعليمي، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستعانت الدراسة بأداة الاستقصاء وتم تطبيقها على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من أبناء الجالية المصرية في دولة الإمارات العربية المتحدة تتراوح أعمارهم حول ٢٠ عاماً فأكثر، موزعة على الذكور والإناث بنسبة ٥٤,٥%، ٤٥,٥% وقد تم توزيع عينة الدراسة حسب المنطقة الجغرافية والمستوى التعليمي والسن والحالة الاجتماعية والمهنة. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها أجاب ٥٩% من المغتربين المصريين عينة الدراسة بأنهم يشاهدون القنوات الفضائية دائما بينما ١٣,٧% يشاهدها أحيانا، مقابل ٢٦,٥% يشاهدونها حسب الظروف. يميل الذكور إلى التعرض للفضائيات بهدف الحصول على المعلومات بنسبة ٦٠,٨% بينما تميل الإناث للتعرض للفضائيات بهدف التسلية بنسبة ٦٢,١%. كلما زاد السن زادت دوافع التعرض للفضائيات بهدف الحصول على المعلومات. كلما زاد المستوى التعليمي للرد زاد دافعه إلى معرفة أخبار العالم، وأخبار الوطن والمونوعات والأغاني، ودوافع التعرف على الشعوب الأخرى، بينما أشارت النتائج إلى عدم وجود علاقة بين المستوى التعليمي، وكل من دافع التعرض لمشاهدة المواد التلفزيونية من أجل المتعة وتضيعة الوقت.

٦. دراسة هشام عبدالمك ربح (٢٠٠٧)^(٤٠) بعنوان "دور إذاعة فلسطين في تلبية الاحتياجات الإعلامية للفلسطينيين المقيمين في مصر"، استهدفت هذه الدراسة التعرف على خصائص المستمعين لإذاعة فلسطين من الفلسطينيين المقيمين في مصر، ودوافع تعرضهم لإذاعة فلسطين والإشباع المتحققة منها، والتعرف على آرائهم في البرامج والمواد المقدمة فيها. واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة لمسح الجمهور الفلسطيني، المقيمين في مصر ممن يستمعون لإذاعة فلسطين من القاهرة. واستخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل للمجتمع القائم بالاتصال نظراً لصغر حجم مجتمع القائم بالاتصال في إذاعة فلسطين من القاهرة وتم تطبيقها على عينة قوامها ٢٥ مفردة، كما استخدمت الدراسة استمارة استقصاء تم تطبيقها على عينة عمدية قوامها ٢١٠ مبحوثين من أبناء الشعب الفلسطيني المقيمين في مصر. وكشفت الدراسة عن مجموعة من النتائج من أهمها ما يلي: يستمع جميع الفلسطينيين في مصر عينة الدراسة لإذاعة فلسطين حيث إن العينة سحبت عمدياً من جميع مستمعي إذاعة فلسطين وتوزيع درجات استماعهم لإذاعة فلسطين على ثلاث درجات هي: الاستماع دائما ٤٥,٣% والاستماع أحيانا ٣٩,٥% والاستماع نادراً ١٥,٢%. أهم أسباب تفضيل استماع الفلسطينيين عينة الدراسة لهذه البرامج مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي تربطني بوطني وتعرفني بتاريخ فلسطين ١٨,٦% للاستماع للأغاني بنسبة ١٧,٦%، إلقاء الضوء على قضايا فلسطين وأهمية القدس في حياة الفلسطينيين بنسبة ١٦,٧%، التعريف بأحوال الشعب الفلسطيني ومقاومته ومعاناته في السجون الإسرائيلية وأهمية الوحدة بين الفلسطينيين بنسبة ١٠%، الاهتمام بالمرأة الفلسطينية والأسرة وإلقاء الضوء على رأي الشباب بنسبة ٥,٧%.

٧. دراسة محمد كحط عبيد الربيعي (٢٠١١)^(٤١) بعنوان "عادات التلقي لدى المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية"، استهدفت هذه الدراسة تقييم وتحليل عادات تلقي المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية، من حيث حجم التعرض وأنماطه، والمضامين الأكثر اهتماما للمشاهدين، ودراسة تأثير المتغيرات، كالتنوع

أساسيان هما: الفروق الثقافية والعرقية والتطبيقات السياسية والاجتماعية، حيث تم تطبيق هذا النموذج على تأثيرات التلفزيون التركي على الأتراك الهولنديين في هولندا. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها يشعر مشاهدو التلفزيون التركي بأن المشاهدة تقوى حبهم وانجذابهم نحو تركيا والأشخاص الأتراك ووجهات نظر الثقافية التركية، بينما أجاب البعض بأنهم يشعرون بنفس الإحساس نحو هولندا والثقافة الهولندية في تركيا. يختلف انجذاب المهاجرين الأتراك للتلفزيون التركي باختلاف أجيالهم حيث إن كل جيل له احتياجات وإشباعات مختلفة، فأبناء الجيل الثاني من الأتراك لا يجدون أي صعوبة في متابعة البرامج التلفزيونية الهولندية بينما يعتمد أبائهم بشكل أساسي على التلفزيون التركي، كذلك يستخدم أبناء الجيل الثاني برامج التلفزيون التركي للتعليم بصفة أساسية، بينما يستخدم جيل الآباء برامج التلفزيون التركي لإشباع احتياجاتهم الترفيهية والإخبارية على حد سواء. أجاب الأتراك عينة الدراسة أن لغتهم التركية أصبحت أفضل منذ مشاهدتهم لبرامج التلفزيون التركي، وأن معرفتهم بتركيا أصبحت أكثر عمقا. حققت قنوات التلفزيون التركي جاذبية لدى المهاجرين عينة الدراسة لأنها أظهرت الاختلافات بين الأفكار والعادات المنتشرة في تركيا، والأفكار والعادات المنتشرة بين المهاجرين الأتراك في هولندا، فطبقاً لإجابات معظم المبحوثين استطاعت القنوات التلفزيونية التركية أن تجعلهم أكثر وعياً بأن القيم التي تربوا عليها تختلف عن القيم التركية وتعد مفاهيم ضعيفة وجامدة في تركيا.

٣. دراسة Alex oriz (2001) الكس ورز^(٤٢) بعنوان "الاندماج العرقي، الهوية الوطنية، ووسائل الإعلام، تحليل لاستخدامات الراديو في مقاطعة هاردى بفلوريدا"، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في الهوية الوطنية، عملية اندماج المهاجرين المكسيكيين حديثي الهجرة، حيث تحاول الدراسة توضيح دور محطات الإذاعة العرقية في مساعدة المهاجرين على الاندماج مع الثقافة السائدة، وكيفية تسخير وسائل الإعلام التي تبث بلغة المهاجرين الأم للمحافظة على التميز الثقافي للجماعة العرقية عن الجمهور العام. واستخدمت الدراسة أداة المقابلة المتعمقة وتم تطبيقها على عينة عمدية قوامها ١٢ مفردة من المهاجرين الأسبان في منطقة هاردى بفلوريدا ممن يستمعون إلى محطات الإذاعة الأسبانية التي يصل إرسالها إلى مقاطعة هاردى الزراعية. وكشفت الدراسة عن العديد من النتائج من أهمها ما يلي: تعد محطات الإذاعة الأسبانية وسيلة مهمة للارتباط الثقافي بالوطن الأم المكسيك بالنسبة لمعظم المبحوثين، كما تعد أداة حاسمة لتعلم الكثير عن أحداث المجتمع المحلي، المدارس العامة، الخدمات الحكومية، المعلومات التي يحتاجون إليها، يقوم المبحوثون أفراد العينة بالاستماع للراديو العرقي كوسيلة لتحقيق الاندماج في المجتمع المضيف، وأيضاً كوسيلة للحفاظ على الروابط الثقافية بالوطن الأم. رغم أن المهاجرين المكسيكيين الأمريكيين من الجيل الثالث والرابع يفضلون استخدام الراديو الذي يبيت باللغة الإنجليزية، إلا أن الراديو العرقي مازال يقوم بدور مهم بالنسبة لهم في مساعدتهم للحفاظ على لغتهم وروابطهم الثقافية بالمكسيك. يؤدي استخدام الراديو العرقي لربط عملية الاندماج بالنسبة لبعض المكسيكيين داخل الثقافة الأمريكية السائدة. توصلت الدراسة إلى أن الروابط الثقافية بالمكسيك مازالت موجودة عبر الأجيال المختلفة من خلال استخدام الراديو الذي يبيت باللغة الأسبانية.

٤. دراسة فتحية مريب (٢٠٠١)^(٤٣) بعنوان "استخدامات طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وما تحققة من إشباع"، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وعلى الإشباع المتحققة من هذا الاستخدام. وتندرج الدراسة تحت الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة لصعوبة إجراء مسح شامل على كل الشباب الجزائري، واستعانت الدراسة بأداة الاستبيان وتم تطبيقها على عينة عمدية من الشباب الجامعي، ممن يشاهدون القنوات الفرنسية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب وطالبات جامعة الجزائر مع الأخذ في الاعتبار، سائر العوامل الديموجرافية ذات الصلة بمفردات العينة، خاصة النوع والسن، الذي تم تقسيمه إلى ثلاث فئات تتطوى الفئة الأولى على الأعمار ما بين (١٨-٢١) سنة وتضمنت الفئة الثانية الأعمار ما بين (٢١-٢٤) سنة، وأخيراً الفئة الثالثة من ٢٤ سنة فأكثر. وكشفت الدراسة

المغربين بالثقافة المصرية الأصيلة، والحضارة المصرية العريقة، حيث أكدت العديد من الدراسات والبحوث العلمية في مجال الاتصال (كما اتضح ذلك من الدراسات السابقة التي تم عرضها) أن من أسباب اهتمام المصريين المغربين بالإقبال على الاستماع للإذاعات المصرية ومشاهدة القنوات الفضائية العربية هو التعرف على أخبار مصر، والشعور بالانتماء، وعدم الإحساس بالغربة.^(٤٠)

وكما أكدت دراسة الدكتور أنشراح الشال^(٢٠) عن اتجاهات جمهور الفضائية المصرية في الكويت التي تقدمت الدول التي استقبلت بث هذه القناة وهي دراسة ميدانية طبقت في شهرى يناير وفبراير ١٩٩٢ من خلال صحيفة استقصاء وزعت على المصريين العاملين في الكويت، أن ٨٨,٣% من حجم العينة يشاهدون القناة الفضائية المصرية أكثر من أى قناة أخرى. وقد يرجع اختيار الباحثة لهذا البحث من خلال تجربة شخصية مرت بها، حيث إن القناة الفضائية المصرية كان لها دوراً كبيراً في تعليم إبنائها العادات والتقاليد المصرية وانقائهم اللهجة المصرية وربطهم بوطنهم الأم وذلك من خلال مشاهدتهم للفضائية المصرية.

ولتحديد المشكلة البحثية بشكل علمي، قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها ٤٦ مفردة من المراهقين الذين تتراوح أعمارهم من سن (١٣-١٨) سنة من ثلاث دول وهي السعودية وعمان وأمريكا وكشفت نتائجها عن أن نسبة من يشاهدون القناة الفضائية المصرية من هؤلاء المراهقين تبلغ ٨٠%، فالمرافقون المغتربون لديهم الدوافع الطبيعية بأن يرتبطوا بوطنهم الأصلي، وكذلك البلد الأم يحتاج إلى أن يتواصل مع أبنائه باعتبار أنهم ثروات وطنية لا يستهان بها.

