

## مركز بحوث ودراسات الرأي العام

### أولاً: نبذة تعريفية عن المركز:

تأسس مركز بحوث الرأي العام (عام 1982م) كوحدة علمية بحثية تدريبية ذات طابع خاص تتبع كلية الإعلام بجامعة القاهرة والمركز له كيانه المستقل من النواحي الفنية والمالية والإدارية. وقد تولى رئاسة المركز عدد من كبار أساتذة الإعلام والرأي العام في مصر. وتتولى رئاسته حالياً الأستاذة الدكتورة سحر مصطفى الأستاذ بقسم الصحافة والإعلام الرقمي.

### ثانياً: رسالة المركز واهتماماته:

- خدمة المجتمع المصري والعربي اعتماداً على الإمكانيات المتاحة والتعاون المستمر مع الوزارات والمؤسسات المعنية بقضايا الجماهير من خلال إجراء البحوث والدراسات.
- إجراء الدراسات والبحوث العلمية حول مختلف الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المتعلقة بالمجتمع المصري بصفة خاصة، وقياس اتجاهات الرأي العام نحو القضايا الحيوية الراهنة.
- تبادل الآراء العلمية من خلال عقد المؤتمرات والندوات وورش العمل التخصصية والمحاضرات الهادفة التي تبحث في الموضوعات المتصلة بعمل المركز واهتماماته البحثية.
- المساهمة بفاعلية في تطوير المهارات الوظيفية للكوادر البحثية في مجال الرأي العام من خلال عقد البرامج التدريبية المكثفة والطموحة.

### ثالثاً: إنجازات المركز من الفترة 2022 إلى 2026 :-

#### أ- استطلاعات الرأي العام:

#### • استطلاع حول تقييم الجمهور المصري لدراما رمضان 2026:

استهدف الاستطلاع رصد وتحليل تفضيلات الجمهور لأنواع الدراما المختلفة، وأبرز المسلسلات، والفنانين والفنانات المتميزين في هذا الموسم الرمضاني، بالإضافة إلى تحديد وسائل الإعلام الأكثر استخداماً في

متابعة الدراما، والتعرّف على الأسباب الكامنة وراء تفضيلاتهم، إلى جانب مقترحاتهم لتحسين المحتوى الدرامي.

وقد تم تطبيق الاستبيان على عينة مكوّنة من (1100) مفردة من الجمهور المصري، حيث بلغت نسبة الإناث 74.1%، والذكور 25.9%. وتراوحت أعمار المشاركين بين 15 عامًا فأكثر، ومن حيث المستوى التعليمي، بلغ أصحاب التعليم الجامعي 77.7%، وحملة المؤهلات فوق الجامعية 19.2%، بينما بلغت نسبة الحاصلين على مؤهل فوق المتوسط 1.4%، والتعليم المتوسط 1.3%.

أما من حيث الحالة الاجتماعية، فقد كان 82.4% من العينة من غير المتزوجين، و15.4% متزوجين، و1.6% مطلّقين، و0.6% أرامل. وشكل الطلاب النسبة الأكبر من المشاركين بنسبة 61.3%، يليهم العاملون في القطاع الخاص بنسبة 12.3%، ثم العاملون في القطاع الحكومي بنسبة 11.7%. وبلغت نسبة من لا يعملون 8.3%، والعاملين في الأعمال الحرة 6.5%.

ومن حيث التوزيع الجغرافي، يقيم 61.2% من المشاركين في مناطق متوسطة المستوى، و27.8% في مناطق راقية، و11% في مناطق شعبية. كما أظهرت النتائج أن 90.6% من العينة ينتمون للحضر، مقابل 9.4% فقط من الريف.

أسفرت نتائج استطلاع الرأي 2026 عن عدد من المؤشرات المهمة، والتي تُبرز أنماط المتابعة وتفضيلات الجمهور تجاه الأعمال الدرامية المعروضة:

❖ أظهرت النتائج أن 51.9% من الجمهور يتابع الدراما الرمضانية "أحيانًا"، و25.5% "نادرًا"، بينما أشار 22.6% إنهم يتابعونها "دائمًا". وفيما يتعلق بعدد المسلسلات التي يتابعها الجمهور، تبين أن 26.4% يتابعون مسلسلًا واحدًا فقط، و25.5% يتابعون مسلسلين، و25.1% يتابعون أكثر من ثلاث مسلسلات، في حين بلغت نسبة من يتابعون ثلاث مسلسلات 23.1%.

❖ أما من حيث الوقت المخصص لمتابعة المسلسلات يوميًا، فقد أشارت النتائج إلى أن 35.5% من الجمهور يقضون من ساعة إلى أقل من ساعتين في المشاهدة، و26% يقضون من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات، و25.8% يقضون أقل من ساعة يوميًا، بينما أشار 12.7% إنهم يقضون ثلاث ساعات فأكثر يوميًا في المتابعة.

❖ وبشأن الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور لمشاهدة الدراما الرمضانية، احتلت مقاطع الفيديو القصيرة علي مواقع التواصل الاجتماعي (الريلز) المرتبة الأولى بنسبة 37.8%، يليها الفضائيات المصرية بنسبة

35.2%، ثم المنصات المدفوعة بنسبة 32.4%، ثم مواقع تطبيقات البث المجانية بنسبة 24.6%، ثم الفضائيات العربية بنسبة 15.7%، ثم القنوات المصرية الأرضية بنسبة 13.8%، وأخيراً اليوتيوب بنسبة 8.9%.

❖ وفيما يتعلق بالقنوات الفضائية، جاءت قناة MBC مصر في المركز الأول بنسبة متابعة بلغت 47.1%، تلتها قناة DMC بنسبة 42.8%، ثم قناة ON بنسبة 37.7%، ثم قناة MBC بنسبة 16.5%، ثم قناة CBC بنسبة 14.5%، ثم الحياة بنسبة 5.2%، ثم القاهرة والناس 4.9%، ثم النهار 4.1%، ثم صدي البلد بنسبة 2%.

❖ أما عن أسباب تفضيل الجمهور لمتابعة الدراما على قنوات معينة، فقد أشار المشاركون إلى أن السبب الرئيسي هو عرض المسلسل المفضل بنسبة 52.1%، ثم عرض المسلسلات في أوقات مناسبة بنسبة 29.8%، يليه تنوع الأعمال الدرامية بنسبة 22.5%، ثم قلة الإعلانات بنسبة 15.9%، وأخيراً ملاءمة المحتوى للأسرة بنسبة 15.6%.

❖ وفيما يتعلق بالمنصات الرقمية المفضلة، جاءت منصة شاهد في المركز الأول بنسبة 50.5%، تلتها واتش ات بنسبة 40.7%، ثم يانجو بلاي بنسبة 23.7%. ثم نتفليكس بنسبة 8.9%، ثم منصة VIU بنسبة 4.4%.

❖ ومن حيث المتابعة، جاء مسلسل "حكاية نرجس" في الصدارة بنسبة 36.3%، يليه "الست مونا ليزا" بنسبة 33.5%، ثم "عين سحرية" بنسبة 28%، ثم "اثنين غيرنا" بنسبة 25.4%، ثم "علي كلاي" بنسبة 22.4%، ثم "وننسي اللي فات" بنسبة 18.1%، ثم "سوا سوا" بنسبة 17.7%، ثم "صحاب الأرض" بنسبة 17.5%.

❖ وبسؤال الجمهور عن أفضل مسلسل رمضاني لعام 2026، جاء "عين سحرية" في المركز الأول بنسبة 17%، يليه "حكاية نرجس" بنسبة 15.3%، ثم "صحاب الأرض" بنسبة 11.8%، ثم "اثنين غيرنا" بنسبة 7.7%.

❖ وفيما يتعلق بأسباب إعجاب الجمهور بدراما رمضان هذا العام، احتلت القصة والحبكة الدرامية المرتبة الأولى بنسبة 42.8%، تلاها اقتصار بعض المسلسلات على 15 حلقة فقط بنسبة 41.9%، ثم أداء الممثلين بنسبة 37.3%، ثم معالجة قضايا اجتماعية مهمة بنسبة 36%، ثم التنوع بين الكوميديا والتراجيدي والأكشن بنسبة 23.5%، ثم تقديم وجوه جديدة بنسبة 19.5%، ثم التعبير عن فئات المجتمع المختلفة بنسبة 19.4%، ثم جودة الصورة والصوت بنسبة 18.1%، ثم المساهمة في تقديم حلول للمشكلات

الاجتماعية بنسبة 15.6%، ثم مناقشة قضايا المرأة بعمق بنسبة 14.5%، ثم جودة الحوار بنسبة 11.7%، والأزياء والإكسسوارات بنسبة 7.4%.

