

العنوان:	معالجة الإعلام التقليدي والجديد لقضايا الديمقراطية المصرية بالتطبيق على انتخابات مجلس النواب 2015: دراسة تحليلية ميدانية
المصدر:	مجلة البحوث والدراسات الإعلامية
الناشر:	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق
المؤلف الرئيسي:	أمين، غادة ممدوح سيد
المجلد/العدد:	ع2
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2017
الشهر:	مارس
الصفحات:	273 - 352
رقم MD:	931511
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	HumanIndex
مواضيع:	المعالجة الإعلامية، الإعلام التقليدي، الإعلام الجديد، الممارسات الديمقراطية، الانتخابات البرلمانية
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/931511

للإستشهاد بهذا البحث قم بنسخ البيانات التالية حسب إسلوب الإستشهاد المطلوب:

إسلوب APA

أمين، غادة ممدوح سيد. (2017). معالجة الإعلام التقليدي والجديد لقضايا الديمقراطية المصرية بالتطبيق على انتخابات مجلس النواب 2015: دراسة تحليلية ميدانية. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع235 - 273 ، مسترجع من <http://931511/Record/com.mandumah.search/>

إسلوب MLA

أمين، غادة ممدوح سيد. "معالجة الإعلام التقليدي والجديد لقضايا الديمقراطية المصرية بالتطبيق على انتخابات مجلس النواب 2015: دراسة تحليلية ميدانية." مجلة البحوث والدراسات الإعلامية ع235 (2017): 273 - 352. مسترجع من <http://931511/Record/com.mandumah.search/>

معالجة الإعلام التقليدي والجديد لقضايا الديمقراطية المصرية بالتطبيق على انتخابات مجلس النواب ٢٠١٥ (دراسة تحليلية ميدانية)

د. غادة ممدوح سيد أمين (*)

مقدمة

لقد ظلت وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون وفضائيات هي المسيطرة على عقل الجمهور، الذي استمر لفترة طويلة من الوقت متلقيا سلبيا للمعلومات يستقبل ولا يكون له رد فعل ولا تغذية عكسية لما يُنشر أو يُذاع أو يُبث، إلى أن ظهرت وسائل الإعلام الجديدة أو الإعلام البديل أو كما يسميها البعض صحافة المواطن، فأصبح المواطن قادرا على إنتاج الخبر بنفسه سواء بتصوير فيديو لما يحدث في أي مكان يمر به، أو بكتابة ما يدور في خاطره على صفحات التواصل الاجتماعي وأبرزها شبكة الفيس بوك، وصار لتلك الشبكات دورٌ بارزٌ في حياة كل منا وخاصة الشباب الذين يمضون معظم أوقاتهم أمام شبكة الإنترنت يتصفحون مواقعها للقراءة والمزيد من الثقافة والمعلومات؛ وذلك نظرا لما أتاحتها تلك المواقع من حرية كاملة للتعبير عن الرأي دون تقييد ولا ضوابط لما يُنشر عليها.

ونتيجة لذلك ظهر ما يسمى بالممارسات الديمقراطية للعديد من الشعوب وخاصة في المنطقة العربية، حيث تعد الشبكة العنكبوتية العالمية وخاصة Web 2.0 وسيطاً قوياً لتسهيل نمو ديمقراطية الإعلام حيث أنها

(*) مدرس بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة بنها.

توفر لمستخدميها صوتاً ومنبراً مع إمكانية الوصول إلى وسيلة الإنتاج، حيث يتيح الويب لكل شخص مشاركة المعلومات على الفور دون حواجز لعمل إدخال عبر بنية تحتية مشتركة، وعادةً ما يُنظر إليه كمثال على القوة المحتملة لديمقراطية الإعلام.

إن استخدام تقنيات شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية لترويج المعارضة والإصلاح السياسى يُضفى مصداقية على نموذج الديمقراطية الإعلامية، ويتضح هذا فى الاحتجاجات واسعة النطاق فى الشرق الأوسط وشمال إفريقيا والتي تُعرف باسم الربيع العربى حيث سمحت مواقع الإعلام الاجتماعى مثل فيس بوك وتويتر ويوتيوب للمواطنين بالتواصل سريعاً مع بعضهم البعض وتبادل المعلومات وتنظيم الاحتجاجات المناهضة لحكوماتهم، وبينما لا يمكن القول بأن للإعلام الاجتماعى وحده الفضل فى نجاح هذه التظاهرات، فلقد لعبت التقنيات دوراً مهماً فى إحلال التغيير فى تونس، ومصر، وليبيا. وتوضح هذه الأفعال أنه يمكن إطلاع الجمهور على الأخبار عبر قنوات الإعلام البديلة ويمكنهم تغيير سلوكهم وفقاً لها^(١).