وفي ضوء نتائج ما تقدم يمكننا بلورة المشكلة البحثية في التساؤل الآتي:

١. ما العلاقة بين تعرض المراهقين المصريين المغتربين للقناة الفضائية المصرية وتكوين صور ذهنية لديهم عن مصر؟
٢. وما مدى نجاح القناة الفضائية المصرية في بناء علاقة وطيدة بين المراهقين المصريين في الغربة وبين مجتمعهم المصري؟ وما ملامح هذه الصورة المتكونة؟ إيجابية أم سلبية؟

أهمية البحث:

تنقسم أهمية الدراسة إلى:

١. أهمية مجتمعية تطبيقية: أهمية المجتمع الذي يتصدى له البحث (مجتمع المغتربين، ومجتمع المراهقين).
٢. أهمية نظرية:
 - أ. على الرغم من بدء بث الفضائية المصرية في عام ١٩٩٠ كأول قناة فضائية عربية وإجراء العديد من الدراسات لتحليل برامجها أو مسح آثارها على عينة من الجمهوريات العمرية المختلفة داخل مصر، إلا أنه لم يتم إجراء دراسة حول مسح علاقتها بعينة من المصريين المغتربين خاصة المراهقين منهم أو إجراء دراسة حول دورها في تكوين صور ذهنية عن مصر.
 - ب. أهمية دراسة أثر التلفزيون المصرى ودوره في تكوين صور ذهنية عن مصر لدى المصريين المغتربين.
 - ج. ندرة الدراسات والبحوث فيما يتعلق بالمراهقين المغتربين باستثناء دراسة واحدة أجريت على الجالية العربية المهاجرة.^(٢١)

أهداف البحث:

١. التوصل إلى دور القناة الفضائية المصرية في تكوين صورة ذهنية عن مصر لدى المراهقين.
٢. التعرف على تعرض المراهقين المغتربين- حيث إنهم جزء لا يتجزأ من الوطن- للفضائية المصرية.
٣. رصد الصورة الذهنية للمراهق المغترب عن مصر.
٤. قياس حجم مشاهدة مضامين الفضائية المصرية.
٥. الكشف عن موقف المراهقين المصريين المغتربين من الفضائية المصرية أثناء الثورة وبعد الثورة.
٦. تقديم مقترح يمكن أن يستند إليها القائمون بالاتصال في القناة الفضائية المصرية من خلال طرح رؤية مستقبلية للدور الذي يمكن أن تقوم به القناة الفضائية المصرية في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن مصر لدى المراهقين المغتربين وذلك من خلال ما تبثه من مضامين إعلامية جادة بدلاً من عدم الاهتمام والانعزال، مما يشكل خطراً

والعمر وطول الفترة الزمنية للهجرة والمستوى الاقتصادي والمستوى العلمى للمهاجرين على طبيعة التلقى للقنوات الفضائية العربية. وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي، واعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبيان وتم تطبيقها على عينة قوامها ٥٠٠ مفردة تمثل مجتمع البحث على المهاجرين العرب في السويد، بواقع واحد لكل ألف شخص تقريباً، وقد جمعت مفردات العينة من المدن السويدية الكبيرة من المهاجرين العرب من النوادي الاجتماعية والمدارس وأماكن العبادة والمسجد والكنائس. كما قام الباحث بإجراء مقابلات مباشرة مع ممثلي الجاليات العربية في السويد. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود إقبال كبير من قبل المغتربين العرب في السويد على مشاهدة القنوات الفضائية العربية ومن قبل جميع أبناء الجاليات العربية المتواجدة في السويد. كما أشارت الدراسات إلى الدور المهم الذي تلعبه الفضائيات العربية كونها وسيلة وعوامل تواصل جيد مع البلد الأم وكعامل تفاعل مع القضايا الوطنية بنسبة ٨٢,١% من المبحوثين وكوسيلة لتخفيف معاناة الغربة بنسبة ٧٠,٨% وكوسيلة للحفاظ على ثقافتهم الأم ونشرها بين أبناء الجالية العربية.

التعليق على الدراسات السابقة:

١. من حيث الموضوع: اهتمت الدراسات بمسح عينة من الجمهور أو الأطفال داخل مصر للتعرف على حجم وعادات مشاهدتهم للقناة الفضائية المصرية أو غيرها من القنوات الفضائية، كما اهتمت معظم الدراسات بالتركيز على دور وسائل الإعلام في تكوين صور ذهنية عن مصر لدى الأجانب، وهذه نقطة الاختلاف حيث إن الدراسة الحالية تركز على معرفة الصورة تاذنية لمصر لدى عينة من المراهقين المصريين المغتربين وعلاقتها بتعرضهم للفضائية المصرية. وقد اهتمت معظم الدراسات الأجنبية بمسح عينة من المهاجرين أو المغتربين للتعرف على مدى مشاهدتهم لوسائل الإعلام العرقية.
٢. من حيث العينة: فقد اهتمت معظم الدراسات السابقة بدراسة المغتربين بكل فئاتهم العمرية، بينما ركزت الدراسة الحالية على المراهقين المغتربين من سن (١٣-١٨) سنة. كما اهتمت الدراسة الحالية بمسح آراء عينة من المراهقين المصريين المغتربين خارج مصر للتعرف على مدى تعرضهم للقناة الفضائية المصرية وتأثير التعرف على صورة مصر الذهنية لديهم.
٣. من حيث الأدوات: وقد اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة وخاصة الأجنبية في استخدامها لأداة الاستبيان للتعرف على آراء الجمهور المغترب. وجدير بالذكر أنه من الصعب استخدام أداة تحليل المضمون في هذا البحث لاستحالة تطبيقه على كل أنواع البرامج والأفلام والمسلسلات والأغاني والمنوعات والاعلانات وغيرها من القوالب التلفزيونية المختلفة، والتي تبثها القناة الفضائية المصرية.
٤. من حيث النتائج: توصلت معظم نتائج الدراسات السابقة لجود إقبال كبير من المهاجرين على القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية الوطنية، كما توصلت أيضاً إلى أن للتلفزيون والاذاعة دوراً كبيراً في تكوين صورة ذهنية معينة للمبحوثين، وأن الجمهور وخاصة المراهقين يقبلون عليهما وهذا ما أثبتته البحث الحالي من أن المراهقين المغتربين يحرصون على متابعة التلفزيون بنسبة ٩٥%، وقد أظهرت نتائج هذا البحث أن ٩٥% من المراهقين المغتربين لديهم أصدقاء من أبناء البلد الذي يعيشون فيه. كما أكد هذا البحث أن المراهقين المغتربين وصفوا مصر بلدهم الأم بأنه بلد تاريخ وحضارة.
٥. وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة: في بلورة مشكلة البحث، وتحديد تساؤلاته وتحديد مصطلحات البحث ومعتبراته .

مشكلة البحث:

أصبحت القضية التي تواجه أى مصرى سواء كان مغترباً أو مهاجراً هو أو أبنائه هي كيفية ربطهم بالوطن الأم، فهناك كثيراً من المصريين غادروا بلدهم الأم، وأصبحوا جزءاً من مجتمعات بلدان المهجر، وهذه الملايين من المغتربين، تحتاج إلى الاهتمام الحقيقي بها خاصة أطفالهم وشبابهم وتحتاج إلى السعى لاستمرار تفاعل هؤلاء الأطفال والشباب مع بلدهم الأم.

ومع ظهور فضائيات كثيرة أغلبها ينطق باللغة العربية وخاصة الفضائية المصرية التي لا بد أن يكون لها دوراً كبيراً لأنها الحبل السرى الذى يربط المصرى بوطنه، وتخفف عيب المغتربين وابتعادهم عن وطنهم، وتسهم في تعريف أبناء المصريين

وتعتمد الدراسة على منهج المسح بالعينة لمسح آراء عينة من المراهقين المصريين المغتربين حول علاقتهم بالقناة الفضائية المصرية وتأثير هذه العلاقة والمشاركة على صورة مصر الذهنية لديهم.

مجتمع وعينة البحث:

تستخدم الباحثة عينة من المراهقين المصريين المغتربين خارج حدود الدولة من سن (١٣- ١٨) سنة قوامها ١٠٠ مفردة بنسبة ٤٤% من الذكور، ٥٦% من الإناث في الدول التالية (السعودية، عمان، أمريكا، كندا، إنجلترا) والعينة عشوائية.

خصائص العينة من حيث النوع:

جدول (١) خصائص العينة من حيث النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
الإناث	٥٦	٥٦
الذكور	٤٤	٤٤
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

خصائص العينة من حيث محل الإقامة:

جدول (٢) خصائص العينة من حيث محل الإقامة

محل الإقامة	التكرار	النسبة المئوية
السعودية	٢٧	٢٧
أمريكا	٢٥	٢٥
كندا	٢٥	٢٥
عمان	٢٠	٢٠
إنجلترا	٣	٣
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

مبررات اختيار عينة البحث الميداني:

- يرجع اختيار الباحثة لعينة المراهقين المصريين المغتربين، باعتبارهم فئة وشريحة تمثل قطاعاً مهماً في المجتمع، فهؤلاء لديهم القدرة على تمثيل مصر ورفع اسمها لذلك تحتاج هذه الفئة إلى إشباع احتياجاتهم الأساسية وخاصة الاحتياجات الاتصالية لاستمرار تفاعلهم مع بلدهم الأم.
- كما يرجع اختيار الباحثة للدول التي ستطبق فيها استمارة الاستبيان لارتباطها بعلاقات شخصية مع الأصدقاء والزلاء المقيمين في هذه الدول.
- كما اختارت الباحثة مرحلة المراهقة من سن (١٣- ١٨) سنة، لأن خلال هذه المرحلة العمرية يكون المراهق قد تمكن من اختزان الصور والانطباعات والتخيلات والخبرات، وموروثات العادات والتقاليد والقيم، والتي تمكنه من تكوين صورة ذهنية واضحة عن مصر، وبالتالي تكون الصورة واضحة وغير مشوشة وناضجة إلى حد بعيد، وهذا لا يتأتى مثلاً للأطفال الصغار.

أدوات البحث:

يعتمد البحث في جمع المعلومات على استمارة استبيان من إعداد الباحثة، والتي تم تطبيقها عن طريق البريد الإلكتروني والاستبيان البريدي، وطُبقت على عينة من المراهقين المصريين المغتربين وذلك للتعرف على حجم وكثافة التعرض للمضامين التي تعرضها القناة الفضائية المصرية، وعلاقتها بالصور الذهنية المتكونة عن مصر لدى هؤلاء المراهقين. وقد تناولت استمارة الاستبيان عدة أسئلة فمثلاً من سؤال رقم ٤ إلى سؤال رقم ٢٢ يقيس مدى تعرض المراهق المغترب للقناة الفضائية المصرية وتأثير مشاهدة القناة الفضائية المصرية على المراهق وأسباب تعرض المراهق المغترب للقناة الفضائية المصرية. كما قاس السؤال رقم ٢٣ والسؤال رقم ٢٤ الصورة الذهنية المكونة لدى المراهقين المغتربين عن مصر والمصريين ومن السؤال رقم ٢٥ إلى السؤال رقم ٤١ تم قياس ومعرفة حياة المراهق المغترب الذي يعيش خارج وطنه الأم.

إجراءات الصدق والنبات:

وللتأكد من توافر شرط الصدق في استمارة الاستبيان، قامت الباحثة باتباع الخطوات التالية. قامت الباحثة بإعدادها وعرضها على عدد من المتخصصين في الإعلام والطفولة، الاجتماع، علم النفس، ثم تم إجراء التعديلات اللازمة وتحديد النسبة العامة للاتفاق بينهم

قائمة الأساتذة والخبراء الذين حكموا صحيفة الاستبيان:

- أ.د. اعتماد خلف معبد، أستاذ متفرغ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس
- أ.د. عدلى رضا، أستاذ متفرغ كلية الإعلام- جامعة القاهرة
- أ.د. سامية أحمد علي، أستاذ متفرغ بقسم إذاعة وتليفزيون كلية الإعلام- جامعة القاهرة
- أ.د. محمود إسماعيل، رئيس قسم الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس
- أ.د. هبة شاهين، رئيس قسم علوم الاتصال والإعلام- كلية أدب- جامعة عين شمس

(الصورة الذهنية لمصر لدى عينة ...)

على المجتمع المصري ككل.

٧. إلقاء الضوء على فئة مهمة في المجتمع وهم المراهقون المغتربون فمنهم من سيكونون علماء ومفكرين وسيساهمون في تشكيل مستقبل المجتمع بحيث يكونون قوة فاعلة غير منزعجة بل منتبذة للوطن الأم مصر.

حدود البحث:

- حدود زمنية: تنحصر في الفترة التي يطبق فيها الدراسة الميدانية من شهر نوفمبر ٢٠١٢ وحتى مايو ٢٠١٣.
- حدود مكانية: تنحصر في خمس دول هي: المملكة العربية السعودية وسلطنة عمان والولايات المتحدة الأمريكية وكندا وإنجلترا.
- حدود موضوعية: تنحصر في اختبار العلاقة بين تعرض المراهقين المصريين المغتربين للقناة الفضائية المصرية محل، وتكوين صور ذهنية عن مصر.