❖ وفيما يتعلق بالسلبيات التي رصدها الجمهور في دراما رمضان 2026، جاءت أغلب القصص مكررة في الصدارة بنسبة 34.8%، يليها التطويل والمبالغة بنسبة 27.4%، ثم الاستخفاف بعقلية المشاهدين بنسبة 23.2%، ثم ضعف السيناريو والحوار بنسبة 22.2%، ثم غياب الاهتمام بالأعمال التاريخية والدينية وتدهور مستواها بنسبة 20.5%. ثم الألفاظ والعبارات غير اللائقة بنسبة 19.6%.

❖ وعن أفضل ممثل دور أول: جاء الفنان باسم سمرة في المرتبة الأولى عن دوره بنسبة 15.2%، ثم الفنان أسر ياسين في المرتبة الثانية بنسبة 10.5%، ثم الفنان ماجد الكدواني في المرتبة الثالثة بنسبة 9.1%.

❖ وعن أفضل ممثلة دور أول أظهرت نتائج الاستطلاع: أن الفنانة ريهام عبد الغفور جاءت في المرتبة الأولى عن دورها في مسلسل حكاية نرجس بنسبة 39.7%، يليها الفنانة دينا الشربيني في المرتبة الثانية بنسبة 12.9%، ثم الفنانة مي عمر في المرتبة الثالثة بنسبة 10.5%، ثم الفنانة منة شلبي في المرتبة الرابعة بنسبة 9.9%.

❖ وعن أفضل ممثل من الشباب: جاء الفنان عصام عمر في المرتبة الأولى بنسبة 53.5%، يليه الفنان مصطفى غريب في المرتبة الثانية بنسبة 18.2%، ثم الفنان أحمد رمزي في المرتبة الثالثة بنسبة 9.1%.

❖ وعن أفضل ممثلة صاعدة: جاءت الفنانة جلا هشام في المرتبة الأولى بنسبة 24.5%، يليها الفنانة تارا عبود في المرتبة الثانية بنسبة 18.8%، ثم الفنانة كارولين عزمي في المرتبة الثالثة بنسبة 17.6%.

❖ وعن أفضل مؤلف: جاءت المؤلفة شيرين دياب في المرتبة الأولى بنسبة 12.8%، يليها في المرتبة الثانية رنا أبو ريش بنسبة 11.7%، ثم هشام هلال بنسبة 8.8%، ثم هاني سرحان بنسبة 8.4%.

❖ وعن أفضل مخرج: جاء المخرج بيتر ميمي في المرتبة الأولى بنسبة 33.7%، يليه المخرج سدير مسعود في المرتبة الثانية بنسبة 13.3%، ثم المخرج خالد الحلقاوي بنسبة 8%.

❖ وعن نوع الدراما الأنسب لشهر رمضان، أشار 70.2% من الجمهور أن الدراما الاجتماعية هي الأكثر ملاءمة، تلتها الدراما الدينية بنسبة 51.5%، ثم الدراما الكوميديية بنسبة 47.1%، ثم الدراما التاريخية بنسبة 31.2%، وأخيراً الدراما السياسية بنسبة 12.1%.

❖ أما بشأن مقترحات تحسين الدراما الرمضانية، فقد تصدرها الابتعاد عن الألفاظ البذيئة والخارجة والإيحاءات الجنسية الفجة بنسبة 39.9%، تلاها معالجة القضايا الاجتماعية بواقعية بنسبة 37.9%، أهمية وجود رقابة فعالة بنسبة 35.7%، ثم إنتاج أعمال قصيرة من 10 إلى 15 حلقة بنسبة 35%، وأخيراً الاستعانة

بالمختصين في مجالات مثل التاريخ، علم النفس، ثم الحرص علي احترام تقاليد وعادات وقيم المجتمع المصري الأصلية وتعزيزها بنسبة 32.0%، ثم تحسين السيناريوهات من خلال الشخصيات المتنوعة والمعالجات العميقة بنسبة 32.0%، ثم الابتعاد عن الوساطة والمجاملات في اختيار الممثلين بنسبة 29.5.0%.





## • استطلاع رأي حول اتجاهات الجمهور المصري نحو قناة "مدرستنا" التعليمية: - أجرى

المركز دراسة وصفية ميدانية بعنوان "اتجاهات الجمهور المصري نحو قناة مدرستنا التعليمية"، وذلك في إطار اهتمام المركز برصد وتحليل تفاعلات الجمهور مع الوسائط الإعلامية التعليمية الحديثة، خاصةً في ظل التحولات التي فرضتها جائحة كوفيد-19 على نمط التعليم التقليدي، واعتماد الدولة على وسائل بديلة لضمان استمرارية العملية التعليمية، ومنها قناة "مدرستنا".

• وقد استهدفت الدراسة التعرف على أنماط ودوافع تعرض الجمهور لقناة مدرستنا، ومستوى تفاعلهم مع محتواها، ومدى استفادتهم من البرامج التعليمية المقدمة من خلالها، إلى جانب استكشاف الاتجاهات العامة نحو القناة، وتقديم مقترحات لتطوير مضمونها بما يعزز من جاذبيتها وتأثيرها التربوي.

• أُجري الاستطلاع على عينة قوامها (500) مفردة، باستخدام أسلوب العينة غير الاحتمالية بطريقة "كرة الثلج"، وشملت العينة فئات متعددة من المجتمع المصري (طلاب، أولياء أمور، معلمين، وجمهور عام)، من مختلف الفئات العمرية، والمستويات التعليمية، والمناطق الجغرافية، وبلغت نسبة الذكور 48.2%، والإناث 51.8%. وتم جمع البيانات من خلال استبيان إلكتروني تم التأكد من صدقه وثباته باستخدام اختبارات إحصائية معيارية.

• أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة مشاهدة قناة "مدرستنا" بلغت 67.8%، حيث أوضح أكثر من ثلثي العينة أنهم يتابعون القناة بانتظام، بينما بلغت نسبة من لا يتابعونها 32.2%. كما تبين أن 67% من المشاهدين يتابعون القناة "دائمًا"، و26% "أحيانًا"، وهو ما يعكس ارتفاع كثافة المشاهدة، خصوصًا بين الطلاب وأولياء الأمور.

• وفيما يتعلق بوسائل المشاهدة، جاءت أجهزة التلفاز في المرتبة الأولى بنسبة 64.9%، تلاها اليوتيوب بنسبة 42.2%، ثم تطبيق "مدرستنا بلس"، بينما شكّلت وسائل التواصل الاجتماعي مصدرًا رئيسًا للتعرف على القناة بنسبة 50.7%.

- وقد تنوعت دوافع مشاهدة القناة، وكان أبرزها: متابعة الأخبار التعليمية والقرارات الوزارية (94.8%)، والتحقق من المعلومات التعليمية المتداولة، والحصول على طرق شرح متنوعة للمناهج، إلى جانب اكتساب مهارات حياتية من خلال البرامج التعليمية والترفيهية المصاحبة.
- كما كشفت النتائج عن ارتفاع مستوى الاستفادة من القناة، حيث أفاد 84.4% من المشاركين بتحقيق استفادة "مرتفعة"، تمثلت في تسهيل فهم المناهج، وتعويض الفاقد التعليمي، وتقوية مهارات التحصيل الدراسي. وتوافق ذلك مع تفضيل الطلاب للمحتوى التفاعلي القصير، والاعتماد على تقنيات مثل الرسوم المتحركة (أنيميشن)، والتجارب المصورة، والشرح المبسط المباشر.
- وعلى مستوى الاتجاهات، غلب الاتجاه الإيجابي نحو قناة مدرستنا بنسبة 50.4%، مقابل 48.7% من الاتجاهات المحايدة، بينما لم تتجاوز الاتجاهات السلبية 0.9%، وهو ما يعكس تقديراً عاماً للمحتوى التعليمي وجودته. كما بيّنت النتائج أن الطلاب يفضلون أساليب شرح تعتمد على الحوار والتجريب والأسئلة والأجوبة، ويحبذون مشاهدة المدرسين المتميزين من مدارس المتفوقين وخبراء وزارة التربية والتعليم.
- وقدمت الدراسة مجموعة من المقترحات التطويرية، منها: ضرورة ربط الحصص المدرسية بمحتوى القناة، وتفعيل البث التفاعلي المباشر، وتقديم شهادات رقمية للمشاهدين المنتظمين، إلى جانب تعزيز الترويج الإعلامي للقناة داخل المؤسسات التعليمية ومنصات التواصل.
- واختتمت الدراسة بتوصيات موجهة لصنّاع القرار في وزارتي التربية والتعليم والإعلام، بضرورة التكامل بين الجهود المؤسسية وقنوات مدرستنا، وتطوير المحتوى وفقاً لاحتياجات الطلاب، ومواكبة التحولات التكنولوجية، لضمان استدامة الدور التربوي والإعلامي لهذه المنصة التعليمية الرائدة.