ومن ثم تلعب وسائل الإعلام دوراً بارزاً فى عملية المشاركة السياسية باعتبارها جوهر العملية الديمقراطية من خلال تنمية الوعى السياسى لدى المواطنين وتعريفهم بالمشاركة السياسية وأهميتها، والسبل والقنوات التى يمكن المشاركة من خلالها بالإضافة إلى حثهم على المشاركة عن طريق خلق اتجاهات إيجابية نحو هذه العملية بكافة صورها وأشكالها إلى جانب إنكاء دوافع المشاركة السياسية لدى الأفراد وتهميش معوقاتها. وفى إطار هذا الدور تتحمل وسائل الإعلام مسئولية توفير المعلومات الرسمية وغير الرسمية، الظاهرة والخفية عما يدور فى الساحة السياسية وأروقعتها بحرية؛ لدعم مصداقيتها لدى الجمهور والعمل على تزايد تفاعل الرأى العام مع الواقع المجتمعى السياسى والتحفيز على المشاركة فى الأنشطة السياسية المختلفة^(٢).

من ناحية أخرى تعد الانتخابات من المظاهر الرئيسة فى الاتصال السياسى والمشاركة السياسية فى المجتمع، كما تختلف الدلالات والنتائج المتعلقة بالانتخابات من نظام سياسى إلى آخر وربما على صعيد نفس النظام السياسى من حقبة زمنية إلى أخرى لأسباب تتصل بالتطور الاقتصادى والاجتماعى والحضارى وطبيعة نظام الحكم. وتشكل الانتخابات أهمية خاصة فى الكثير من الدول والمجتمعات وخاصة الدول التى تأخذ بنظام تعدد الأحزاب، فالفوز فى الانتخابات قد يؤهل المواطن لى يصبح عضواً فى النخبة السياسية أو أن يستمر فى ممارسة دوره فى النخبة السياسية بالنسبة لأصحاب المناصب السياسية، فضلاً عن أنها أحد الوسائل السلمية لحل الصراعات الاجتماعية والسياسية، ومن الطبيعى أن تتأثر الانتخابات بجميع العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والحضارية^(٣). وتعتبر الانتخابات البرلمانية/ مجلس النواب من أخطر الانتخابات التى تقام فى أى بلد؛ نظراً لمهامها الجسيمة فهى من تسن القوانين التى تحدد معالم السياسات الحكومية على الصعيد الداخلى والخارجى، كما أنها تراقب سياسات الحكومة الداخلية والخارجية من النواحي السياسية والمالية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وإلى جانب الصلاحيات المختلفة (مراجعة الدستور، استشارة رئيس المجلس بخصوص تقرير الحالة الاستثنائية وإعلان الحرب، وكذلك الموافقة على تمديد حالة الطوارئ وحالة الحصار، وعلى اتفاقيات الهدنة ومعاهدات السلام، ودور الرقابة من خلال لجان التحقيق، والأسئلة والاستجواب، وغيرها) فإن للبرلمان اختصاصين أساسيين هما: التصويت على القانون والرقابة على الحكومة^(٤).

وقد شهدت مصر بعد ثورة الـ ٢٥ من يناير لعام ٢٠١١ أول تجربة ديمقراطية حقيقية حيث جاءت انتخابات مجلس النواب ٢٠١١/ ٢٠١٢ بعد حل مجلس النواب لعام ٢٠١٠ الذى أثار سلباً من الانتقادات الشعبية الواسعة لما شهدته انتخاباته من تجاوزات أدت إلى عدم رضى المواطنين عن نتائجه التى جاءت لصالح الحزب الوطني(الحزب الحاكم آنذاك)؛ وأدى ذلك إلى تغييب دور الأحزاب السياسية الأخرى، وبذلك أصبحت انتخابات برلمان ٢٠١١/ ٢٠١٢ أولى الخطوات على طريق الإصلاح السياسى فى مصر القائم على التعددية السياسية ومبدأ التداول السلمى للسلطة واختيار برلمان ديمقراطى منتخب^(٥). وأخيراً جاءت الانتخابات البرلمانية أكتوبر ٢٠١٥ التى تعتبر