تساؤلات البحث:

- ما أنماط تعرض المراهقين المغتربين للقناة الفضائية المصرية؟
- ما الأوقات التي يقبل المراهقون المغتربون خلالها على مشاهدة القناة الفضائية المصرية؟
- ما مدى اهتمام المراهقين المصريين المغتربين بما يقدم على القناة الفضائية المصرية؟
- ما مصادر معلومات المراهقين المصريين المغتربين عن مصر؟
- ما سمات الصور الذهنية عن مصر لدى المراهقين المصريين المغتربين (سياسياً واقتصادياً وثقافياً وسياحياً وحضارياً).
- ما الصفات الإيجابية والسلبية التي يراها المراهقون المغتربون في الشعب المصري؟
- ما تقييم المراهقين المغتربين لما يقدم على قناة الفضائية المصرية؟

المفاهيم الإجرائية للبحث:

- القناة الفضائية المصرية Egypt Satellite Channel: يقصد بها إجرائياً القناة الفضائية المصرية الرسمية التي تعبر عن الهوية المصرية، من حيث اللغة التي تتحدث بها كما أنها تقدم برامج تعكس الحياة والواقع المصري.
- المراهق المغترب Expatriate Adolescent: يقصد به إجرائياً المراهق الذي فرض عليه ترك بلده الأصلي لظروف فرضت على أهله دون رغبته وهي العمل، الدراسة، ظروف سياسية. أو أنه هو المراهق الذي يعيش في بلد غير بلده الأصلي لمدة طويلة، قد تستغرق عدة سنوات أو العمر كله وعادة ما يحمل معه ثقافته إلى البلد الجديد والذي يكون مختلفاً عن ثقافة بلده الأصلي.
- الصورة الذهنية Mental image: يعرف Boulding^(٢٢) الصورة بأنها مجموعة الانطباعات الذاتية التي تتكون لدى الأذهان وهذه الانطباعات يمكن أن تكون أفكاراً عن قيم معينة من خلال ما تبثه وسائل الاتصال الجماهيري. والصورة الذهنية تبني اعتماداً على خبرات الإنسان وإدراكه للعالم المحيط منذ لحظة الميلاد وربما قبل ذلك. فإذا ما تقدم العمر ازداد هذا التصور ليشمل في النهاية كل شيء سواء موجوداً أو متخيلاً وهكذا تشمل معرفه الإنسان الكلية في مجموعة متنوعة من الصور الذهنية عن المدركات التي مرت به طوال حياته.
- هذه الصورة الذهنية هي التي تحدد الكيفية التي يتصرف بها الفرد ومن ثم فإن أي تغيير في هذه الصور بالضرورة تغيير في سلوك الفرد.
- والصورة الذهنية إجرائياً: تقصد بها الباحثة في هذه البحث، بأنها التصورات والانطباعات الذهنية المتكونة في أذهان المراهقين المغتربين نحو بلدهم الأم، وتتكون من خلال تعرضهم للقنوات الفضائية المصرية.

متغيرات البحث:

يسعى البحث إلى اختبار العلاقة بين عدد من المتغيرات:

- المتغير المستقل: تعرض المراهقين المصريين المغتربين للقناة الفضائية المصرية.
- المتغير الوسيط: ويشمل الخصائص الديموجرافية (السن- النوع- المستوى الاجتماعي- المستوى الاقتصادي)، كثافة التعرض للبرامج القناة الفضائية المصرية والبلد المغترب به ومدى تسكسه بالعادات والتقاليد المصرية.
- المتغير التابع: الصور الذهنية المتكونة لدى المراهقين المغتربين عن مصر.

نوع البحث ومنهجه:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتستهدف وصف الأحداث، والأشخاص، وصف بناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماطه وسلوكه بصفة خاصة.^(٢٣)

٢١ المجتمع الذي يفضل المبحوثون المعيشة فيه:

جدول (٧) المجتمع الذي يفضل المبحوثون المعيشة فيه

المجتمع	التكرار	النسبة المئوية
المصري	٤١	٤١
الذي تعيش فيه حالياً	٥٩	٥٩
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول أن ٥٩% من المبحوثين يفضلون أن يحيا في المجتمع الذي يعيشون فيه، في حين ٤١% يفضلون أن يعيشوا في المجتمع المصري.

٢٢ وسائل الإعلام المصرية التي يفضل المبحوثون متابعتها:

جدول (٨) وسائل الإعلام المصرية التي يفضل المبحوثون متابعتها وفقاً للنوع

الوسائل	العينة	الذكور		الإناث		قيمة Z	الدالة
		ك	%	ك	%		
تلفزيون	٤٣	٩٧,٧	٥٢	٩٢,٩	٩٥	١,١٠٤	غير دالة
كتب	٣	٦,٨	١٤	٢٥	١٧	٢,٣٩١	٠,٠٥
سينما	٢	٤,٥	١١	١٩,٦	١٣	٢,٢١٧	٠,٠٥
مجلات	٣	٦,٨	٩	١٦,١	١٢	١,٤٠٦	غير دالة
صحف	٥	١١,٤	٣	٥,٤	٨	١,٠٩٤	غير دالة
راديو	٣	٦,٨	٣	٦,٨	٦	٠,٣٠٤	غير دالة
المسرح	١	٢,٣	٣	٥,٤	٤	٠,٧٧٧	غير دالة
جملة من سئلا	٤٤			٥٦	١٠٠		

قيمة كا^٢ = ٠,٤٢٨ = درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٨٠٧ الدالة = غير دالة

يتضح من الجدول أن وسائل الإعلام المصرية التي يفضل المبحوثون متابعتها تمثلت في التلفزيون في المقدمة بنسبة ٩٥%، ثم الكتب في المرتبة الثانية بنسبة ١٧%، والسينما في المرتبة الثالثة بنسبة ١٣%، ثم المجلات في المرتبة الرابعة بنسبة ١٢%، والصحف في المرتبة الخامسة بنسبة ٨%، والراديو في المرتبة السادسة بنسبة ٦%، وأخيراً المسرح بنسبة ٤%. وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية في بعض استجابات المبحوثين حول وسائل الإعلام المصرية التي يفضلون متابعتها طبقاً للنوع على النحو الآتي: تفضل الإناث الكتب بنسبة أكبر من الذكور ٢٥%، ٦,٨%، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢,٣٩١، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

تفضل الإناث السينما بنسبة أكبر من الذكور ١٩,٦%، ٤,٥%، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢,٢١٧، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%. اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع عدة دراسات كدراسة Ton Kultida في أحقية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام، كما اتفقت مع دراسة ماهر زهران تحت عنوان "الصورة النفسية للمعلم" كما تعكسها الدراما المقدمة بالتلفزيون لدى المراهقين. أن التلفزيون يعد من المصادر الأولى في الحصول على المعلومات عن المعلم بنسبة ٩٠,١%، كما جاءت نتائج دراسة محمد هلال بعنوان "دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية" متفقة مع نتائج الدراسة الحالية حيث أثبتت أن أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات "القنوات الفضائية العربية" بنسبة ٧٧,٨% بالإضافة إلى عدة دراسات سابقة كدراسة Allan Pablo ودراسة عدلات رمضان ودراسة محمد كحط الربيعي بأن التلفزيون يأتي في مقدمة وسائل الإعلام المجتمع المضيف التي يستخدمها المهاجرون.

٢٣ مدى توافر السينما أو المسرح للمبحوثين:

جدول (٩) توافر السينما أو المسرح للمبحوثين وفقاً للنوع

الوسائل	العينة	الذكور		الإناث		قيمة Z	الدالة
		ك	%	ك	%		
نعم	١٨	٤٠,٩	١١	١٩,٦	٢٩	٢٩	٢٩
لا	٢٦	٥٩,١	٤٥	٨٠,٤	٧١	٧١	٧١
الإجمالي	٤٤	١٠٠	٥٦	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٠,٤١٢ = درجة الحرية = ١ مستوى المعنوية = ٠,٠٧٠ الدالة = ٠,٠٥

يتضح من الجدول أن ٢٩% من المبحوثين يرون أن السينما أو المسرح متوافران لدى المراهقين المصريين المغتربين بصفة دائمة، وفي المقابل يرى ٧١% منهم أنها غير متوافرين. وبحساب قيمة كا^٢ بلغت ٠,٤١٢ عند درجة حرية = ١، وهي قيمة دالة إحصائية. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومدى توافر السينما أو المسرح للمراهقين المصريين المغتربين من وجهة نظرهم.

والتي تشير إلى مدى توافق الصدق في الاستمارة.^(٢٢) وقامت الباحثة بإجراء ثبات التحليل على بيانات الدراسة الميدانية من خلال قيامها بتطبيق الاستمارة مرة أخرى على عينة قوامها ١٠% من حجم العينة بعد فترة أسبوعين من جمع بيانات الدراسة وبلغت قيمة ثبات البيانات ٠,٩٣% الأمر الذي يشير إلى ثبات الاستمارة.

الأساليب الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية:

١ التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

٢ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

٣ اختبار كا^٢ Chi Square Test لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية Nominal.

٤ اختبار Z لدراسة معنوية الفرق بين نسبتي مؤبطين، وقد اعتبرت قيمة Z غير دالة إذا لم تصل ١,٩٦، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة ٩٥% فأكثر إذا بلغت ١,٩٦ وأقل من ٢,٥٨، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة ٩٩% فأكثر إذا بلغت ٢,٥٨ فأكثر. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل.

نتائج الدراسة ومناقشتها وتفسيرها:

١ زيارة المبحوثين للمركز الثقافي المصري:

جدول (٣) زيارة المبحوثين للمركز الثقافي المصري

الذهاب إلى المركز الثقافي المصري	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٥٣	٥٣
لا	٤٧	٤٧
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

ويتضح من الجدول أن ٥٣% من المبحوثين يفضلون الذهاب إلى المركز الثقافي المصري، في حين لا يفضل ٤٧% منهم في الذهاب إلى المركز الثقافي المصري.

٢ تعرف المبحوثين على أصدقاء من أبناء الجالية المصرية:

جدول (٤) معرفة المبحوثين لأصدقاء من أبناء الجالية المصرية

معرفة أصدقاء مصريين	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٨١	٨١
لا	١٩	١٩
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

ويتضح من الجدول أن ٨١% من المبحوثين لديهم أصدقاء من أبناء الجالية المصرية، في حين ١٩% ليس لديهم أصدقاء من أبناء الجالية المصرية.

٣ تعرف المبحوثين على أصدقاء من أبناء الجالية العربية:

جدول (٥) معرفة المبحوثين لأصدقاء من أبناء الجالية العربية

معرفة أصدقاء عرب	التكرار	النسبة المئوية
لا	٥٢	٥٢
نعم	٤٨	٤٨
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

كما يتضح من الجدول أن ٤٨% من المبحوثين لديهم أصدقاء من أبناء الجاليات العربية، مقابل ٥٢% ليس لديهم أصدقاء من أبناء الجالية العربية.

٤ معرفة المبحوثين لأصدقاء من أبناء البلد الذي يعيشون فيه:

جدول (٦) معرفة المبحوثين لأصدقاء من أبناء البلد الذي يعيشون به

معرفة أصدقاء من بلد الإقامة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٩٥	٩٥
لا	٥	٥
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول أن ٩٥% من المبحوثين يفضلون مصاحبة أبناء البلد الذي يعيشون به، في حين ٥% لا يفضلون ذلك.

٤. أ.د.دنيا فاروق أبو زيد، أستاذ مساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام كلية الآداب - جامعة عين شمس

د.منى عبدالفتاح، مدرس قسم إذاعة وتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

د.مؤمن جبر، مدرس الإعلام - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

٢٤ أكثر القنوات الفضائية التي يفضل المبحوثون متابعتها:

جدول (١٠) أكثر القنوات الفضائية التي يفضل المبحوثون متابعتها وفقاً للنوع

القنوات	العينة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
القنوات الفضائية المصرية	٣٢	٧٤,٤	٣٩	٧٥	٧١	٧٤,٧	٠,٠٦٥
الحياة	١٩	٤٤,٢	٢٠	٣٨,٥	٣٩	٤١,١	٠,٥٦٢
Dream T.V	١٣	٣٠,٢	١٤	٢٦,٩	٢٧	٢٨,٤	٠,٣٥٤
CBC	١٦	٣٧,٢	١١	٢١,٢	٢٧	٢٨,٤	١,٧١٨
النهار	٧	١٦,٣	٨	١٥,٤	١٥	١٥,٨	٠,١١٨
النيل للأخبار	١	٢,٣	٩	١٧,٦	١٠	٢,٣٨٧	٠,٠٥
جملة من سئولا	٤٣			٥٢		٩٥	

يتضح من الجدول أن أكثر القنوات الفضائية التي يفضل المبحوثون متابعتها تمثلت في الفضائية المصرية في المقدمة بنسبة ٧١%، ثم الحياة في المرتبة الثانية بنسبة ٣٩%، و Dream T.V، CBC في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٧% لكل منهما، والنهار في المرتبة الرابعة بنسبة ١٥%، وأخيراً النيل للأخبار بنسبة ١٠%. وقد أوضحت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائية في النسب المئوية لاستجابات المبحوثين حول أكثر القنوات الفضائية التي يفضلونها طبقاً للنوع فيما عدا قناة النيل للأخبار فزادت نسبة تفضيل الإناث عن نسبة الذكور ١٧,٦%، ٢,٣%، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢,٣٨٧، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%. واتفقت النتيجة مع عدة دراسات سابقة أهمها دراسة أميرة إبراهيم تحت عنوان "أثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية"، التي أكدت أن المراهقين يفضلون التعرض للقنوات الفضائية العربية وخاصة الفضائية المصرية واتفقت مع الدراسات الأخرى التي أثبتت أن المهاجرين يفضلون التعرض للقنوات الفضائية الناطقة.