## • استطلاع رأي حول اتجاهات الجمهور المصري نحو مقترح نظام البكالوريا: أجرى مركز

بحوث الرأي العام في كلية الإعلام - جامعة القاهرة استطلاعاً يستهدف التعرف على اتجاهات الجمهور

المصري نحو مقترح نظام البكالوريا، وتم تطبيق الاستطلاع على عينة بلغ قوامها 1200 مبحوث.

• وأظهر الاستطلاع الذي أجرى في الفترة من 22 يناير حتى 4 فبراير 2025، عددًا من النتائج أهمها:

تباين آراء الجمهور المصري حول مقترح نظام البكالوريا، حيث رفض المقترح 49.6% من أفراد عينة

الاستطلاع (23.8% معارض جدا، 25.9% معارض). بينما وافق على المقترح 44.6% (22.3%

موافق جداً، 22.3% موافق).

وعن أهم عيوب نظام البكالوريا المقترح؛ أشارت نتائج الاستطلاع إلى أوجه القصور التالية:

1. عدم توفر البنية التحتية في المدارس كالمعامل
2. عدم كفاية المعلومات المقدمة حول النظام الجديد
3. تهيمش اللغة الأجنبية الثانية؛ يؤدي إلى عدم اهتمام الطالب بها
4. عدم وجود مدرسين مؤهلين لشرح هذا النظام الجديد
5. ضيق النطاق الزمني بين كل تعديل وآخر بشأن نظام الدراسة بمرحلة الثانوية العامة

وعن أهم مميزات نظام البكالوريا المقترح؛ أشارت نتائج الاستطلاع إلى:

1. تقليص عدد المواد التي يدرسها الطالب
2. يفتح المجال أمام الطلاب لاختيار الدراسة المناسبة.
3. يقضي على رهبة نظام الثانوية العامة بسبب إمكانية التحسين.
4. يدعم الهوية الوطنية من خلال تدريس التربية الدينية واللغة العربية والتاريخ كمواد أساسية تضاف للمجموع.

5. شهادة معترف بها دولياً؛ لأنها تعتمد على معايير عالمية في التعليم

6. يوفر فرص أفضل للالتحاق بالجامعات.

مركز بحوث الرأي العام - كلية الإعلام جامعة القاهرة  
6 فبراير الساعة 11:50 ص

في إطار سعي مركز بحوث الرأي العام في كلية الإعلام - جامعة القاهرة لاستطلاع آراء الجمهور المصري حول مختلف القضايا والأحداث في مصر، أجرى المركز استطلاعاً يستهدف التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو مقترح نظام البكالوريا، وقد أُنْفِذَ على إعداد الاستطلاع الدكتورة نريا أحمد البدوي، عميد كلية الإعلام، وشارك في إعداده وتنفيذه الدكتورة سحر مصطفى الأستاذ المساعد بقسم الصحافة، والمدير الأكاديمي للمركز، والدكتورة أمل السيد الأستاذ بقسم الصحافة، والدكتور محمد فؤاد الأستاذ المساعد بكلية الإح - عرض المزيد

الرئيسية < تقارير مصرية

مركز بحوث الرأي العام بإعلام القاهرة:  
49.6% من المواطنين يرفضون البكالوريا



مركز بحوث الرأي العام - كلية الإعلام جامعة القاهرة  
9 فبراير الساعة 2:28 م

مداخلة هاتفية على قناة mbc مصر حول استطلاع نظام البكالوريا

MBC MASR 20 متابع  
9 فبراير - 9



49.6% رفضوا نظام البكالوريا المطروح للتأوية العامة و وفقاً لاستطلاعات الرأي - د/ سحر مصطفى مدير مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام توضح التفاصيل شاه - عرض المزيد

مركز بحوث الرأي العام - كلية الإعلام جامعة القاهرة  
9 فبراير الساعة 2:21 م

أجرى مركز بحوث الرأي العام في كلية الإعلام - جامعة القاهرة استطلاعاً يستهدف التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو مقترح نظام البكالوريا. وتم تطبيق الاستطلاع على عينة بلغ قوامها 1200 مبحوث، النسخة الكاملة وأظهر الاستطلاع الذي أُجِري في الفترة من 22 يناير حتى 4 فبراير 2025، عدداً من النتائج أهمها: تباين آراء الجمهور المصري حول مقترح نظام البكالوريا، حيث رفض المقترح 49.6% من أفراد عينة الاستطلاع (23.8% معارض جداً، 25.9% معارض)، بينما وافق على المقترح 44.6% (22.3% موافق جداً، 22.3% م - عرض المزيد

YOU7.COM

مركز بحوث الرأي العام بإعلام القاهرة: تباين آراء المصريين حول نظام البكالوريا - اليوم السابع

أجرى مركز بحوث الرأي العام في كلية الإعلام - جامعة القاهرة استطلاعاً يستهدف التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو مقترح نظام البكالوريا.



- **استطلاع حول تقييم الجمهور المصري لدراما رمضان 2025:** أجرى المركز استطلاعاً لآراء الجمهور المصري حول تقييمه للأعمال الدرامية التي عُرضت خلال شهر رمضان 2025، وذلك في إطار حرص المركز على متابعة توجهات وانطباعات الجمهور نحو المحتوى الإعلامي الذي يُقدَّم عبر مختلف المنصات والوسائط. وقد هدف الاستطلاع إلى تحليل تفضيلات الجمهور المصري لأنواع الدراما، وتحديد أبرز المسلسلات والفنانين المتميزين، إلى جانب رصد الوسائل المستخدمة في المشاهدة وأسباب التفضيل، وانتهاءً بالمقترحات التي يراها الجمهور ضرورية لتحسين مستوى المحتوى الدرامي.

• تكوّنت عينة الاستطلاع من (1100) مفردة، وجاءت نسبة الإناث 70.4% مقابل 29.6% من الذكور. وتراوحت أعمار المشاركين بين 18 عامًا فأكثر. من حيث المستوى التعليمي، تبين أن 73.2% من العينة حاصلون على مؤهل جامعي، و18.9% يحملون مؤهلات فوق جامعية، فيما بلغت نسبة الحاصلين على مؤهل فوق متوسط 4.8%، والتعليم المتوسط 2.9%. أما من حيث الحالة الاجتماعية، فكانت الغالبية من غير المتزوجين بنسبة 69.8%، يليهم المتزوجون بنسبة 27.8%، والمطلقون بنسبة 1.6%، والأرامل بنسبة 0.7%. وشكل الطلاب النسبة الأكبر من المشاركين (52.2%)، يليهم العاملون بالقطاع الخاص (17.8%)، ثم القطاع الحكومي (17.1%)، والعاملون في الأعمال الحرة (6.7%)، وأخيرًا من لا يعملون (6.2%).

• أما من حيث التوزيع الجغرافي، فأظهرت النتائج أن 61.8% من العينة يقيمون في مناطق متوسطة المستوى، و28.4% في مناطق راقية، و9.8% في مناطق شعبية. كما تبين أن 90.2% من المشاركين ينتمون للحضر، مقابل 9.8% فقط من الريف.

• أوضحت نتائج الاستطلاع أن 49.1% من الجمهور يتابعون الدراما الرمضانية "أحيانًا"، و33.5% "دائمًا"، بينما أشار 17.4% إلى أنهم يتابعونها "نادرًا". أما بشأن عدد المسلسلات التي يتابعها الجمهور، فقد أشار 40.1% إلى أنهم يتابعون أكثر من ثلاث مسلسلات، و21.7% يتابعون مسلسلين، و19.3% يتابعون مسلسلًا واحدًا فقط، و18.9% يتابعون ثلاث مسلسلات. وفيما يتعلق بالوقت المخصص يوميًا لمتابعة الدراما، يقضي 29.1% من الجمهور من ساعة إلى أقل من ساعتين، و27.4% من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات، و22.5% ثلاث ساعات فأكثر، في حين أن 21.1% يقضون أقل من ساعة في المشاهدة.

• أظهرت النتائج أن المنصات الرقمية جاءت في المرتبة الأولى كمصدر لمتابعة الدراما بنسبة 52%، تلتها وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 45.4%، ثم القنوات التلفزيونية المحلية بنسبة 26%، فالفضائيات المصرية بنسبة 25.5%. وعلى مستوى القنوات الفضائية، تصدرت قناة ON TV بنسبة متابعة بلغت 46%، تلتها قناة MBC مصر بنسبة 45.7%، ثم DMC بنسبة 43.9%، وقناة MBC بنسبة 17.2%، ثم CBC بنسبة 16.5%، وأخيرًا قناة الحياة بنسبة 7.5%.