الاستحقاق الثالث لخارطة الطريق، وتعد تلك الانتخابات من أكثر الانتخابات نزاهة نظراً لأنها كانت تحت إشراف القضاء المصرى وبحمائية كل من رجال الجيش والشرطة، وقد حاولت وسائل الإعلام المصرية سواء التقليدية أو الجديدة أن تسهم فى تلك الانتخابات وأن تكون طرفاً فاعلاً فى هذا العملية الانتخابية من خلال محاولتها الوقوف موقف الحياد الإيجابي، كما استرعت هذه العملية انتباه وسائل الإعلام الأجنبية غير المصرية وقدمت تغطية شاملة لها^(١). وعلى المدى الطويل ستبنى مصر ديمقراطية تجنب مزيداً من الاستثمارات العربية والأجنبية، ومع اتساع جو الحرية سيزدهر الإعلام المستقل ويتمكن المجتمع من إنتاج سياسيين يقدمون برامج أفضل من المجتمعات المتشائمة التى تنتج أفراداً ضيقى الأفق محدودين ووجهاء قري؛ وبوجود مجلس نواب حيوى ستكون السلطة التنفيذية فى مصر أكثر فعالية واستقلالا^(٢).

مشكلة الدراسة :

فى ضوء اهتمام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة بالمعالجة الإعلامية للانتخابات البرلمانية المصرية لعام ٢٠١٥ وتنافسها فى تلك المعالجة برز السؤال البحثى الرئيس للدراسة والمتمثل فى: كيفية قيام وسائل الإعلام بشقيها التقليدى والجديد بمعالجة التغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية من ناحية وتأثير تلك التغطية على اتجاهات الشباب الجامعى نحو العملية الديمقراطية المتمثلة فى الانتخابات البرلمانية والمشاركة السياسية من ناحية أخرى، ورصد العوامل والمتغيرات الوسيطة التى من الممكن أن تؤثر على تلك الاتجاهات.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى ما يلى:

١. تحليل الخطاب الإعلامى لأهم قضايا الديمقراطية المصرية بالتطبيق على الانتخابات البرلمانية المصرية لعام ٢٠١٥ فى كل من الإعلام التقليدى (عينة من برامج الرأى المعروضة بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة)

والجديد (عينة من الصحف الإلكترونية) لمعرفة أهم الأطروحات والقوى الفاعلة البارزة فيها.

٢. المقارنة بين الخطاب الإعلامى فى برامج الرأى والصحف الإلكترونية فى طرح أسباب وحلول قضايا الديمقراطية المصرية.

٣. معرفة معدلات اعتماد الشباب الجامعى المصرى على الإعلام التقليدى والجديد فى الحصول على المعلومات نحو قضايا الديمقراطية المصرية.

٤. قياس العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة وحوث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية لدى الشباب الجامعى المصرى.

٥. قياس العلاقة بين اعتماد الشباب الجامعى المصرى على الإعلام التقليدى والجديد واتجاهاتهم نحو العملية الديمقراطية المتمثلة فى الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٥ والمشاركة السياسية.

أهمية الدراسة :

تكتسب هذه الدراسة أهمية كبرى، ومصدر هذه الأهمية يتمثل فى العديد من الأمور التى نشير إليها بإيجاز على النحو التالى:

١. ما شهدته الساحة المصرية من أحداث سياسية بدءًا من ثورة الـ ٢٥ من يناير وما أثارته من تساؤلات حول إمكانية تطبيق مبادئ الديمقراطية من تعبئة ومشاركة سياسية من قبل أفراد الجمهور المصرى.

٢. أهمية الدور الذى يمكن أن تقوم به البرامج الحوارية المعروضة بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة والإعلام الجديد بأشكاله المختلفة من خلال تركيزهما على نشر مبادئ الديمقراطية والمعلومات الكافية التى تساعد الشباب على مشاركتهم السياسية فى الانتخابات.

٣. رصدت العديد من الدراسات العلاقة بين وسائل الإعلام والديمقراطية، إلا أن أغلب هذه الدراسات ركزت على الصحف وعلاقتها بنشر الديمقراطية ومعظمها دراسات قديمة نسبياً^(٨)، ومنها ما تناولها بمعنى الإصلاح السياسى^(٩)،

وفى ذلك يمكن القول بأن هناك ندرة نسبية فى البحوث والدراسات العربية التى اهتمت بتحليل العلاقة بين وسائل الإعلام المرئية سواء التقليدية أو البديلة والممارسات الديمقراطية وخاصة الانتخابات.