٢٥ معدل مشاهدة المبحوثين للقناة الفضائية المصرية:

جدول (١١) معدل مشاهدة المبحوثين للقناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع

معدل المشاهدة	العينة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	٢٤	٥٥,٨	٣١	٥٩,٦	٥٥	٥٧,٩	
أحياناً	١٧	٣٩,٥	١٤	٢٦,٩	٣١	٣٢,٦	
لا	٢	٤,٧	٧	١٣,٥	٩	٩,٥	
الإجمالي	٤٣	١٠٠	٥٢	١٠٠	٩٥	١٠٠	

قيمة ك = ٣,١٣٥ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٢٠٩ الدالة = غير دالة

يتضح من الجدول أن ٥٧,٩% من المبحوثين يشاهدون القناة الفضائية المصرية بصفة دائمة، بينما يشاهدها ٣٢,٦% منهم أحياناً، وفي المقابل لا يشاهدها ٩,٥% من المبحوثين. وبحساب قيمة ك^٢ بلغت ٣,١٣٥ عند درجة حرية = ٢، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومعدل مشاهدتهم للقناة الفضائية المصرية. والنتائج تتفق مع دراسة مدوح الشمشي في أن ٥٩% من المغتربين المصريين يشاهدون القنوات الفضائية دائماً.

٢٦ عدد الأيام التي يشاهد المبحوثون خلالها قناة الفضائية المصرية:

جدول (١٢) عدد الأيام التي يشاهد المبحوثون خلالها قناة الفضائية المصرية أسبوعياً وفقاً للنوع

عدد الأيام	العينة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
يوميًا	١٢	٢٩,٣	٢٥	٥٥,٦	٣٧	٤٣	
أربعة أيام	٧	١٧,١	٤	٨,٩	١١	١٢,٨	
خمس أيام	٣	٧,٣	٦	١٣,٣	٩	١٠,٥	
سنة أيام	٦	١٤,٦	٢	٤,٤	٨	٩,٣	
يومان	٥	١٢,٢	٢	٤,٤	٧	٨,١	
يوم واحد	٣	٧,٣	٤	٨,٩	٧	٨,١	
أقل من ذلك	٣	٧,٣	١	٢,٢	٤	٤,٧	
ثلاثة أيام	٢	٤,٩	١	٢,٢	٣	٣,٥	
الإجمالي	٤١	١٠٠	٤٥	١٠٠	٨٦	١٠٠	

قيمة ك = ١٠,٩٨٥ درجة الحرية = ٧ مستوى المعنوية = ٠,١٣٩ الدالة = غير دالة

يتضح من الجدول أن ٤٣% من المبحوثين يشاهدون القناة الفضائية المصرية يوميًا، بينما يشاهدها ١٢,٨% منهم أربعة أيام، ويشاهدها ١٠,٥% من خمسة أيام، ويشاهدها ٨,١% منهم ستة أيام، ويومان، ويشاهدها ٤,٧% منهم أقل من ذلك، ويشاهدها ٣,٥% منهم ثلاثة أيام. وبحساب قيمة ك^٢ بلغت ١٠,٩٨٥ عند درجة حرية = ٧، وهي قيمة

غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) وعدد الأيام التي يشاهدون خلالها قناة الفضائية المصرية أسبوعياً.

٢٧ عدد الساعات التي يشاهد المبحوثون خلالها قناة الفضائية المصرية:

جدول (١٣) عدد الساعات التي يشاهد المبحوثون خلالها قناة الفضائية المصرية يومياً وفقاً للنوع

عدد الساعات	العينة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
من ساعة إلى ساعتين	٨	١٩,٥	١٨	٤٠	٢٦	٣٠,٢	
أقل من ساعة	٨	١٩,٥	١٣	٢٨,٩	٢١	٢٤,٤	
من ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات	٧	١٧,١	١٠	٢٢,٢	١٧	١٩,٨	
حسب الظروف	١٤	٣٤,١	٣	٦,٧	١٧	١٩,٨	
من ٤ ساعات فأكثر	٤	٩,٨	١	٢,٢	٥	٥,٨	
الإجمالي	٤١	١٠٠	٤٥	١٠٠	٨٦	١٠٠	

قيمة ك = ١٤,٣٢٩ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠,٠٠٦ الدالة = ٠,٠١

يتضح من الجدول أن ٣٠,٢% من المبحوثين يشاهدون القناة الفضائية المصرية من ساعة إلى ساعتين، بينما يشاهدها ٢٤,٤% منهم أقل من ساعة، ويشاهدها ١٩,٨% من ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات، وحسب الظروف، ويشاهدها ٥,٨% منهم من ٤ ساعات فأكثر. وبحساب قيمة ك^٢ بلغت ١٤,٣٢٩ عند درجة حرية = ٤، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) وعدد الساعات التي يشاهدون خلالها قناة الفضائية المصرية يومياً. وتقدر هذه النتيجة الاتفاق مع نتائج الدراسات السابقة في أن معدل أفراد العينة للتلفزيون والقنوات الفضائية ما بين ساعتين إلى ٤ ساعات وهذا ما يتفق ونتيجة الدراسة الحالية التي أثبتت أن ٣٠,٢% من المبحوثين يشاهدون القناة الفضائية من ساعة إلى ساعتين.

٢٨ الفترات التي يفضل المبحوثون مشاهدة القناة الفضائية المصرية خلالها:

جدول (١٤) الفترات التي يفضل المبحوثون مشاهدة القناة الفضائية المصرية خلالها وفقاً للنوع

الفترات	العينة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
المسائية	٩	٢٢	٢٢	٤٨,٩	٣١	٣٦	
حسب الظروف	٢٠	٤٨,٨	٨	١٧,٨	٢٨	٣٢,٦	
الظهرية	٤	٩,٨	١٠	٢٢,٢	١٤	١٦,٣	
السهرة	٧	١٧,١	٠	٠	٧	٨,١	
الصباحية	١	٢,٤	٥	١١,١	٦	٧	
الإجمالي	٤١	١٠٠	٤٥	١٠٠	٨٦	١٠٠	

قيمة ك = ٢٢,٦٩٦ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠,٠٠١ الدالة = ٠,٠٠١

يتضح من الجدول أن الفترة المسائية جاءت في مقدمة الفترات التي يفضل المبحوثون مشاهدة القناة الفضائية المصرية خلالها بنسبة ٣٦%، ثم حسب الظروف في المرتبة الثانية بنسبة ٢٢,٦%، ثم فترة الظهرية في المرتبة الثالثة بنسبة ١٦,٣%، ثم فترة السهرة في المرتبة الرابعة بنسبة ٨,١%، وأخيراً الفترة الصباحية بنسبة ٧%. وبحساب قيمة ك^٢ بلغت ٢٢,٦٩٦ عند درجة حرية = ٤، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) والفترات التي يفضل المبحوثون مشاهدة القناة الفضائية المصرية خلالها. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة كل من مدوح الشمشي، وفتحية مرابط التي أكدت أن الفترة المسائية هي أكثر الفترات التي يتعرض فيها المغتربون إلى القنوات الفضائية.

٢٩ أسباب متابعة المبحوثين للقناة الفضائية المصرية في هذه الفترات:

جدول (١٥) أسباب متابعة المبحوثين للقناة الفضائية المصرية في هذه الفترات وفقاً للنوع

الأسباب	العينة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
لدى الوقت للمشاهدة في هذه الفترة	٢٩	٧٠,٧	٢٨	٦٢,٢	٥٧	٦٦,٣	٠,٨٢٩
أشاهد القنوات الأجنبية في الفترات الأخرى	١٢	٢٩,٣	٧	١٥,٦	١٩	٢٢,١	١,٥٢٢
برامج هذه الفترة مفيدة وجذابة	٤	٩,٨	١٠	٢٢,٢	١٤	١٦,٣	١,٥٥٥
تقدم معلومات تزيد من وعي بمصر والمصريين	٣	٧,٣	١٠	٢٢,٢	١٣	١٥,١	١,٩١٦
البرامج والفترات الأخرى تتشابه وتكرر	٠	٠	١	٢,٢	١	١,٢	٠,٩٥٥
جملة من سئولا	٤١	١٠٠	٤٥	١٠٠	٨٦	١٠٠	

يتضح من الجدول أن لدى الوقت للمشاهدة في هذه الفترة جاءت في مقدمة الفترات التي يفضل المبحوثون مشاهدة القناة الفضائية المصرية خلالها بنسبة ٦٦,٣%، ثم أشاهد القنوات الأجنبية في الفترات الأخرى في المرتبة الثانية بنسبة ٢٢,١%، ثم

في المرتبة الثانية بنسبة ٥٤,٧% لكل منها، ثم نشرات الأخبار في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٠%، ثم البرامج الدينية في المرتبة الرابعة بنسبة ٤٦,٥%، وأخيراً البرامج السياسية بنسبة ١٠,٥%. وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية في بعض استجابات المبحوثين حول المواد التي يفضلون مشاهدتها في القناة الفضائية المصرية طبقاً للنوع على النحو الآتي تفضل الإناث مشاهدة البرامج الثقافية بنسبة أكبر من الذكور ٦٨,٩%، ٤٦,٣%، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة ٢,١٠٥، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%. تفضل الإناث مشاهدة الأغاني بنسبة أكبر من الذكور ٧١,١%، ٣٦,٣%، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة ٣,١٩٤، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩,٩%. يفضل الذكور مشاهدة نشرات الأخبار بنسبة أكبر من الإناث ٦٨,٣%، ٣٣,٣%، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة ٣,٢٢٠، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩,٩%. تفضل الإناث مشاهدة برامج المرأة بنسبة أكبر من الذكور ٣٥,٦%، ٧,٣%، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة ٣,١٩٤، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%. يفضل الذكور مشاهدة البرامج الاخبارية والسياسية بنسبة أكبر من الإناث ٢٩,٣%، ٨,٩%، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة ٢,٤١٣، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%. يفضل الذكور مشاهدة البرامج السياسية بنسبة أكبر من الإناث ١٩,٥%، ٢,٢%، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة ٢,٦٠١، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%. تختلف هذه النتائج مع نتائج الدراسات السابقة في تفضيل المبحوثين مشاهدة برامج الأطفال والأفلام أكثر من مشاهدتهم للبرامج الثقافية، وقد ترى الباحثة أن سبب الاختلاف يرجع إلى الأحداث التي تمر بها البلاد من زخم في الأحداث السياسية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية، والتي جعلت المبحوثين يتجهون لمشاهدة البرامج الثقافية لمعرفة كل ما يحدث ويدور في مصر وطنهم.

٢٠ رأى المبحوثين في أسلوب تناول الموضوعات في القناة الفضائية المصرية: جدول (١٨) رأى المبحوثين في أسلوب تناول الموضوعات في القناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع

الرأي	الذكور		الإناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	
أسلوب موضوعي وممتاز	١٥	٣٦,٦	١٧	٣٧,٨	٣٧,٢
جيد وشيق	٩	٢٢	١٥	٣٣,٣	٢٧,٩
عادي	١٣	٣١,٧	٧	١٥,٦	٢٣,٣
ممل	٤	٩,٨	٦,٧	١٤,٧	٧,١
سطحي وغير متعمق	٠	٠	٣	٦,٧	٣,٥
الإجمالي	٤١	١٠٠	٤٥	١٠٠	٨٦

قيمة كا^٢ = ٦,٣٩٦ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠,٠١١ الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول أن ٣٧,٢% من المبحوثين يرون أن أسلوب تناول الموضوعات في القناة الفضائية المصرية جاء أسلوباً موضوعياً وممتازاً، بينما يرى ٢٧,٩% منهم أنه أسلوب جيد وشيق، ويرى ٢٣,٣% منهم أنه أسلوب عادي ويرى ٧,١% منهم أنه أسلوب ممل، في حين يرى ٣,٥% منهم أنه سطحي وغير متعمق. وبحساب قيمة كا^٢ بلغت ٦,٣٩٦ عند درجة حرية = ٤، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورأيهم في أسلوب تناول الموضوعات في القناة الفضائية المصرية.