• أما بالنسبة لأسباب تفضيل قنوات بعينها، فقد أشارت النتائج إلى أن السبب الأبرز هو عرض المسلسل المفضل (نسبة غير مذكورة)، يليه توقيت عرض المسلسلات المناسب بنسبة 27.4%، ثم تنوع الأعمال بنسبة 24.5%، وملاءمة المحتوى للأسرة بنسبة 17%، وأخيرًا قلة الإعلانات بنسبة 13.5%. وعلى

- صعيد المنصات الرقمية، جاءت منصة "شاهد" في المركز الأول بنسبة 56%، تلتها "واتش إت" بنسبة 47.4%، ثم نتفليكس بنسبة 9.2%، ومنصة "count" بنسبة 7.1%، وأخيراً "يانغو بلاي" بنسبة 1.2%.
- في فئة الدراما الاجتماعية، تصدر مسلسل "لام شمسية" بنسبة 42.6%، يليه "ولاد الشمس" بنسبة 34.1%، ثم "كامل العدد 3" بنسبة 32.5%. وفي فئة الدراما الكوميديّة، جاء مسلسل "أشغال شقة جدًا" في المرتبة الأولى بنسبة 39.8%، يليه "عايشة الدور" بنسبة 23.1%، ثم "تصف الشعب اسمه محمد" بنسبة 16.2%. وعند سؤال الجمهور عن أفضل مسلسل رمضاني لعام 2025، حصل "لام شمسية" على المركز الأول بنسبة 26%، يليه "ولاد الشمس" بنسبة 13.9%، ثم "كامل العدد" بنسبة 7%، ومسلسل "وتقابل حبيب" بنسبة 6.4%. وفي فئة الكوميديا، حصل "أشغال شقة جدًا" على المركز الأول بنسبة 7.2%.
- من حيث مظاهر الإعجاب، اعتبر 55.3% من الجمهور أن اقتصار بعض المسلسلات على 15 حلقة كان عاملاً إيجابياً، تلاه تناول القضايا الاجتماعية الهامة بنسبة 49.6%، ثم تميز القصة والحبكة الدرامية بنسبة 48.1%، وأداء الممثلين بنسبة 45.3%. كما أشار البعض إلى جودة الصورة والصوت بنسبة 21.5%، وجودة الحوار بنسبة 17.1%، والأزياء والإكسسوارات بنسبة 9.7%.
- أما فيما يتعلق بالسلبيات، فقد تصدرت الألفاظ غير اللائقة القائمة بنسبة 47.7%، تلتها تكرار القصص بنسبة 32.3%، ثم التطويل والمبالغة بنسبة 31.8%، والإيحاءات الجنسية بنسبة 29.9%. كما أشار 29.5% إلى وجود نوع من الاستخفاف بعقلية المشاهدين، بينما انتقد 28.3% كثرة مشاهد العنف.
- عند سؤال المشاركين عن نوع الدراما الأنسب لشهر رمضان، فضل 73.7% الدراما الاجتماعية، تلتها الكوميديّة بنسبة 55.1%، ثم الدينية بنسبة 48.9%، فالتاريخية بنسبة 29.3%، وأخيراً السياسية بنسبة 8.9%. كما قدّم المشاركون عدداً من المقترحات لتحسين مستوى الدراما الرمضانية، أبرزها ضرورة معالجة القضايا الاجتماعية بواقعية (47.4%)، وتفعيل الرقابة الفعالة على المحتوى (45.3%)، وتشجيع إنتاج الأعمال القصيرة من 10 إلى 15 حلقة (40.1%)، بالإضافة إلى أهمية الاستعانة بالمتخصصين في مجالات مثل علم النفس، علم الاجتماع، والتاريخ (37%)، بما يضمن عمقاً وواقعية في تناول الموضوعات الدرامية.







• **استطلاع حول تقييم الجمهور المصري لدراما رمضان 2024:** أجرى المركز استطلاعاً حول

تقييم الجمهور المصري لدراما رمضان ٢٠٢٤، بالتطبيق على عينة بلغ حجمها 1100 مفردة، 76% من الإناث، و24% من الذكور، تراوحت أعمارهم ما بين 18-60 عاماً، 76.9% منهم حاصلين على مؤهل جامعي، و18.6% فوق الجامعي، والنسبة الباقية تراوح تعليمها ما بين المتوسط وفوق المتوسط وأقل من المتوسط، وينتمي 89.4% من إجمال العينة إلى الحضر، و 10.6% ينتمون إلى الريف، وقد أسفر الاستطلاع عن عدد من النتائج المهمة، تمثلت فيما يلي:

أن متابعة الجمهور المصري للدراما لم تكن بشكل دائم، حيث جاء الخيار (أحياناً) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 56.1% ثم نادراً بنسبة بلغت 25.9%، وأخيراً دائماً بنسبة بلغت 18%، وكان هناك تقارب في نسبة من يشاهدون مسلسل واحد أو أكثر، حيث بلغت نسبة من يشاهدون مسلسلين 28.2% ومسلسل واحد 26%، وأكثر من ثلاث مسلسلات 24.2%، وأخيراً ثلاث مسلسلات بنسبة 21.6%.

ويقضي 34.8% من الجمهور من ساعة إلى أقل من ساعتين في متابعة المسلسلات، بينما 25.9% يقضون أقل من ساعة، و 25.6% يقضون من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات، و 13.6% يقضون ثلاث ساعات فأكثر.

واحتلت المنصات الرقمية المرتبة الأولى بين الوسائل التي تابع من خلالها الجمهور المصري مسلسلات رمضان بنسبة بلغت 43.9%، ثم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 39.7%، ثم القنوات التلفزيونية المحلية بنسبة 31.6%، ثم الفضائيات المصرية، الفضائيات العربية وأخيرًا اليوتيوب.

وتصدرت قناة MBC مصر المرتبة الأولى بين القنوات التي تابع من خلالها دراما رمضان، تلتها قناة ONTV، ثم قناة DMC ثم MBC، ثم CBC ثم الحياة ثم النهار، وأوضحت ما نسبته 55.2% من العينة أن أسباب تفضيل هذه القنوات، كونها تعرض المسلسل المفضل لهم، بينما أشار 29.3% إلى أنها تعرض المسلسلات في أوقات مناسبة لهم، و 24.3% أوضحوا السبب في تنوع الأعمال الدرامية عليها، و 16.5% تابعوها لأنها تعرض الأعمال التي تتناسب الأسرة، و 12.7% تابعوها لقلة أو عدم وجود إعلانات عليها.

وجاءت منصة شاهد في المرتبة الأولى بنسبة 45.4% بين المنصات الرقمية الأكثر متابعة من قبل الجمهور المصري ثم منصة واتش ات بنسبة 40.7% ثم منصة نتفليكس 5.1%

أما عن المسلسلات الأكثر متابعة لدى الجمهور المصري، فقد جاء مسلسل أشغال شقة في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 43.5% ثم مسلسل أعلى نسبة مشاهدة بنسبة 31.4%، ثم مسلسل كامل العدد بنسبة 27%، ثم مسلسل نعمة الأفوكاتو بنسبة 24.5% ثم العتاولة بنسبة 24.3%، ثم خالد نور وولده نور خالد بنسبة 23%، ثم الحشاشين بنسبة 22.7%.

وحول ما أثار إعجاب الجمهور في دراما رمضان 2024 فجاء اقتصار بعض المسلسلات على 15 حلقة فقط في مقدمة أسباب الإعجاب بدراما هذا العام بنسبة بلغت 58.7%، يليه أداء الممثلين بنسبة 45.5% ثم القصة والحبكة الدرامية بنسبة بلغت 42.3%، ثم معالجة قضايا اجتماعية مهمة بنسبة 35.5% ثم جودة الصورة والصوت بنسبة 23.5%، ثم الأزياء والإكسسوارات بنسبة 14.4%، ثم جودة الحوار بنسبة 13.3%.

أما عن السلبيات من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة فجاء في المرتبة الأولى أن أغلب القصص مكررة بنسبة بلغت 32.3%، ثم التطويل والمبالغة بنسبة 30.9% ثم استخدام ألفاظ وعبارات غير لائقة بنسبة 27.1%، ثم ضعف السيناريو بنسبة 24.4% ثم إهدار الوقت في رمضان 24.1% ثم عدم احترام عقلية المشاهد، ثم التركيز على البطل بصرف النظر عن الآخرين، ثم عدم مناقشة قضايا مهمة، ثم عدم التعبير

عن الواقع ثم مشاهد العنف ثم وجود الإيحاءات الجنسية، ثم عدم التدقيق في الأعمال التاريخية، ثم أداء الممثلين غير الاحترافي ثم النهايات المأساوية ثم عدم مناسبة الملابس والإكسسوارات للعمل.