٤. شرح مفصل لعلاقة وسائل الإعلام التقليدية متمثلة فى تحليل مضمون لعينة من برامج الرأى المعروضة بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة، والجديدة متمثلة فى عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بالممارسة الديمقراطية.

٥. الاستفادة من نتائج الدراسة الميدانية التى ستجريها الباحثة على عينة من الشباب الجامعى المصرى المُستخدم بالفعل لشبكة الإنترنت والصحف الإلكترونية، ومقارنة هذه النتائج بمثيلاتها من دراسات الإعلام الجديد السابقة لهذه الدراسة.

تقسيم الدراسة

يمكن عرض مخرجات الدراسة على النحو التالي:

- الدراسات السابقة للدراسة.
- الإطار النظرى للدراسة.
- تساؤلات الدراسة وفروضها.
- الإجراءات المنهجية للدراسة.
- نتائج الدراسة التحليلية.
- نتائج الدراسة الميدانية واختبار فروض الدراسة.
- الخلاصة.

الدراسات السابقة للدراسة:

تعددت الدراسات التي تناولت معالجة وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد لقضايا الديمقراطية والانتخابات على وجه الخصوص ودورها في تشكيل اتجاهات الشباب نحوها، ويمكن عرض بعض نماذج لهذه الدراسات على النحو التالي:

١. دراسة "مازن حسن وآخرون" Mazenhassan&etal عام (٢٠١٦) ^(١٠) بعنوان "وسائل الإعلام، الاستهلاك الثقافي ودعم الديمقراطية في مصر بعد الثورة" هدفت الدراسة الكشف عن العلاقة بين الاستهلاك الثقافي لأنواع معينة من مواد وسائل الإعلام وخاصة وسائل الإعلام الاجتماعية (كالفيس بوك وتويتر) والأشكال الأدبية أو الفنية للتعبير والأكثر استخداما مثل (الشعر والروايات والقصص القصيرة والمسرحيات والأغاني) وتدعيم الديمقراطية، وذلك بدراسة ميدانية تم إجرائها في ديسمبر ٢٠١١ ويناير ٢٠١٢ بعد أول انتخابات برلمانية في مصر بعد الثورة، وقد بلغت عينة الدراسة الميدانية ٢٠٠٠ مبحوثا من ثلاث محافظات وهي القاهرة والمنيا والدقهلية. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج من أهمها: أن هناك علاقة بين وسائل الإعلام الاجتماعية وتدعيم الديمقراطية أي أن هناك تأثيرات إيجابية لوسائل الإعلام الاجتماعية على الديمقراطية في حين تقل تلك التأثيرات في حالة المواد الأدبية.

٢. دراسة "شان ورايان" P. Singh, Shane and E. Carlin, Ryan عام (٢٠١٥) ^(١١) بعنوان "العلاقة بين النظام الرئاسي ودعم النظام الديمقراطي": هدفت الدراسة للإجابة على تساؤل رئيس فحواه هل السلطة التنفيذية للقوانين والنظام الديمقراطي القوي يتم تدعيمهم في ظل الأنظمة الديمقراطية الرئاسية؟، وذلك بدراسة مسحية على عينة مقدارها ١٨ بلداً في أمريكا اللاتينية لمدة تزيد عن ١٠ سنوات وذلك لمعرفة العلاقة التي تربط بين صلاحيات السلطة الرئاسية والنظام الديمقراطي. وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها: وجود حالات من الديمقراطية العالية في ظل اعتدال رؤساء السلطات التشريعية ونجاحهم وتكون منخفضة في حال هيمنة السلطة التشريعية على صناع القرار أو حين تعمل في

طريق مسدود وبالتالي فإنه في حال تمتع السلطة الرئاسية بالحرية في عملها فإنها تعزز من أسس الديمقراطية.

٣. دراسة "شيرين محمد" عام (٢٠١٥)^(١٢) بعنوان "استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية على الإنترنت وعلاقته بالتحول الديمقراطي في مصر" هدفت الدراسة استكشاف دور مواقع الشبكات الاجتماعية في دعم عملية التحول الديمقراطي في مصر، حيث قامت الباحثة بتحليل خطاب الصفحات التي أنشأها الشباب المصري على الشبكات الاجتماعية والتي نادى بالتغيير والتحول الديمقراطي والتعليقات الواردة على هذا الخطاب في إطار نظرية المجال العام، واستخدمت أسلوب الحصر الشامل لخطاب صفحتي (كلنا خالد سعيد) و (حركة شباب ٦ إبريل). وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج من أهمها: تنوع المصادر التي اعتمدت عليها الصفحتان في تناولهما لقضية التحول الديمقراطي وقد جاء القائمون على الصفحة في المرتبة الأولى بنسبة (٦٨,٧%)، بلغ إجمالي عدد الأطروحات التي ناقشها خطاب الصفحتين عينة الدراسة معاً حول قضية التحول الديمقراطي (٣٨) أطروحة كانت أبرزها أطروحة الحشد والتعبئة للتظاهر يوم عيد الشرطة ٢٥ يناير ٢٠١١.