٢١ تفضيل المبحوثين للبرامج التي تقدمها القناة الفضائية المصرية: جدول (١٩) تفضيل المبحوثين للبرامج التي تقدمها القناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع

البرامج	مدى التفضيل		دائماً		أحياناً		لا		المتوسط
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
موجز الأنباء	٥٠	٥٨,١	٩	١٠,٥	٢٧	٣١,٤	٣١,٤	٣٦,٦	٢,٢٦
فتس	٤٢	٤٨,٨	٢	٢,٣	٤٢	٤٨,٨	٤٨,٨	٤٨,٨	٢,٠٠
أحلام وطن	٢٤	٢٧,٩	٣٥	٤٠,٧	٢٧	٣١,٤	٣١,٤	٣١,٤	١,٩٦
مباشر من مصر	٢٦	٣٠,٢	٢٩	٣٣,٧	٣١	٣٦,٦	٣٦	٤١,٩	١,٩٤
كرتون أطفال	٣٥	٤٠,٧	٨	٩,٣	٤٣	٥٠	٥٠	٥٠	١,٩٠
يوم في مصر	١٩	٢٢,١	٣٩	٤٥,٣	٢٨	٣٢,٦	٣٢,٦	٣٢,٦	١,٨٩
ليالي مصرية	٢٩	٣٣,٧	١٦	١٨,٦	٤١	٤٧,٧	٤٧,٧	٤٧,٧	١,٨٦

برامج هذه الفترة مفيدة وجذابة في المرتبة الثالثة بنسبة ١٦,٣%، ثم تقدم معلومات تزيد من وعي بمصر والمصريين في المرتبة الرابعة بنسبة ١٥,١%، وأخيراً البرامج والفترات الأخرى تتشابه وتكرر بنسبة ١٠,٢%.

٢٢ أسباب مشاهدة المبحوثين للقناة الفضائية المصرية: جدول (١٦) أسباب مشاهدة المبحوثين للقناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع

الرأي	موافق		محاييد		معارض		المتوسط
	ك	%	ك	%	ك	%	
تقدم معلومات عن مصر والمصريين	٨٠	٩٣	٤	٤,٧	٢	٢,٣	٢,٩٠
لعدم الشعور بالغربة	٧٩	٩١,٩	٥	٥,٨	٢	٢,٣	٢,٨٩
تفهمني أكثر العادات والتقاليد التي أراها في المجتمع المصري	٧٥	٨٧,٢	٩	١٠,٥	٢	٢,٣	٢,٨٤
للتعرف على معلومات عن تاريخ مصر وحضارتها	٧٤	٨٦	٥	٥,٨	٧	٨,١	٢,٧٧
لأن والدي يفضلان مشاهدة هذه القناة لمعرفة النشاط الثقافي في مصر	٦٢	٧٢,١	١٢	١٤	١٢	١٤	٢,٥٨
لمشاهدة الأغاني والأفلام والمسلسلات	٥٤	٦٢,٨	٣	٣,٥	٢٩	٣٣,٧	٢,٢٩
تعرّفني بالنشاط الفني في مصر	٤٦	٥٣,٥	١٤	١٦,٣	٢٦	٣٠,٢	٢,٢٣
للتعرف على الشؤون الداخلية لمصر	٣٦	٤١,٩	٢٧	٣١,٤	٢٣	٢٦,٧	٢,١٥
لمعرفة النشاط الرياضي في مصر	٤٦	٥٣,٥	٧	٨,١	٣٣	٣٨,٤	٢,١٥
برامجها جيدة ومشوقة	٢٢	٢٥,٦	٤٤	٥١,٢	٢٠	٢٣,٣	٢,٠٢
للتعرف على الأحداث الداخلية والخارجية الخاصة بمصر	٢٥	٢٩,١	٢٧	٣١,٤	٣٤	٣٩,٥	١,٨٩
لتمضية وقت فراغي	١٩	٢٢,١	٢٥	٢٩,١	٤٢	٤٨,٨	١,٧٣
للقناة أفضل من غيرها	٩	١٠,٥	٤٢	٤٨,٨	٣٥	٤٠,٧	١,٦٩
للتعرف على معلومات عن مصر السياسية والاقتصادية	١٩	٢٢,١	١٩	٢٢,١	٤٨	٥٥,٨	١,٦٦
للفضول والتسلية	٢٢	٢٥,٦	٥	٥,٨	٥٩	٦٨,٦	١,٥٦
لا أجد شيئاً أفعله	١٧	١٩,٨	٧	٨,١	٦٢	٧٢,١	١,٤٧
جملة من ستلوا	٨٦						

يتضح من الجدول أن أسباب مشاهدة المبحوثين للقناة الفضائية المصرية تمثلت في تقدم معلومات عن مصر والمصريين في مقدمة هذه الأسباب بمتوسط ٢,٩٠، ثم لعدم الشعور بالغربة في المرتبة الثانية بمتوسط ٢,٨٩، وتفهمني أكثر العادات والتقاليد التي أراها في المجتمع المصري في المرتبة الثالثة بمتوسط ٢,٨٤، ثم للتعرف على معلومات عن تاريخ مصر وحضارتها في المرتبة الرابعة بمتوسط ٢,٧٧، ولأن والدي يفضلان مشاهدة هذه القناة في المرتبة الخامسة بمتوسط ٢,٥٨، وأخيراً لا أجد شيئاً أفعله بمتوسط ١,٤٧. وتتفق هذه النتيجة مع جميع الدراسات السابقة في أن أسباب مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية المحلية للحصول على معلومات عن مصر والمصريين ولعدم الشعور بالغربة.

٢٣ المواد التي يفضل المبحوثون مشاهدتها في القناة الفضائية المصرية: جدول (١٧) المواد التي يفضل المبحوثون مشاهدتها في القناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع

المواد	الذكور		الإناث		الإجمالي		قيمة Z	الدالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
البرامج الثقافية	١٩	٤٦,٣	٣١	٦٨,٩	٥٠	٥٨,١	٢,١٠٥	٠,٠٥
الأغاني	١٥	٣٦,٦	٣٢	٧١,١	٤٧	٥٤,٧	٣,١٩٤	٠,٠٠١
الأفلام العربية	٢١	٥١,٢	٢٦	٥٧,٨	٤٧	٥٤,٧	٠,٦٠٧	غير دالة
نشرات الأخبار	٢٨	٦٨,٣	١٥	٣٣,٣	٤٣	٥٠	٣,٢٢٠	٠,٠٠١
البرامج الدينية	١٨	٤٣,٩	٢٢	٤٨,٩	٤٠	٤٦,٥	٠,٤٦٠	غير دالة
المسلسلات	١٦	٣٩	١٥	٣٣,٣	٣١	٣٦	٠,٥٤٦	غير دالة
الأفلام التسجيلية	١٢	٢٩,٣	٤٠	٩٠	٣٠	٣٤,٩	١,٠٣٧	غير دالة
البرامج الرياضية	١٧	٤١,٥	١٢	٢٦,٧	٢٩	٣٣,٧	١,٤٤١	غير دالة
برامج الطفل	٨	١٩,٥	١٢	٢٦,٧	٢٠	٢٣,٣	٠,٧٨٠	غير دالة
برامج المرأة	٣	٧,٣	١٦	٣٥,٦	١٩	٢٢,١	٣,١٣٤	٠,٠٠١
البرامج الإخبارية والسياسية	١٢	٢٩,٣	٤	٨,٩	١٦	١٨,٦	٢,٤١٢	٠,٠٠١
الإعلانات	٨	١٩,٥	٦	١٣,٣	١٤	١٦,٣	٠,٧٧١	غير دالة
البرامج السياسية	٨	١٩,٥	١	٢,٢	٩	١٠,٥	٢,٦٠١	٠,٠٠١
جملة من ستلوا	٤١		٤٥		٨٦			

يتضح من الجدول أن البرامج الثقافية جاءت في مقدمة المواد التي يفضل المبحوثون مشاهدتها في القناة الفضائية المصرية بنسبة ٥٨,١%، ثم الأغاني، والأفلام العربية

الفضائية المصرية تمثل في معظم العوامل متداخلة مع بعضها في المقدمة بنسبة ٤٩,٣%، ثم أشعر بالقرب من الوطن ومعايشة أحداثه في المرتبة الثانية بنسبة ٤٢,٥%، ثم واقع الحياة في مصر في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٣,٣%، ثم اتقان اللهجة المصرية في المرتبة الرابعة بنسبة ٥٣,٣%، وأخيراً عادات وتقاليد المجتمع المصري بنسبة ٣,٢%.

وبحساب قيمة كا^٢ بلغت ٦,٠٨٤ عند درجة حرية= ٤، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعنى ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) وتأثير مشاهدتهم للمسلسلات والأفلام العربية في القناة الفضائية المصرية.

٢١ معدل مشاهدة المبحوثين لنشرات الأخبار في القناة الفضائية المصرية:

جدول (٢٣) معدل مشاهدة المبحوثين لنشرات الأخبار في القناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع

معدل المشاهدة	العينة		الذكور		الإناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
نعم	١٣	٣١,٧	٦	١٣,٣	١٩	٢٢,١	
أحياناً	١٧	٤١,٥	٢٢	٤٨,٩	٣٩	٤٥,٣	
لا	١١	٢٦,٨	١٧	٣٧,٨	٢٨	٣٢,٦	
الإجمالي	٤١	١٠٠	٤٥	١٠٠	٨٦	١٠٠	

قيمة كا^٢ = ٣,٢٩٩، درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,١١٠ الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول أن ٢٢,١% من المبحوثين يشاهدون نشرة الأخبار في القناة الفضائية المصرية بصفة دائمة، ويشاهدها ٤٥,٣% منهم أحياناً، وفي المقابل لا يشاهدها ٣٢,٦% منهم.

وبحساب قيمة كا^٢ بلغت ٤,٣٢٩ عند درجة حرية= ٢، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعنى ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومعدل مشاهدتهم لنشرات الأخبار في القناة الفضائية المصرية.

٢٢ معدل إمداد نشرات الأخبار في القناة الفضائية المصرية بالمعلومات عن

مصر والمصريين:

جدول (٢٤) معدل إمداد نشرات الأخبار في القناة الفضائية المصرية بالمعلومات عن مصر والمصريين وفقاً للنوع

المعدل	العينة		الذكور		الإناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
دائماً	١٠	٣٣,٣	٢	٧,١	١٢	٢٠,٧	
أحياناً	٢٠	٦٦,٧	٢٦	٩٢,٩	٤٦	٧٩,٣	
الإجمالي	٣٠	١٠٠	٢٨	١٠٠	٥٨	١٠٠	

قيمة كا^٢ = ٦,٠٥٤، درجة الحرية = ١ مستوى المعنوية = ٠,٠١٤ الدلالة = ٠,٠٥

يتضح من الجدول أن ٢٠,٧% من المبحوثين يرون أن نشرات الأخبار في القناة الفضائية المصرية تزودهم بالمعلومات عن مصر والمصريين بصفة دائمة، في حين يرى ٧٩,٣% منهم أنها تزودهم بالمعلومات عن مصر والمصريين أحياناً.

وبحساب قيمة كا^٢ بلغت ٦,٠٥٤ عند درجة حرية= ١، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعنى ذلك وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومعدل إمداد نشرات الأخبار في القناة الفضائية المصرية لهم بالمعلومات عن مصر والمصريين.

٢٣ أسباب عدم مشاهدة المبحوثين لنشرات الأخبار في القناة الفضائية المصرية:

جدول (٢٥) أسباب عدم مشاهدة المبحوثين لنشرات الأخبار في القناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع

الأسباب	العينة		الذكور		الإناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
غير جذابة	٨	٢٢,٧	١٢	٧٠,٦	٢٠	٧١,٤	
عدم فورية الأحداث	٣	٢٧,٣	١٣	٧٦,٥	١٦	٥٧,١	
لا أفهم اللغة المقدمة	٩	٨١,٨	٦	٣٥,٣	١٥	٥٣,٦	
لست في حاجة لمعرفة الأخبار	٢	١٨,٢	٩	٥٢,٩	١١	٣٩,٣	
أداء المذيعين غير جيد	٢	١٨,٢	٦	٣٥,٣	٨	٢٨,٦	
الإغراق في نقل أخبار الحكومة	٣	٢٧,٣	١١	٦٤,٧	١٤	٥٠	
جملة من سئلوا	١١		١٧		٨٦		

يتضح من الجدول أن أسباب عدم مشاهدة المبحوثين لنشرات الأخبار في القناة الفضائية المصرية تمثلت في غير جذابة في المقدمة بنسبة ٧١,٤%، ثم عدم فورية الأحداث في المرتبة الثانية بنسبة ٥٧,١%، ولا أفهم اللغة المقدمة في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٣,٦%، ثم لست في حاجة لمعرفة الأخبار في المرتبة الرابعة بنسبة ٣٩,٣%، وأداء المذيعين غير جيد في المرتبة الخامسة بنسبة ٢٨,٦%، وأخيراً الإغراق في نقل أخبار الحكومة بنسبة ٥٠%.

(الصورة الذهنية لمصر لدى عيونه ...)