وتابع 29.4% فقط من الجمهور - عينة الدراسة- مسلسل الحشاشين، بينما لم يتابعه 70.6% من إجمال العينة، وحظي بإعجاب 62.2% من إجمالي المتابعين له، وتمثلت أسباب الإعجاب على الترتيب والتوالي في كل من أماكن التصوير والديكورات ثم أداء الممثلين، ثم تقنيات التصوير والإضاءة المستخدمة، ثم الفترة التاريخية التي تناولها المسلسل، ثم أداء بطل المسلسل، ثم تصميم المعارك الحربية ثم شخصية حسن الصباح، ثم المعلومات التي تم الحصول عليها من المسلسل ثم السيناريو والحوار.

أما أسباب عدم الإعجاب فتمثلت على الترتيب في عدم الدقة في تناول الفترة التاريخية، ثم استخدام لغة عامية، ثم التركيز على شخصية غير مهمة في التاريخ، ثم السيناريو والحوار ثم أداء بطل المسلسل، ثم أداء الممثلين وضعف الإمكانيات المستخدمة في المسلسل.

وجاء أفضل ممثل في دراما رمضان 2024 كريم عبد العزيز، ثم هشام ماجد ، ثم حمادة هلال ثم أحمد العوضي، ثم خالد النبوي، أما أفضل ممثلة فجاءت دينا الشربيني في المرتبة الأولى ومي عمر في المرتبة الثانية، ثم سلمى أبو ضيف ثم أسماء جلال

وحصد عصام عمر المركز الأول كأفضل وجه جديد ثم نور النبوي ثم مصطفى غريب ثم أحمد داش

وحصدت لينا صوفيا المركز الأول كأفضل وجه جديد ثم هاجر السراج ثم ليلي زاهر ثم آية سماحة ثم مايان السيد

أما عن أفضل مؤلف فجاء عبد الرحيم كمال في المركز الأول يليه محمد سامي، ثم سمر طاهر ثم خالد دياب

أما أفضل مخرج فجاء بيتر ميمي في المركز الأول ثم محمد سامي ثم نادين خان.

- وعن نوع الدراما الذي يناسب شهر رمضان، فجاءت الدراما الاجتماعية في المرتبة الأولى ثم الكوميديا، ثم الدينية ثم التاريخية ثم السياسية.

احتفالية - "إعلام القاهرة" للكشف عن نتائج استطلاع الرأي لدراما رمضان ٢٠٢٤  
كتبت : مريم وليد . فيروز فؤاد . محمد رمضان

أقيمت أمس في قاعة المؤتمرات بكلية الإعلام جامعة القاهرة احتفالية مميزة بحضور لقيف من نجوم الفن ورؤساء القنوات الفضائية، تحت رعاية الدكتور محمد عثمان الخيت، رئيس الجامعة، والدكتورة ترياح أحمد البدوي، عميدة الكلية. تأتي هذه الاحتفالية للإعلان عن نتائج استطلاع الرأي الخاص بدراما رمضان ٢٠٢٤، والذي جاء برئاسة الدكتور محمد سامي عبد الصادق، نائب رئيس الجامعة لشؤون ... عرض المزيد



نظم مركز بحوث الرأي العام - كلية الإعلام جامعة القاهرة، بكلية الإعلام جامعة القاهرة، احتفالية إعلان نتائج استطلاع الرأي العام الذي أجراه المركز حول تقييم الجمهور لدراما رمضان ٢٠٢٤، وذلك بحضور عدد من القيادات الإعلامية ورؤساء القنوات وعدد من الفنانين. بالإضافة إلى عدد من أساتذة الكلية وطلابها



بإدارة روز اليوسف | على رأسهم هشام ماجد وحماة هلال... إعلام القاهرة تكريم الفائزين في استطلاع رأي دراما رمضان ٢٠٢٤

## • استطلاع للرأي حول اتجاهات الجمهور المصري نحو دراما رمضان 2023: أجرى المركز

استطلاعاً يستهدف التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو دراما رمضان ٢٠٢٣، لرصد وتحليل الآراء المتباينة حول مختلف أنواع الدراما المصرية المقدمة خلال الشهر الكريم، وقد أشرف على إعداد الاستطلاع الأستاذة الدكتورة حنان جنيد عميد كلية الإعلام، وشارك في إعداده وتنفيذه الدكتورة سحر مصطفى الأستاذ المساعد بقسم الصحافة، والمدير الأكاديمي للمركز، والدكتورة شيرين سلامة الأستاذ المساعد بقسم الصحافة، والدكتور محمد فؤاد الأستاذ المساعد بكلية الإعلام - جامعة الأزهر.

وتم تطبيق الاستطلاع على عينة بلغ قوامها 1000 مفردة من مشاهدي دراما رمضان هذا العام، تراوحت أعمارهم من 15 عاماً فما فوق، ومثلت العينة مختلف الشرائح والطبقات داخل المجتمع المصري من حيث (النوع، المراحل العمرية، المستويات التعليمية، الحالات الاجتماعية، فئات العمل، المناطق السكنية، المستويات الاقتصادية الاجتماعية، محل الإقامة، المحافظات المصرية... وغيرها).

وقد أظهر الاستطلاع الذي أجري في الفترة من 15-24 إبريل 2023، عددًا من النتائج المهمة، أهمها:

- ❖ ارتفاع معدل كثافة مشاهدة أفراد العينة لدراما رمضان هذا العام.
- ❖ تفوق المنصات الرقمية على القنوات الفضائية من حيث المشاهدة.
- ❖ جاء ترتيب الوسائل التي تابع من خلالها أفراد العينة دراما رمضان كما يلي: جاءت المنصات الرقمية في المرتبة الأولى، يليها الفضائيات المصرية في المرتبة الثانية، ثم القنوات التليفزيونية المحلية، ثم الفضائيات العربية، بينما جاء موقع يوتيوب في المرتبة الأخيرة من حيث المشاهدة.
- ❖ جاءت منصة شاهد **Shahid** في المقدمة من حيث المشاهدة خلال شهر رمضان، يليها منصة واتش ات **watch it** في المرتبة الثانية، ثم منصة نتفليكس **Netflix**، بينما جاءت منصة فيو **VIU** في المرتبة الأخيرة من حيث المشاهدة.
- ❖ أبرزت النتائج أن "قناة **dmc**" كانت الأكثر مشاهدة خلال شهر رمضان، يليها قناة **ON**، ثم قناة **mbc** مصر، ثم قناة **cbc**، ثم قناة **mbc**، ثم قناة النهار، ثم قناة القاهرة والناس، ثم قناة الحياة.
- ❖ وبالنسبة للقنوات الحكومية جاءت قناة النيل للدراما في المرتبة الأولى يليها الفضائية المصرية، ثم القناة الأولى، ثم القناة الثانية.
- ❖ وعن تفضيل أفراد العينة للقنوات السابقة، جاءت الأسباب كالاتي:
  1. عرض المسلسل الذي أفضله
  2. عرض المسلسلات في أوقات مناسبة
  3. تنوع الأعمال الدرامية
  4. الأعمال التي تعرضها تناسب الأسرة
  5. قلة الإعلانات عليها
- ❖ وعن أنواع الدراما التي يفضلها أفراد العينة في شهر رمضان، جاءت كالاتي:
  1. الدراما الاجتماعية
  2. الدراما الدينية
  3. الدراما الكوميديية
  4. الدراما التاريخية
  5. الدراما السياسية
- ❖ وجاءت أهم إيجابيات دراما رمضان هذا العام كالاتي:

1. أداء الممثلين
  2. اختصار بعض المسلسلات على ١٥ حلقة فقط
  3. القصة والحبكة الدرامية
  4. معالجة قضايا مجتمعية مهمة
  5. جودة الصورة والصوت
  6. جودة الحوار
  7. الأزياء والإكسسوارات المستخدمة
- ❖ وجاءت أهم سلبيات دراما رمضان هذا العام كالآتي:

1. التطويل والمبالغة في الأحداث
2. أغلب القصص مكررة
3. عدم احترام عقلية المشاهدين والاستخفاف بعقولهم
4. ضعف السيناريو والحوار
5. استخدام الفاظ وعبارات غير لائقة
6. مليئة بمشاهد العنف
7. عدم التدقيق في الأعمال التاريخية
8. عدم مناقشة قضايا مهمة
9. التركيز على إبراز البطل بصرف النظر عن الآخرين
10. عدم التعبير عن الواقع
11. أداء بعض الممثلين غير احترافي
12. مليئة بالإيحاءات الجنسية
13. النهايات المأساوية للمسلسلات
14. عدم مناسبة الملابس والإكسسوارات للعمل
15. ضعف تقنيات الصورة والصوت

❖ أظهرت نتائج الاستطلاع أن مسلسل جعفر العمدة كان الأكثر مشاهدة في رمضان هذا العام، يليه مسلسل تحت الوصاية، ثم الهرشة السابعة، ثم الكبير أوي ج7، ثم الصفارة، ثم جت سليمة، ثم المداح ج3.

- ❖ ومن حيث التفضيل جاء مسلسل جعفر العمدة في المرتبة الأولى، يليه مسلسل تحت الوصاية، ثم الهرشة السابعة، ثم الصفارة، ثم الكبير أوي ج7، ثم المداح ج3، ثم جت سليمة.
- ❖ وعن أفضل ممثلة دور أول أظهرت نتائج الاستطلاع: أن الفنانة هالة صدقي في المرتبة الأولى عن دورها في مسلسل جعفر العمدة والفنانة منى زكى عن دورها في مسلسل تحت الوصاية.
- ❖ وعن أفضل ممثل دور أول: جاء الفنان محمد رمضان في المرتبة الأولى عن دوره في مسلسل جعفر العمدة، يليه الفنان محمد شاهين في المرتبة الثانية عن دوره في مسلسل الهرشة السابعة.
- ❖ وعن أفضل ممثل كوميدى: جاء الفنان أحمد أمين في المرتبة الأولى عن دوره في مسلسل الصفارة، يليه الفنان أحمد مكي في المرتبة الثانية عن دوره في مسلسل الكبير أوي ج7.
- ❖ الفنانة دنيا سمير غانم أفضل ممثلة كوميدية عن دورها في مسلسل جت سليمة.
- ❖ وعن أفضل ممثلة دور ثاني: جاءت الفنانة إيمان العاصي في المرتبة الأولى عن دورها في مسلسل جعفر العمدة، يليها الفنانة مي كساب في المرتبة الثانية عن دورها في مسلسل جعفر العمدة.
- ❖ وعن أفضل ممثل دور ثاني: جاء الفنان أحمد فهمي في المرتبة الأولى عن دوره في مسلسل جعفر العمدة، يليه الفنان عصام السقا في المرتبة الثانية عن دوره في مسلسل جعفر العمدة.
- ❖ وعن أفضل ممثل كوميدى دور ثاني: جاء الفنان محمد سلام في المرتبة الأولى عن دوره في مسلسل الكبير أوي ج7، يليه الفنان طه دسوقي في المرتبة الثانية عن دوره في مسلسل الصفارة.
- ❖ وعن أفضل ممثل صاعد: جاء الشاب أحمد داش في المرتبة الأولى عن دوره في مسلسل جعفر العمدة، يليه الطفل عمر شريف في المرتبة الثانية عن دوره في مسلسل تحت الوصاية.
- ❖ وعن أفضل مؤلف: جاء المؤلفان خالد وشيرين دياب في المرتبة الأولى عن مسلسل تحت الوصاية، يليهما المؤلفة مريم نعوم في المرتبة الثانية عن مسلسل الهرشة السابعة.
- ❖ وعن أفضل مخرج: جاء المخرج محمد سامي في المرتبة الأولى عن مسلسل جعفر العمدة، يليه المخرج أحمد شاكر خضير في المرتبة الثانية عن مسلسل تحت الوصاية.

مركز بحوث الرأي العام - كلية الإعلام جامعة القاهرة  
16 أبريل 2024

كشف استطلاع للرأي أعدته مركز بحوث الرأي العام في كلية الإعلام، جامعة القاهرة حول تقييم الجمهور المصري لدراما رمضان 2024، أن مسلسل الحشايش يحصد أعلى نسبة تفضيل لدى الجمهور في فئات التمثيل والتأليف والإخراج.

وأشارت نتائج الاستطلاع الذي شمل 1100 شخص، 76% من الإناث، و24% من الذكور تراوحت أعمارهم ما بين 18-60 عامًا، أن الفنان كريم عبد العزيز جاء في المرتبة الأولى كأفضل ممثل، وعبد الرحيم كمال كأفضل مؤلف، والمخرج بيتر ميمى كأفضل مخرج.

وقالت الدكتورة سحر مصطفى مديرة مركز بحوث الرأي - عرض المزيد

مركز بحوث الرأي العام - كلية الإعلام جامعة القاهرة  
16 أبريل 2024

صحيفة الأخبار  
#مركز\_بحوث\_ودراسات\_الرأي\_العام

«الحشايش» يكسب  
كريم عبد العزيز الأفضل في دراما رمضان باستطلاع «إعلام القاهرة»

بعد التقييم الموسع الذي أجريته من مختلف الفئات والفئات العمرية لتقييم الأعمال التي تم عرضها خلال الشهر الكريم واستطلاع آراء المشاهدين فيما حول أفضل الأعمال والمخرجين من حيث التمثيل أو التأليف، مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة أجرى استطلاعاً حول تقييم الجمهور المصري لدراما رمضان 2024، وذلك في إطار مشروع «إعلام القاهرة» الذي بدأه المركز في 2019، بهدف التعرف على آراء الجمهور من خلال استطلاع رأيهم في مختلف الأعمال التي عرضت على شاشة رمضان 2024، حيث شارك في الاستطلاع 1100 شخص، وبلغت نسبة الذكور 24% والإناث 76%، وتراوحت أعمارهم ما بين 18-60 عامًا، وتوزعت على مختلف الفئات العمرية والفئات الاجتماعية.

وأشارت نتائج الاستطلاع الذي شمل 1100 شخص، 76% من الإناث، و24% من الذكور تراوحت أعمارهم ما بين 18-60 عامًا، أن الفنان كريم عبد العزيز جاء في المرتبة الأولى كأفضل ممثل، وعبد الرحيم كمال كأفضل مؤلف، والمخرج بيتر ميمى كأفضل مخرج.

وقالت الدكتورة سحر مصطفى مديرة مركز بحوث الرأي - عرض المزيد

مسلسل الحشايش يحصد أصوات الجماهير كأفضل ممثل ومؤلف ومخرج باستطلاع إعلام القاهرة - اليوم السابع

مركز بحوث الرأي العام - كلية الإعلام جامعة القاهرة  
25 أبريل 2023

https://www.youm7.com/6160272

جعفر العمدة وتحت الوصاية الأكثر مشاهدة في رمضان

إعلام جامعة القاهرة: جعفر العمدة وتحت الوصاية الأكثر مشاهدة في رمضان - اليوم السابع

أجرى مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، استطلاعاً للرأي استهدف التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو دراما رمضان 2023.

القاهرة - اليوم السابع

- استطلاع للرأي حول دور وسائل الإعلام المصرية في تزويد الجمهور بالمعلومات والأخبار المتعلقة بمؤتمر قمة المناخ في مصر. COP 27 EGYPT. : تم الاعتماد على الاستقصاء الإلكتروني، وتم تطبيقه على عينة ممثلة للمجتمع المصري قوامها 1500 مفردة من متابعي أخبار المؤتمر تراوحت أعمارهم من 15 عام فما فوق، في الفترة من 11/17 حتى 19/12/2022م، وتوصل إلى عدة نتائج أهمها:
  - ❖ ارتفاع معدل متابعة أفراد العينة لمؤتمر قمة المناخ. cop27 Egypt.
  - ❖ تعدد وتنوع القضايا التي حرص أفراد العينة على متابعتها خلال المؤتمر، وجاء في مقدمتها قضية ندرة المياه والجفاف حيث جاءت في الترتيب الأول بوزن نسبي 77.8%، يليها السياسة الخضراء

في المرتبة الثانية، ثم قضية التمويل الذي ستقدمه الدول الغنية للدول الفقيرة من أجل مواجهة آثار التغير المناخي، ثم الطاقة المتجددة وتحويل الطاقة.

❖ ارتفاع تقييم أفراد العينة لجهود مصر في تنظيم مؤتمر قمة المناخ **cop27 Egypt**، حيث يري 54.5% من أفراد العينة أن التنظيم كان ممتازا، و29.1% أنه كان جيد جدا، و10.9% أنه كان جيدا.

❖ وعن مدى نجاح المؤتمر؛ يري 56.53% من أفراد العينة أن المؤتمر نجح بدرجة كبيرة، ويري 39.83% أنه نجح إلي حد ما، بينما أشار 3.64% فقط أنه لم ينجح.