البرامج	مدى التفضيل		دائماً		أحياناً		لا		المتوسط
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
شقاوة شطار	٢٥	٢٩,١	٢٤	٢٧,٩	٣٧	٤٣	١,٨٦		
أحدث ٢٤ ساعة	٢١	٢٤,٤	٢٤	٢٧,٩	٤١	٤٧,٧	١,٧٦		
حديث الصباح	٢٩	٣٣,٧	٣	٣,٥	٥٤	٦٢,٨	١,٧٠		
ميزان النجوم	٣٠	٣٤,٩	١	١,٢	٥٥	٦٤	١,٧٠		
سيورت	٢٤	٢٧,٩	١١	١٢,٨	٥١	١٢,٨	١,٦٨		
مع النجوم	٠	٠	٢٧	٣١,٤	٥٩	٦٨,٦	١,٦٢		
وجوه مصرية	١٢	١٤	٢٩	٣٣,٧	٤٥	٥٢,٣	١,٦١		
صباح الخير يا مصر	٢١	٢٤,٤	٤	٤,٧	٦١	٧٠,٩	١,٥٣		
لقاء خاص	١١	١٢,٨	٢٤	٢٧,٩	٥١	٥٩,٣	١,٥٣		
ضحك ولعب	١٢	١٤	٢٠	٢٣,٣	٥٤	٦٢,٨	١,٥١		
صور من ماضي	١٤	١٦,٣	١٦	١٨,٦	٥٦	٦٥,١	١,٥١		
صحفك بالدنيا	١٣	١٥,١	٢	٢,٣	٧١	٨٢,٦	١,٣٢		
فلاش	٠	٠	١٣	١٥,١	٧٣	٨٤,٩	١,٣٠		
كلام جري	٠	٠	٣	٣,٥	٨٣	٩٦,٥	١,٠٦		
الإجمالي							٨٦		

يتضح من الجدول أن موجز الأنباء جاء في مقدمة تفضيلات المبحوثين لبرامج القناة الفضائية المصرية بمتوسط ٢,٢٢٦، ثم برنامج فنتس في المرتبة الثانية بمتوسط ٢، وبرنامج أحلام الوطن في المرتبة الثالثة بمتوسط ١,٩٦، ثم برنامج مباشر من مصر في المرتبة الرابعة بمتوسط ١,٩٤، وبرنامج كرتون أطفال في المرتبة الخامسة بمتوسط ١,٩٠، وأخيراً كلام جري بمتوسط ١,٠٦.

٢٤ معدل مشاهدة المبحوثين للمسلسلات والأفلام العربية في القناة الفضائية المصرية:

جدول (٢٠) معدل مشاهدة المبحوثين للمسلسلات والأفلام العربية في القناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع

معدل المشاهدة	العينة		الذكور		الإناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
نعم	١٢	٢٩,٣	٣٠	٦٦,٧	٤٢	٤٨,٨	
أحياناً	١٦	٣٩	١١	٢٤,٤	٢٧	٣١,٤	
لا	١٣	٣١,٧	٤	٨,٩	١٧	١٩,٨	
الإجمالي	٤١	١٠٠	٤٥	١٠٠	٨٦	١٠٠	

قيمة كا^٢ = ١٣,٢٤٨، درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٠٠١ الدلالة = ٠,٠٠١

يتضح من الجدول أن ٤٨,٨% من المبحوثين يشاهدون المسلسلات والأفلام العربية في القناة الفضائية المصرية بصفة دائمة، ويشاهدها ٣١,٤% منهم أحياناً، وفي المقابل لا يشاهدها ١٩,٨% منهم. وبحساب قيمة كا^٢ بلغت ١٣,٢٤٨ عند درجة حرية= ٢، وهي دالة إحصائياً. ويعنى ذلك وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومعدل مشاهدتهم للمسلسلات والأفلام العربية في القناة الفضائية المصرية.

٢٥ أسباب عدم مشاهدتهم للمسلسلات والأفلام العربية في القناة الفضائية المصرية:

جدول (٢١) أسباب عدم مشاهدتهم للمسلسلات والأفلام العربية في القناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع

الأسباب	العينة		الذكور		الإناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
مواعيد عرضها غير مناسبة لي	٩	٦٩,٢	٣	٧,٥	١٢	٧٠,٦	
أفضل الأفلام والمسلسلات على القنوات الأخرى	٤	٣٠,٨	١	٢,٥	٥	٢٩,٤	
جملة من سئلوا	١٣		٤		١٧		

يتضح من الجدول أن أسباب عدم مشاهدة المبحوثين للمسلسلات والأفلام العربية في القناة الفضائية المصرية تمثلت في مواعيد عرضها غير مناسبة لي في المقدمة بنسبة ٧٠,٦%، وأخيراً أفضل الأفلام والمسلسلات على القنوات بنسبة ٢٩,٤%.

٢٦ تأثير مشاهدة المبحوثين للمسلسلات والأفلام العربية في القناة الفضائية المصرية:

جدول (٢٢) تأثير مشاهدة المبحوثين للمسلسلات والأفلام العربية في القناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع

التأثير	العينة		الذكور		الإناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
كل الاسباب المذكورة أعلاه	١٧	٦٠,٧	١٧	٤١,٥	٣٤	٤٩,٣	
أشعر بالقرب من الوطن ومعايشة أحداثه	٣	١٠,٧	١٤	٣٤,١	١٧	٢٤,٦	
واقع الحياة في مصر	٦	٢١,٤	٦	١٤,٦	١٢	١٧,٤	
اتقان اللهجة المصرية	٢	٧,١	٣	٧,٣	٥	٧,٢	
عادات وتقاليد المجتمع المصري	٠	٠	١	٢,٤	١	١,٤	
الإجمالي	٢٨	١٠٠	٤١	١٠٠	٦٩	١٠٠	

قيمة كا^٢ = ٦,٠٨٤، درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠,١٩٣ الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول أن تأثير مشاهدة المبحوثين للمسلسلات والأفلام العربية في القناة

٢١ علاقة مشاهدة المبحوثين بالقناة الفضائية المصرية:

جدول (٢٩) علاقة مشاهدة المبحوثين بالقناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع

العلاقة	العينة		الذكور		الإناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
تحسين صورة مصر والمصريين لديهم	١٧	٤١,٥	٢٠	٤٤,٤	٣٧	٤٣	
زيادة ارتباطك بمصر والمصريين	١٤	٣٤,١	١٤	٣١,١	٢٨	٣٢,٦	
لم تتغير مشاهدتي لها أي شيء على الإطلاق	١٠	٢٤,٤	١١	٢٤,٤	٢١	٢٤,٤	
الإجمالي	٤١	١٠٠	٤٥	١٠٠	٨٦	١٠٠	

قيمة ك^٢ = ٠,١٠٥ = درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٩٤٩ الدالة = غير دالة

يتضح من الجدول أن ٤٣% من المبحوثين يرون أن القناة الفضائية المصرية عملت على تحسين صورة مصر والمصريين لديهم، ويرى ٣٢,٦% منهم أنها عملت على زيادة ارتباطهم بمصر والمصريين، في حين يرى ٢٤,٤% منهم أنها لم تتغير مشاهدتي لها أي شيء على الإطلاق.

وبحساب قيمة ك^٢ بلغت ٠,١٠٥ عند درجة حرية = ٢، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) وعلاقة مشاهدتهم بالقناة الفضائية المصرية.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة Morisca Milikouski في أن القنوات الفضائية الرسمية تعمل على تحسين صورة بلدها في عيون المغتربين.

٢٢ استجابات المبحوثين على مقياس الصورة الذهنية عن مصر:

جدول (٣٠) استجابات المبحوثين على مقياس الصورة الذهنية عن مصر

الاستجابة	موافق		محايد		معارض		المتوسط
	ك	%	ك	%	ك	%	
الشوارع المصرية مزدحمة جداً	٨٦	١٠٠	٠	٠	٠	٠	٣,٠٠
الجيش يقوم بحماية حدود مصر بشكل فعال	٨٣	٩٦,٥	١	١,٢	٢	٢,٣	٢,٩٤
الوساطة والمحسوبية هي أفة العصر الحديث في مصر	٨٠	٩٣	٦	٧	٠	٠	٢,٩٣
مصر لها دور فعال في عملية السلام في الشرق الأوسط	٨٠	٩٣	٥	٥,٨	١	١,٢	٢,٩١
مصر تعاني من مشكلة سكانية كبيرة	٨١	٩٤,٢	٢	٢,٣	٣	٣,٥	٢,٩٠
تعاني مصر من تلوث البيئة بشكل كبير	٧٧	٨٩,٥	٨	٩,٣	١	١,٢	٢,٨٨
مصر تعاني من مشكلات في الاستثمار	٧٨	٩٠,٧	٥	٥,٨	٣	٣,٥	٢,٨٧
مصر من أهم الدول السياحية في العالم	٧٦	٨٨,٤	٨	٩,٣	٢	٢,٣	٢,٨٦
الحياة الفنية في مصر مزدهرة	٧٢	٨٣,٨	٣	٣,٥	١١	١٢,٨	٢,٧٠
الفقر والتسول منتشران في مصر	٥٨	٦٧,٤	٢٦	٣٠,٢	٢	٢,٣	٢,٦٥
مصر بلد آمن	٥٠	٥٨,١	٢٩	٣٣,٧	٧	٨,١	٢,٥٠
الحياة العلمية في مصر تعاني من العديد من المشاكل	٤٢	٤٨,٨	٣٩	٤٥,٣	٥	٥,٨	٢,٤٣
تعاني مصر من انتشار الجهل والامية	٢٩	٣٣,٧	٥٢	٦٠,٥	٥	٥,٨	٢,٢٧
تعاني مصر من تدهور المرافق العامة	٤٧	٥٤,٧	١٣	١٥,١	٢٦	٣٠,٢	٢,٢٤
الحكومة المصرية تهتم بالآثار التاريخية الموجودة بها	٣١	٣٦	١٩	٢٢,١	٣٦	٤١,٩	١,٩٤
تشهد مصر حالياً حضارة حديثة أشبه بحضاراتها القديمة	٨	٩,٣	٢١	٢٤,٤	٥٧	٦٦,٣	١,٤٣
الحكومة المصرية تقوم بنشاط متميز في النواحي السياسية	٢	٢,٣	٧	٨,١	٧٧	٨٩,٥	١,١٢
مستوى المعيشة في مصر مرتفع	٠	٠	٨	٩,٣	٧٨	٩٠,٧	١,٠٩
يشهد الاقتصاد المصري نشاطاً متزايداً	١	١,٢	٤	٤,٧	٨١	٩٤,٢	١,٠٦
الإجمالي							

يتضح من الجدول أن الشوارع المصرية مزدحمة جداً جاء في مقدمة استجابات المبحوثين على مقياس الصورة الذهنية عن مصر بمتوسط ٣، ثم الجيش يقوم بحماية حدود مصر بشكل فعال في المرتبة الثانية بمتوسط ٢,٩٤، والوساطة والمحسوبية هي أفة العصر الحديث في مصر في المرتبة الثالثة بمتوسط ٢,٩٣، ثم مصر لها دور فعال في عملية السلام في الشرق الأوسط في المرتبة الرابعة.

وتختلف النتيجة مع نتائج جميع الدراسات السابقة حيث أثبتت جميع نتائج الدراسات السابقة صور مصر الإيجابية بينما الدراسة الحالية أثبتت أن مصر تعاني من ازدحام الشوارع وأن الوساطة والمحسوبية هي أفة العصر الحديث. وترى الباحثة أن هذا يرجع لاختلاف الظروف والأحداث السياسية على مستوى مصر ومشاهدة الأفلام المصرية الجديدة التي تتناول انخفاض مستوى المعيشة وازدحام الشوارع.

٢٣ بعض الأحداث التي تابعها المبحوثون في القناة الفضائية المصرية:

جدول (٢٦) بعض الأحداث التي تابعها المبحوثون في القناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع

الأحداث	العينة		الذكور		الإناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
انتخابات الرئاسة	٢٤	٥٨,٥	٣١	٦٨,٨	٥٥	٦٣,٩	
خطابات رئيس الجمهورية	١٩	٤٦,٣	٢٧	٦٠	٤٦	٥٣,٤	
حادث قطار أسبوط	٢١	٥١,٢	١٨	٤٠	٣٩	٤٥,٣	
أحداث الاتحادية	١٨	٤٣,٩	١١	٢٤,٤	٢٩	٣٣,٧	
حريق المجمع العلمي	٧	١٧,١	١٠	٢٢,٢	١٧	١٩,٧	
جملة من سئلا			٤١		٤٥		٨٦

يتضح من الجدول أن بعض الأحداث التي تابعها المبحوثون في القناة الفضائية المصرية تمثلت في انتخابات الرئاسة في المقدمة بنسبة ٦٣,٩%، ثم خطابات رئيس الجمهورية في المرتبة الثانية بنسبة ٥٣,٤%، وحادث قطار أسبوط في المرتبة الثالثة بنسبة ٤٥,٣%، ثم أحداث الاتحادية في المرتبة الرابعة بنسبة ٣٣,٧%، وأخيراً حريق المجمع العلمي بنسبة ١٩,٧%.

٢٤ مدى ثقة المبحوثين في القناة الفضائية المصرية:

جدول (٢٧) مدى ثقة المبحوثين في القناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع

معدل الثقة	العينة		الذكور		الإناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
تماماً	١٩	٤٦,٣	١٤	٣١,١	٣٣	٣٨,٤	
إلى حد ما	١٦	٣٩	٢٤	٥٣,٣	٤٠	٤٦,٥	
لا أثق	٦	١٤,٦	٧	١٥,٦	١٣	١٥,١	
الإجمالي	٤١	١٠٠	٤٥	١٠٠	٨٦	١٠٠	

قيمة ك^٢ = ٢,٢٥٣ = درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٣٢٤ الدالة = غير دالة

يتضح من الجدول أن ٣٨,٤% من المبحوثين أعربوا عن ثقتهم في القناة الفضائية المصرية، بينما أعرب ٤٦,٥% منهم عن ثقتهم فيها إلى حد ما، وفي المقابل أعرب ١٥,١% من المبحوثين عن عدم ثقتهم.

وبحساب قيمة ك^٢ بلغت ٢,٢٥٣ عند درجة حرية = ٢، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومدى ثقة المبحوثين في القناة الفضائية المصرية.

٢٥ تأثير تعرض المبحوثين للقناة الفضائية المصرية:

جدول (٢٨) تأثير تعرض المبحوثين للقناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع

التأثير	الرأي		موافق		محايد		معارض		المتوسط
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
أتعلم اللغة العربية الصحيحة واللهجة المصرية	٨١	٩٤,٢	٢	٢,٣	٣	٣,٥			٢,٩٠
يزداد ارتباطي بمصر وبالشعب المصري	٦٨	٧٩,١	١٧	١٩,٨	١	١,٢			٢,٧٧
أحببت العادات والتقاليد المصرية	٦٨	٧٩,١	١٥	١٧,٤	٣	٣,٥			٢,٧٥
أفهم الكثير من الموروثات الثقافية المنتشرة في المجتمع المصري	٥٤	٦٢,٨	٣١	٣٦	١	١,٢			٢,٦١
افتخر أمام الغرب بأنني مصري	٥٦	٦٥,١	٢٧	٣١,٤	٣	٣,٥			٢,٦١
أعرف أكثر على تاريخ بلدي الأم	٥٤	٦٢,٨	٢٥	٢٩,١	٧	٨,١			٢,٥٤
أصبح أكثر تواصل مع هذه القناة وبرامجها	١١	١٢,٨	٤٩	٥٧	٢٦	٣٠,٢			١,٨١
أعرف معلومات عن مصر سياسياً واقتصادياً	١٢	١٤	٣٧	٤٣	٣٧	٤٣			١,٧٠
لا يختلف الأمر لدى عن المشاهدة.	٩	١٠,٥	٤٠	٤٦,٥	٣٧	٤٣			١,٦٥
تساعدني المشكلات التي تعرضها القناة على حل مشاكل الخاصة	٣	٣,٥	٢٩	٣٣,٧	٥٤	٦٢,٨			١,٤٠
جملة من سئلا									

يتضح من الجدول أن تعلم اللغة العربية الصحيحة واللهجة المصرية جاء في مقدمة تأثير تعرض المبحوثين للقناة الفضائية المصرية بمتوسط ٢,٩٠، ثم يزداد ارتباطي بمصر وبالشعب المصري في المرتبة الثانية بمتوسط ٢,٧٧، وأحببت العادات والتقاليد المصرية في المرتبة الثالثة بمتوسط ٢,٧٥، ثم أفهم الكثير من الموروثات الثقافية المنتشرة في المجتمع المصري في المرتبة الرابعة بمتوسط ٢,٦١، وافتخر أمام الغرب بأنني مصري في المرتبة الخامسة بمتوسط ٢,٦١، وأخيراً تساعدني المشكلات التي تعرضها القناة على حل مشاكل الخاصة بمتوسط ١,٤٠. وتختلف النتيجة مع جميع الدراسات السابقة في مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية من أوطانهم الأصلية

٢١ الصورة الذهنية للمبحوثين عن المواطن المصري بمصر:

جدول (٣١) الصورة الذهنية للمبحوثين عن المواطن والمواطنة المصرية بمصر

الاستجابة	موافق		محايد		معارض		لا أعرف		المتوسط
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
يعمل بجد وبهمة	١١	١٢,٨	٤	٤,٧	١	١,٢	٧٠	٨١,٤	٣,٧٤
ذكي	٣	٣,٥	٠	٠	٩	١٠,٥	٧٤	٨٦	٣,٦٥
متسامح مع الأجانب	٧	٨,١	١٠	١١,٦	١	١,٢	٦٨	٧٩,١	٣,٦٥
لديه ثقة في نفسه	١	١,٢	١١	١٢,٨	٤	٤,٧	٧٠	٨١,٤	٣,٥٩
عاطفي	٤	٤,٧	١١	١٢,٨	٣	٣,٥	٦٨	٧٩,١	٣,٥٩
متدين	٥	٥,٨	٢	٢,٣	٩	١٠,٥	٧٠	٨١,٤	٣,٥٨
مستعد لمساعدة الأجانب	١١	١٢,٨	٦	٧	٥	٥,٨	٦٤	٧٤,٤	٣,٥٥
منظم	٧	٨,١	١٠	١١,٦	٥	٥,٨	٦٤	٧٤,٤	٣,٥١
نشط	٥	٥,٨	١٠	١١,٦	٦	٧	٦٥	٧٥,٦	٣,٥٠
متفائل	١٠	١١,٦	١٧	١٩,٨	٣	٣,٥	٥٦	٦٥,٢	٣,٣٧
مشوش	١١	١٢,٨	٥٣	٦١,٦	٩	١٠,٥	١٣	١٥,١	٣,٣٢
متف	١٥	١٧,٤	٣	٣,٥	١٤	١٦,٣	٥٤	٦٢,٨	٣,٢٦
متحضر	١٤	١٦,٣	٢	٢,٣	١٦	١٨,٦	٥٤	٦٢,٨	٣,٢٣
مثالي	١٨	٢٠,٩	٣	٣,٥	١٤	١٦,٣	٥١	٥٩,٣	٣,٢٣
عقلاني - منطقي	١٢	١٤	١	١,٢	١٨	٢٠,٩	٥٥	٦٤	٣,٢٠
متقدم	٤١	٤٧,٧	١٧	١٩,٨	٥	٥,٨	٢٣	٢٦,٧	٢,٩٥
أنيق	٢٠	٢٣,٣	٢٨	٣٢,٦	٧	٨,١	٣١	٣٦	٢,٨٧
وقور	١٦	١٨,٦	٢٧	٣١,٤	١٩	٢٢,١	٢٤	٢٧,٩	٢,٥٢
جاهل	٧	٨,١	٦١	٧٠,٩	٤	٤,٧	١٤	١٦,٣	٢,٣٦
متردد	١٧	١٩,٨	٤٨	٥٥,٨	١١	١٢,٨	١٠	١١,٦	٢,٣٠
غير عملي	٣	٣,٥	٦٦	٧٦,٧	٤	٤,٧	١٣	١٥,٢	٢,٢٧
مادي	١٣	١٥,١	٣٤	٣٩,٥	٢٣	٢٦,٧	١٦	١٨,٦	٢,٢٥
غير مهتم - في مظهره	٣	٣,٥	٦٣	٧٣,٣	٨	٩,٣	١٢	١٤	٢,٢٢
متخلف	١	١,٢	٧٣	٨٤,٩	٣	٣,٥	٩	١٠,٥	٢,١٨
سطحي	٨	٩,٣	٥٩	٦٨,٦	١١	١٢,٨	٨	٩,٣	٢,١٥
مغرور	٤	٤,٧	٦٤	٧٤,٤	١٠	١١,٦	٨	٩,٣	٢,١١
هيجي	١	١,٢	٦٧	٧٧,٩	١٠	١١,٦	٨	٩,٣	٢,٠٨
ضعيف الشخصية	٨	٩,٣	٧٤	٨٦	٤	٤,٧	٠	٠	٢,٠٤
كسول	٥	٥,٨	٧٦	٨٨,٤	٤	٤,٧	١	١,٢	٢,٠٣
يمارس التفرقة العنصرية	١	١,٢	٧٨	٩٠,٧	٥	٥,٨	٢	٢,٣	٢,٠٠
متبلد الحس	٠	٠	٧٧	٨٩,٥	٨	٩,٣	١	١,٢	١,٩٣

يتضح من الجدول أن يعمل بجد وبهمة جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين على مقياس الصورة الذهنية عن المصريين بمتوسط ٣,٧٤، ثم ذكي، ومتسامح مع الأجانب في المرتبة الثانية بمتوسط ٢,٦٥ لكل منهما، ولديه ثقة في نفسه، وعاطفي في المرتبة الثالثة بمتوسط ٢,٥٩ لكل منهما، ثم متدين في المرتبة الرابعة بمتوسط ٢,٥٨، ومستعد لمساعدة الأجانب في المرتبة الخامسة بمتوسط ٢,٥٥، وأخيراً متبلد الحس بمتوسط ١,٩٣. جاءت نتيجة الدراسة الحالية متفقة مع الدراسات السابقة في الصورة الذهنية للمجتمع المصري حيث جاءت صورة الشعب المصري إيجابية متمثلة في يعمل بجد وهمة، متسامح مع الأجانب.

٢٢ الوسيلة الأفضل في تقديم صورة من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (٣٢) الوسيلة الأفضل في تقديم صورة من وجهة نظر المبحوثين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
مشاهدة القنوات الفضائية المصرية	٦٣	٦٣
الذهاب للمركز الثقافي المصري	٣٧	٣٧
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول أن ٦٣% من المبحوثين يرون أن مشاهدة القنوات الفضائية المصرية هي الأفضل في تقديم صورة من وجهة نظرهم، في حين يرى ٣٧% منهم أن الذهاب للمركز الثقافي المصري هو الأفضل.

٢٣ وصف المبحوثين لمصر في جملة واحدة:

جدول (٣٣) وصف المبحوثين لمصر في جملة واحدة

وصف مصر	التكرار	النسبة المئوية
تاريخ وحضارة	٥٠	٥٠
مصر جميلة	١٥	١٥
أم الدنيا	١٥	١٥
في قبضة الإخوان	١١	١١
لا أعرف	٩	٩
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول أن وصف المبحوثين لمصر في جملة واحدة تمثل في تاريخ وحضارة في المقدمة بنسبة ٥٠%، ثم مصر جميلة، وأم الدنيا في المرتبة الثانية بنسبة ١٥%، وفي قبضة الإخوان في المرتبة الثالثة بنسبة ١١%، وأخيراً لا أعرف بنسبة ٩%.

٢٤ وصف المبحوثين للمواطنين المصريين في جملة واحدة:

جدول (٣٤) وصف المبحوثين للمواطنين المصريين في جملة واحدة

وصف المصريين	التكرار	النسبة المئوية
أصحاب حضارة	٤٧	٤٧
شعب طيب	٢٣	٢٣
ذو ذوق رفيع	١٧	١٧
غير سعداء بما يحدث لمصر	٧	٧
لا أعرف	٦	٦
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول أن وصف المبحوثين للمصريين في جملة واحدة تمثل في أصحاب حضارة في المقدمة بنسبة ٤٧%، ثم شعب طيب في المرتبة الثانية بنسبة ٢٣%، وذو ذوق رفيع في المرتبة الثالثة بنسبة ١٧%.

٢٥ مدى اعتقاد المبحوثين بأن القناة الفضائية المصرية ساعدتهم على تكوين رأي عن مصر والمصريين أكثر من الاتصال المباشر:

جدول (٣٥) مدى اعتقاد المبحوثين بأن القناة الفضائية المصرية ساعدتهم على تكوين رأي عن مصر والمصريين أكثر من الاتصال المباشر

مدى اعتقاد المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٦٧	٦٧
لا	٣٣	٣٣
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول أن ٦٧% من المبحوثين يعتقدون بأن القناة الفضائية المصرية ساعدتهم على تكوين رأي عن مصر والمصريين أكثر من الاتصال المباشر، في حين لا يعتقد ٣٣% منهم في ذلك.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات السابقة في أن القناة الفضائية المصرية تساعد المغتربين على تكوين رأي عن مصر والمصريين.