❖ تعدد وتنوع الوسائل الإعلامية التي تابع من خلالها أفراد العينة مؤتمر قمة المناخ **cop27 Egypt**، وجاء في مقدمة هذه الوسائل مواقع التواصل الاجتماعي، حيث احتلت المرتبة الأولى بوزن نسبي 84.3%، يليها المواقع الإخبارية الإلكترونية في المرتبة الثانية، ثم القنوات التلفزيونية، ثم المواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية، بينما جاءت المحطات الإذاعية والصحف في المؤخرة بوزن نسبي 49.4%، 47.1% لكل منهما على الترتيب.

❖ بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي: احتل موقع فيس بوك المرتبة الأولى بوزن نسبي 88.4%، يليه موقع انستجرام في المرتبة الثانية، ثم موقع يوتيوب، ثم تويتر، بينما جاء واتس آب وسناب شات في المؤخرة.

❖ بالنسبة للمواقع الإخبارية: جاء موقع مصراوي في المقدمة بوزن نسبي 61.6%، يليه موقع القاهرة 24 في المرتبة الثانية، ثم البوابة نيوز، ثم مصر نيوز، ثم فيتو، ثم الموجز.

❖ بالنسبة لمواقع المؤسسات الرسمية: جاء صفحة رئاسة الجمهورية على مواقع التواصل الاجتماعي في المقدمة بوزن نسبي 65.4%، يليه صفحة رئاسة مجلس الوزراء في المرتبة الثانية، ثم وزارة البيئة، ثم وزارة السياحة والآثار، ثم وزارة الخارجية، ثم الهيئة العامة للاستعلامات.

❖ بالنسبة للقنوات التلفزيونية: احتلت قناة **Dmc** المقدمة بوزن نسبي 75.3%، يليها قناة مصر **Mbc** في المرتبة الثانية، ثم **Cbc**، إكسترا نيوز، ثم أون **tv**، ثم صدي البلد، ثم النهار، ثم القاهرة والناس، ثم قناة الحياة.

❖ بالنسبة للتلفزيون المصري: جاءت الفضائية المصرية في المرتبة الأولى بوزن نسبي 49.2%، يليها القاهرة الإخبارية في المرتبة الثانية، ثم القناة الأولى، ثم النيل للأخبار، ثم القناة الثانية.

- ❖ بالنسبة للمحطات الإذاعية: جاءت نجوم **fm** في المقدمة بوزن نسبي 52.4%، يليها البرنامج العام في المرتبة الثانية، ثم القاهرة الكبرى، ثم الشرق الأوسط، ثم الشباب والرياضة، ثم صوت العرب.
- ❖ بالنسبة للصحف: احتل موقع صحيفة اليوم السابع المرتبة الأولى بوزن نسبي 70.9%، يليها المصري اليوم في المرتبة الثانية.
- ❖ بالنسبة للصحف القومية: احتلت الأهرام المرتبة الأولى بوزن نسبي 55.5%، يليها الجمهورية في المرتبة الثانية، ثم الأخبار.
- ❖ بالنسبة للإعلاميين: جاء عمرو أديب في المقدمة بوزن نسبي 69.5%، يليه رامي رضوان في المرتبة الثانية، ثم لميس الحديدي، ثم شريف عامر، ثم تامر أمين.

**برعاية**  
أ. د محمد الخشت  
رئيس جامعة القاهرة

**بدعم**  
أ. د محمد عبد الصادق  
نائب رئيس الجامعة  
لشئون خدمة المجتمع

**إشراف**  
أ. م. د سحر مصطفى  
مدير مركز بحوث الرأي العام

**أ. د حنان جنيد**  
عميدة كلية الإعلام  
ورئيس مجلس إدارة  
مركز بحوث الرأي العام

**ويبنار .. إعلان نتائج استطلاع رأي حول تغطية وسائل الإعلام  
لمؤتمر قمة المناخ COP 27 EGYPT**

يوم الاثنين الموافق 16 يناير 2023 في تمام الساعة 12 ظهرا بقاعة المؤتمرات بالكلية





## ب.الدورات التدريبية:

- **دورة متخصصة في الكتابة العلمية:** تهدف إلى تزويد الباحثين والطلاب بالمهارات الأساسية في إعداد البحوث العلمية، بدءًا من اختيار الموضوع ووضع الخطة البحثية، مرورًا بالمنهج العلمي وجمع المعلومات، وصولًا إلى التوثيق العلمي وأخلاقيات البحث. الدورة فرصة قيمة لكل من يسعى إلى تحسين قدراته البحثية وفقًا للمعايير الأكاديمية.

**دورة الكتابة العلمية**

**محاور الدورة**

- كيفية اختيار موضوع البحث
- كيفية إعداد الخطة البحثية
- المنهج العلمي والتعريفات الإجرائية
- كيفية جمع وصياغة المعلومات
- كيفية التوثيق العلمي للمراجع
- أخلاقيات الكتابة العلمية

للتواصل والنسب  
01553188516

**دورة الكتابة العلمية**

**محاور الدورة**

- كيفية اختيار موضوع البحث
- كيفية إعداد الخطة البحثية
- المنهج العلمي والتعريفات الإجرائية
- كيفية جمع وصياغة المعلومات
- كيفية التوثيق العلمي للمراجع
- أخلاقيات الكتابة العلمية

• دورة تدريبية متخصصة في استخدام الإحصاء في بحوث الإعلام: وتهدف إلى تطوير

مهارات الباحثين في التحليل الإحصائي من خلال مجموعة من المحاور المهمة، مثل التعرف على مفاهيم وأهمية الإحصاء ووظائفه وأنواعه، إضافةً إلى استعراض أنواع البحوث العلمية سواء الكمية أو الكيفية. كما تتناول الدورة أساليب وأدوات جمع البيانات، وتصنيف المتغيرات الإحصائية، واستخدام المقاييس الإحصائية المختلفة، إلى جانب تعلم كيفية ترميز البيانات (تكويدها) وتحليلها باستخدام

برنامج SPSS.

**دورة استخدام الإحصاء  
في بحوث الإعلام**

**محاوور الدورة**

**الإحصاء ( المفاهيم - الأهمية - الوظائف - الأنواع )**

**أنواع البحوث العلمية ( الكمية والكيفية )**

**أساليب وأدوات جمع البيانات**

**المتغيرات الإحصائية وأنواعها**

**المقاييس الإحصائية**

**تكويد البيانات**

**شرح برنامج spss**

**للتواصل واتساب : 01143566471**



• **دورة تدريبية في برامج ICDL : مستهدفة تنمية المهارات الرقمية للطلاب والباحثين:**

تتناول الدورة محاور متعددة، منها المهارات والمفاهيم الأساسية لتكنولوجيا المعلومات، وإدارة الملفات بفعالية، وأساسيات تصفح الويب وأمن الإنترنت، إضافةً إلى حقوق الطباعة والنشر وحماية البيانات. كما تشمل التدريب على إدارة البريد الإلكتروني، واستخدام برامج معالجة النصوص وجداول البيانات وفقاً لأفضل الممارسات.

مركز بحوث الرأي العام - كلية الإعلام جامعة القاهرة  
22 ديسمبر 2022

ختم كورس ال ICDL في دورته الأولى في الحجز والاستعلام عن الدورة الثانية للكورس التواصل على الرقم التالي +201143566471

يعلن مركز بحوث الرأي العام عن  
**ICDL COURSE**  
بشهادة معتمدة

محتوي الدورة  
IT-WINDOWS-WORD-EXCEL-POWERPOINT-ACCESS-INTERNET

W X P

Whatsapp 01143566471

- دورة "التحليل الشبكي وتحليل المشاعر في الدراسات الإعلامية": المنعقدة يومي الثلاثاء والأربعاء 11 و12 فبراير 2025 من الساعة 6 مساءً حتى 9 مساءً أونلاين، وهدفت إلى تطوير مهارات تحليل البيانات الإعلامية باستخدام أحدث الأدوات والتقنيات. تناولت الدورة عدة محاور رئيسية، منها التعريف بالتحليل الشبكي وتحليل المشاعر، طرق سحب بيانات مواقع التواصل الاجتماعي، تطبيقات التحليل الشبكي من حيث تصميم الشبكات وحساب المقاييس، بالإضافة إلى خطوات تنفيذ تحليل المشاعر واستخلاص النتائج. قدمت الدورة د. **ياسمين صلاح**، مدرس بقسم الصحافة في كلية الإعلام، جامعة القاهرة، والمتخصصة في الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث تمتلك خبرة عملية في هذا المجال من خلال تدريبها في المدرسة الصيفية لأبحاث الإعلام الاجتماعي ومشاركتها في أبحاث علمية منشورة.



- الدورة التدريبية المكثفة والشاملة بعنوان "الأفكار البحثية وإدارة وتحليل البيانات باستخدام برنامج" SPSS ، والتي عقدت يومي الثلاثاء والأربعاء 19 و20 ديسمبر من الساعة 1 إلى 3 ظهراً، وقدمها أ.د هشام مصباح، أستاذ الإعلام بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة وكلية رولينز بفلوريدا، مستهدفة أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة والباحثين وطلبة الدراسات العليا. تناولت الدورة موضوعات محورية حول كيفية تطوير الأفكار البحثية، وإجراء البحث الكمي،

وصياغة الفروض، وتحديد المعاملات الإحصائية باستخدام برنامج SPSS ، وكتابة النتائج ومناقشتها، حيث ركزت على محورين أساسيين: إدارة البيانات، والذي تضمن إعداد واستيراد البيانات من الجداول الإلكترونية، وتعريف وتنظيف وترميز المتغيرات، وإجراء العمليات الحسابية عليها، بالإضافة إلى دمج الملفات وتحليلها، بينما تناول المحور الثاني تحليل البيانات، حيث شمل اختبارات التوزيع الطبيعي والمصدقية، والتحليل الأحادي والثنائي والمتعدد المتغيرات، إلى جانب اختبارات الفروق والارتباطات، مما ساهم في صقل المهارات البحثية للمشاركين وتعزيز قدرتهم على التعامل مع البيانات الإحصائية بكفاءة. وقد أقيمت الدورة حضورياً بكلية الإعلام - جامعة القاهرة، وحصل المشاركون على شهادة معتمدة من مركز بحوث الرأي العام والكلية.



- **دورة تدريبية متخصصة بعنوان "طرق تدقيق محتوى وسائل التواصل الاجتماعي":** والتي تهدف إلى تزويد المشاركين بالمهارات والأدوات اللازمة للتحقق من صحة المحتوى المنتشر على منصات التواصل الاجتماعي. تتناول الدورة عدة محاور، منها البحث العكسي للتحقق من الصور والفيديوهات، والبحث المتقدم على محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التعرف على أدوات متخصصة تساعد في كشف المعلومات المضللة، إلى جانب منصات تدقيق الأخبار والمحتوى الرقمي.



## • الدورة التدريبية المكثفة بعنوان "آليات كشف الأخبار الكاذبة والمضللة على الشبكات

الاجتماعية" Fact Checking : استمرت يومين بواقع 8 ساعات تدريبية، واستهدفت الطلاب والخريجين والإعلاميين والصحفيين. قدم الدورة الصحفي الرقمي محمد أبوزيد، المتخصص في صحافة المصادر المفتوحة، والذي تعاون مع مؤسسات إعلامية بارزة وعمل في عدة صحف وقنوات مصرية وعربية.

تناولت الدورة محاور أساسية، منها التحقق من الصور والفيديوهات عبر البحث العكسي، كشف المحتوى المصمم بالذكاء الاصطناعي، البحث في أرشيف الإنترنت، استخدام الذكاء الاصطناعي في تدقيق المعلومات، البحث المتقدم على وسائل التواصل الاجتماعي، وتتبع الحسابات المزيفة. وقد أتاحت للمشاركين فرصة اكتساب مهارات وأدوات حديثة لمواجهة الأخبار الزائفة وتعزيز قدراتهم في مجال تدقيق المعلومات.



## ت. الورش التدريبية:

- الورشة التدريبية "الفيديوهات القصيرة: Reels كيف تصنع محتوى مؤثر في دقيقة؟"، والتي تناولت عدة محاور، منها أنواع الريلز لصناع المحتوى والصحفيين، كيفية كتابة "سكريبت" الريلز، استخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة الريلز، بالإضافة إلى نصائح لعمل ريل جاذب للجمهور. قدم الورشة الصحفي الرقمي محمد أبوزيد، المتخصص في صحافة المصادر المفتوحة، والذي قدم دورات تدريبية حول تدقيق المعلومات بكلية الإعلام - جامعة القاهرة، وتعاون مع مؤسسات عربية في الصحافة والبحث الإعلامي، كما عمل بعدة صحف وقنوات مصرية وعربية، منها قناة القاهرة والناس، جريدة الوفد، القاهرة 24، وصحيفة اليوم السعودية. حصل على عدة دورات في الصحافة الرقمية من مؤسسات دولية مثل وكالة الأنباء الفرنسية، شبكة أريج، شبكة الصحفيين الدوليين، معهد رويترز، ومشروع ميتا للصحافة.



ينظم مركز بحوث الرأي العام الورشة التدريبية

الفيديوهات القصيرة reels

كيف تصنع محتوى مؤثر في دقيقة؟

مع المدرب / محمد مجدي



محتوى الورشة

أنواع الريلز لصناع المحتوى والصحفيين

كيف تكتب "سكريببت" الريلز

استخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة الريلز

نصائح لعمل ريل جاذب للجمهور

سجل الآن

تحصل بنهاية الورشة على شهادة معتمدة من كلية الإعلام

للتواصل واتساب : 01143566471

- ورشة عمل بعنوان "المهارات الأساسية لتأهيل خريجي الإعلام لسوق العمل"، والتي قدمتها الأستاذة أميرة سالم، نائب رئيس قطاع الأخبار بالهيئة الوطنية للإعلام، يوم الاثنين 16 أكتوبر 2023 في تمام الساعة الواحدة ظهرًا. شهدت الورشة تفاعلًا كبيرًا من الطلاب والباحثين، حيث تناولت أهم المهارات المطلوبة في سوق العمل الإعلامي، بما في ذلك إعداد المحتوى الإخباري، مهارات التقديم التلفزيوني، وأسس التعامل مع الوسائل الرقمية. كما تضمنت الورشة جلسات نقاشية حول تحديات العمل الإعلامي وفرص التطوير المهني، مما أسهم في تعزيز معرفة المشاركين وتأهيلهم للمجال العملي.



- **دورة تدريبية متخصصة بعنوان "توظيف الميتافيرس في الإعلام"، والتي انعقدت على مدار يومي 20 و21 يونيو 2023، بواقع ست ساعات تدريبية مكثفة. قدم الدورة الأستاذ خالد عمار، أول صحفي متخصص في الإعلام الافتراضي ومستشار شبكة الصحفيين الدوليين بواشنطن، حيث تناول المشاركون شرحًا تفصيليًا لتقنية الميتافيرس، الأدوات الأساسية لاستخدامها، وأهميتها للعاملين في المجال الإعلامي. كما شملت الدورة تطبيقات عملية، منها ارتداء نظارات الميتافيرس، التجول داخل استوديوهات افتراضية، والتدريب على استخدام تقنية التصوير 360 لإنشاء قصص صحفية متكاملة داخل عالم الميتافيرس. جاءت هذه الدورة في إطار سعي المركز لتقديم أحدث التقنيات الإعلامية وتعزيز مهارات الطلاب والباحثين بما يتوافق مع تطورات العصر الرقمي.**



• ورشة تدريبية مجانية بعنوان "كيف نتعامل مع الأخبار الزائفة ونواجه الشائعات؟"، والتي

قدمها د. محمد رضا حبيب، خبير الإعلام السياسي، يوم الثلاثاء 11 أكتوبر بقاعة المؤتمرات، تناولت الورشة أهم الأساليب التي تُستخدم في نشر الأخبار الزائفة، وأدوات التحقق من المعلومات، واستراتيجيات مواجهة الشائعات التي تنتشر عبر وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي. كما استعرضت الورشة نماذج واقعية لحملة تضليل إعلامي، وناقشت كيفية تفعيل الدور الإعلامي في كشف الحقائق وتعزيز الوعي المجتمعي، وشهدت الورشة تفاعلاً كبيراً من الحضور، حيث تم تقديم تدريبات عملية على تحليل الأخبار والتأكد من مصادرها، بالإضافة إلى مناقشات مفتوحة حول تأثير الأخبار الزائفة على الرأي العام وأساليب التصدي لها بطرق علمية ومنهجية.



• ورشة تدريبية بعنوان "كيف تؤثر الدراما الإذاعية في الرأي العام؟": والتي قدمها د. حسن

الزواوي، المدرب والخبير المعتمد في علوم الصوتيات، شهدت الورشة تفاعلاً كبيراً من الطلاب، حيث ركزت على الجانب العملي إلى جانب الاستفادة من المعلومات النظرية المقدمة. وتناول د. الزواوي دور الدراما الإذاعية في تشكيل وعي الجمهور والتأثير على اتجاهات الرأي العام، مع تقديم تطبيقات عملية حول أساليب الأداء الصوتي وتوظيف المؤثرات الصوتية في الأعمال الإذاعية، وأشاد المشاركون بالمحتوى المتميز للورشة، خاصةً بالنهج التطبيقي الذي ساهم في تعزيز فهمهم لكيفية استخدام الدراما الإذاعية كأداة فعالة في التأثير الإعلامي.