٢٦ مدى اعتقاد المبحوثين بأن القناة الفضائية المصرية ساعدتهم في توجيه واختيار الأسرة للمرشح الرئاسي في الانتخابات الرئاسية الأخيرة:

جدول (٣٦) مدى اعتقاد المبحوثين بأن القناة الفضائية المصرية ساعدتهم في توجيه واختيار الأسرة للمرشح الرئاسي في الانتخابات الرئاسية الأخيرة

مدى اعتقاد المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٥٧	٥٧
لا	٤٣	٤٣
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول أن ٥٧% من المبحوثين يعتقدون بأن القناة الفضائية المصرية ساعدتهم في توجيه واختيار الأسرة للمرشح الرئاسي في الانتخابات الرئاسية الأخيرة، في حين لا يعتقد ذلك ٤٣% منهم في ذلك.

٢٧ وجود مقترحات للمبحوثين بشأن القناة الفضائية المصرية:

جدول (٣٧) وجود مقترحات للمبحوثين بشأن القناة الفضائية المصرية

وجود مقترحات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٣٧	٣٧
لا	٦٣	٦٣
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول أن ٣٧% من المبحوثين يوجد لديهم مقترحات بشأن القناة الفضائية المصرية، في حين لم يعرب ٦٣% منهم عن أية مقترحات.

جدول (٣٨) شكل الحديث عن مصر والمصريين مع الأصدقاء

كيفية الحديث	التكرار	النسبة المئوية
بشكل إيجابي	٤٤	٤٤
بشكل سلبي	٣١	٣١
لم أتحدث	٢٥	٢٥
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول أن ٤٤% من المبحوثين يتحدثون بشكل إيجابي عن مصر والمصريين مع أصدقائهم، في حين يتحدث ٣١% منهم عن المصريين بشكل سلبي، وأعرب ٢٥% منهم أنه لم يتحدثوا مع الأصدقاء عن مصر والمصريين.

اقتراحات المبحوثين بالخارج:

١. أثار العديد من المبحوثين الحاجة إلى إنتاج برامج موجهة للمغتربين تحاكي جميع الفئات وخصوصا الأطفال والشباب.
٢. يجب استضافة العلماء والأدباء من المصريين المغتربين وتقديمهم للجمهور المصري والتعريف بهم.
٣. الإكثار من البرامج التي تتناول حياة ومشاكل المصريين المغتربين، وإجراء مقابلات معهم لمعرفة واقع حياتهم وكيفية معالجة مشاكلهم.
٤. إنتاج برامج تهتم بالتراث العربي الشرقي.
٥. الإكثار من تقديم البرامج الدينية التي تعلم الدين الإسلامي الصحيح.
٦. تحديث البرامج التي تقدم للأطفال والمراهقين حتى تواكب التطور الحديث في العصر الحالي.
٧. الإكثار من تقديم الأفلام المصرية الأصلية التي تعبر عن واقع المجتمع المصري وتقدم صورة مصر.
٨. منع بث الأفلام المصرية التي تنوه صورة مصر.
٩. تحديث نشرات الأخبار حتى تجمع بين الجاذبية وفورية الأحداث.
١٠. أن تلتزم القناة الفضائية المصرية بالحيادية وألا تكون منحازة لأي فصيل سياسي أو ديني.
١١. إنتاج وبث برامج تعمل على تحسين صورة مصر الذهنية لدى المغتربين.
١٢. أن تحسن القناة الفضائية المصرية اختيار المذيعين والمذيعات الذين يملكون مهارات الحوار والقدرة على حسن الإلقاء.

المراجع:

١٠. حنان عبدالفتاح بدر. "صورة مصر والمصريين في الصحافة الألمانية- دراسة المضمون والقائم بالاتصال" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٥).
١١. داليا إبراهيم المتبولى. "الصورة الإعلامية للشخصيات السياسية فى الأفلام المصرية التى يقدمها التلفزيون وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى المراهقين"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٧).
١٢. داليا إبراهيم المتبولى. "صورة الطفل المصرى والأجنبى فى الأفلام الروائية التى يقدمها التلفزيون المصرى"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٣).
١٣. رشا عبدالرحيم عبدالعظيم محمد. "العلاقة بين تعرض المراهقين للتلفزيون المحلى وادراكهم لمشكلات الواقع الاجتماعى"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٥)، ص ٩٣.
١٤. ريهام حامد نويز. "صورة الطبيب النفسى فى الافلام العربية المقدمة بقنوات الافلام وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى عينة من الشباب الجامعي"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة ٢٠١١).
١٥. سارة سعيد المغربي. "صورة الجاليت المسلمة فى الصحافة الاوروبية" رسالة ماجستير غير منشورة جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠١١.
١٦. السيد عليوه. استراتيجيات الإعلام العربي، (القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب، ١٩٧٨)، ص ٣٠.
١٧. عادل فهمى البيومى. "دور التلفزيون المصرى فى تكوين الوعى الاجتماعى ضد الجريمة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٥)، ص ١١٥.
١٨. عاطف عدلى العبد، عبدالنواب يوسف. "الطفل العربى ووسائل الإعلام وأجهزة الثقافة دراسة ميدانية"، (القاهرة: المجلس العربى للطفولة والتنمية، أكتوبر - نوفمبر ١٩٨٨)، ص ٢١٩.
١٩. عبدالراضى مخلف. "الصورة الذهنية لمصر لدى المسلمين غير العرب- دراسة الميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والأعلام، ٢٠٠٣)، ص ١٠٧.
٢٠. عبدالراضى مخلف. "الصورة الذهنية لمصر لدى المسلمين غير العرب- دراسة الميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والأعلام، ٢٠٠٣)، ص ١٠٧.
٢١. عبدالرحيم أحمد سليمان درويش. "معالجة الأفلام السينمائية المصرية التى يعرضها التلفزيون للقضايا الاجتماعية وأثرها على الشباب"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٢)، ص ٥٣.
٢٢. عصام نصر سليم. "مدى ادراك الطفل لواقعية العنف فى التلفزيون"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثانى عشر، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠١)، ص ٣.
٢٣. علياء عبدالفتاح رمضان. "القيم الثقافية التى تعكسها الدراما العربية والأجنبية بالتلفزيون المصرى للمراهقين"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٣)، ص ٧٥.
٢٤. فتحية مريباط. "استخدام طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وما تحققة من إشباع"، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠١.
٢٥. فرج كامل. بحوث الإعلام والرأى العام تصميمها وإجرائها وتحليلها، ١، (القاهرة: دار النشر الجامعات، ٢٠٠١)، ص ٦٤.
٢٦. فلورا أكرام متى. "الصورة الذهنية لمصر كما تعكسها وسائل الإعلام المصرية الناطقة بالفرنسية لدى الأجانب المقيمين فى مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، ٢٠٠٩).
٢٧. ماهر فريد زهران. "الصورة الذهنية للمعلم كما تعكسها الدراما المقدمة بالتلفزيون لدى المراهقين" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة ٢٠٠٠).
٢٨. مایسة السيد طاهر جميل. "صورة العنف فى العلاقات بين الرجل والمرأة كما تقدمها الدراما العربية فى التلفزيون المصرى"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة:

- Communication, 1994), P.1.S
48. Denis Mcquail. "Mass Communication Theory: An Intriduction" 3rd, (London: Sage Publications, 1994), P.43.
 49. Em Griffin. "A frist Look at Communication Theory", (New York: Me Grow, Hill, Inc 1994), P.349.
 50. Gordon, Maya, Kipaho. "Media Image of Women and African Girls Sense of Self", **phD**, University of Michigan: vol 65-67, Dissertatron Abstracts International 2004.
 51. Kaman, Betty& Chen, Ling. Cultural Communication competence and psychological adjustment: A Study of Chinese Immigrants childer's cross. Cultural adaptation in Canada. In: **Communication Research**, Vol. 27. No. 6. December 2000, PP. 764-792.
 52. Lichter, rand. Daniel, A. "Government goes down the tube: images of government in tv entertainments, 1955- 1998", center media and puplic Affairs, **Harvard- International Journal of Press Politics**, Washington, 2000.
 53. Nilikwski, Marisca. "Exploring a model of De-Ethnicization: the case of aftarkish" Television in the Netherlands. In: **European Journal of Commuication**. Vol. 15. No., December 2000. PP. 443-468
 54. Oriz, Alex. Ethnic Assimilation, National Identity and Mass Media: ananalysis of Radio use in Hardee country Florida. **MS** (USA. University of Florida, 2001).
 55. Perse, Elizabeth. "Soap Opera Viewing Patterns of Collega Students and Cultivation", **Journal of Broadcasting &Electronic Media**, (Vol.30, No.2,1986) P.p9.10.
 56. Shary, Timotty. "**The Image of youth Contemporary American cinema**", University of Texas, 2004.
 57. Snoek, Harrite and others. "The effect of television viewing" in **Journal of Adolescent and Health**, 2006 vol. 39. no. 3, pp, 448- 451.
 58. W.james potter, "Examining Cultivation From apsychological perspective component subprocesses", **Communication Research**, (Vol.18, No.1,1991) P.79.
 59. W.James potter, "Examining Cultivation From apsychological perspective component subprocesses", Op.cit., P.77.
 60. W.James potter, "Examining Cultivation From apsychological perspective component subprocesses", Op.cit., Pp.81: 85.
 61. W.James potter, IK Chin Chang. "Television Exposure Measures and the Cultivation Hypothesis", **Journal of Broadcasting &Electronic Media**, (Vol.34, No.3, 1990) P.316.
 ٢٩. مایسة السيد طاهر جميل. "صورة العنف في العلاقات بين الرجل والمرأة كما تقدمها الدراما العربية في التلفزيون المصري"، مرجع سابق، ص٤٤.
 ٣٠. محمد أحمد فياض. **الإعلام الفضائي الدولي والعربى النشأة التطويرية وصناعة الأخبار**، ط١، (الإمارات: دار الخليج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥) ص١٨٣-١٨٤.
 ٣١. محمد عبد الحميد. **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام**، (عالم الكتب، ١٩٩٣، ص١٢٨).
 ٣٢. محمد عبد الحميد. **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط١، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧)، ص٢٦٢.
 ٣٣. محمد عبد الحميد. **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، مرجع سابق، ص٢٦٦.
 ٣٤. محمد عبد الحميد. **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، مرجع سابق، ص٢٦٩.
 ٣٥. محمد كحط الربيعي. "عادات التلقى لدى المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية"، رسالة دكتوراه غير منشورة (معهد الدراسات والبحوث العربية، ٢٠١١).
 ٣٦. محمد كحط الربيعي. "عادات التلقى لدى المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية"، مرجع سابق.
 ٣٧. مخائيل وسينجيتري وآخرون. **نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية**، ترجمة: عبدالله بن أنهيه وآخرون (المملكة العربية السعودية: مركز البحوث والدراسات الإدارية، ١٩٩٩)، ص١٣٥.
 ٣٨. ممدوح عبد اللطيف. "الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات"، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة ٢٠٠٩.
 ٣٩. ممدوح محمد المشمشي. "دوافع تعرض المشاهد المصري للقنوات التلفزيونية الفضائية في دولة الامارات العربية المتحدة" رسالة دكتوراه غير منشورة، (المنيا: جامعة المنيا، كلية الاداب، ٢٠٠٢).
 ٤٠. رجعت الباحثة إلى:
 - ١ نائلة عمارة. "توافق استخدام المصريين المغتربين لوسائل الإعلام الوطنية والأجنبية والإشباع المتحقق"، **مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق**، العدد ٢٢، أكتوبر ١٩٩٨، ص٤٥٣-٤٥٨.
 - ٢ ماجدة محمد عبدالعزيز. "الخدمات الإذاعية الموجهة باللغة العربية للمصريين المغتربين في الخارج" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩١).
 ٤١. نشوى حسنين الشلقاني. "دور قناة النيل في تشكيل صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى الأجانب المقيمين"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٠).
 ٤٢. نشوى حسنين الشلقاني. "دور قناة النيل في تشكيل صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى الأجانب المقيمين"، مرجع سابق، ٢٠٠٠، ص٧٨.
 ٤٣. نهي عاطف العبد. "علاقة الطفل المصري بالقنوات الفضائية العربية"، رسالة ماجستير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٣)، ص١٢٩.
 ٤٤. هشام عبد الملك رحيم. "دور إذاعة فلسطين في تلبية الاحتياجات الإعلامية للفلسطينيين المقيمين في مصر" رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠٠٧.
 ٤٥. ياسر عبد اللطيف. "التعرض للدراما التي يقدمها التلفزيون ومستوى التطلعات لدى الشباب المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٨)، صص ٣٨ ٣٩.
 46. Denis Mcquail. "**Mass Communication Theory**", Fifth Edition (London: Sage Publications, 2005), P.497.
 47. We referred to:
 - ١ Denis Mcquail. "**Mass Communication Theory**", Fifth Edition, Op.cit., P.498.
 - ٢ Potter, James. "**Cultivation theory and Research A methodlogical Critique**", (Indiana Association for Education in Journalism and Mass