٤. دراسة "إبيكدانجو وآخرون" IpekDanju, et al عام (٢٠١٣)^(١٣) بعنوان "تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية في عملية التحول في شمال أفريقيا والشرق الأوسط": هدفت الدراسة استناداً على التحليل الثاني meta-analysis إلى استكشاف دور وسائل الإعلام ومواقع الشبكات الاجتماعية للتعبئة في الفترة التي سبقت انتفاضات عام ٢٠١١. وتنقسم هذه الورقة إلى قسمين: القسم الأول/ عبارة عن خلفية نظرية عن الانتفاضة العربية واستكشاف دور وسائل الإعلام الاجتماعية في نشوب الثورات العربية، والهدف الرئيس هو إظهار أن الأنظمة الاستبدادية كانت مختلفة وبعيدة كل البعد عن التطلعات الديمقراطية لمختلف المواطنين وخاصة الشباب، والقسم الثاني/ عبارة عن توصية بشأن كيفية التحول وتعزيز الديمقراطية في المنطقة. وقد توصلت الدراسة إلى أن هذه الشبكات الاجتماعية باستطاعتها أن

تعلم، وتحشد، وتساعد على الترفيه، وتخلق المجتمعات، وأن تعمل على زيادة الشفافية، والسعى إلى مساءلة الحكومات.

٥. دراسة "ندية عبد النبي محمد القاضي" عام (٢٠١٣)^(١٤) بعنوان "اتجاهات الشباب المصري نحو دور المواقع الإخبارية في دعم التحول الديمقراطي بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١": سعت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الشباب المصري نحو دور المواقع الإخبارية في دعم التحول الديمقراطي في مصر إبان ثورة ٢٥ يناير، وقد استندت في إطارها النظري على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث طبقت استمارة الاستبيان على عينة مكون من ٣٩٢ مبحوثاً من الشباب من سن ١٨ إلى أقل من ٤٠ سنة. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها: أكدت الدراسة على الدور المهم للمواقع الإخبارية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو التحول الديمقراطي وأبعادها والتحديات التي تواجه مصر، فكلما زاد اعتماد الرأي العام على الوسيلة الإعلامية كلما كان لها دور في تشكيل اتجاهاته وتحديد مواقفه تجاه الأحداث، توصلت الدراسة أيضاً إلى أن موقع اليوم السابع قد جاء في مقدمة المواقع الإخبارية التي اعتمدت عليها عينة الدراسة في متابعة أحداث التحول الديمقراطي.

٦. دراسة "لينديتا كماج" Lindita Camaj عام (٢٠١٢)^(١٥) بعنوان "استخدام وسائل الإعلام والثقة السياسية في الدولة الديمقراطية الصاعدة": حاولت هذه الدراسة استكشاف دور وسائل الإعلام في عمليات التحول الديمقراطي في كوسوفو - مجتمع الانتقالية في مرحلة ما بعد الصراع - في جنوب شرق أوروبا، من خلال دراسة آثار وسائل الإعلام على ثقة المواطنين في المؤسسات السياسية، وتفترض الدراسة أنه/ من خلال بروز رموز مؤسسية مختلفة فإن وسائل الإعلام تعد المصدر الرئيس للمواطنين لاستخدام هذه الرموز عند تشكيل آرائهم حول المؤسسات السياسية، وبالتالي تحفيز مستويات مختلفة من الثقة السياسية، وقد بلغت عينة الدراسة التحليلية ٧١٠ قصة إخبارية تليفزيونية، ٣٩٩ قصة إخبارية من الراديو، ٣٤٧ مقالا صحفياً، أما عينة الدراسة الميدانية فقد تم اختيار عينة طبقية قدرها ٥٥٠ مبحوثاً من السكان الألبان. وقد توصلت الدراسة لمجموعة

نتائج منها: أن هناك علاقة ارتباطية بين الممارسة الديمقراطية لوسائل الإعلام والثقة في المؤسسات السياسية في أى بلد، حيث كشفت الدراسة أنه فى المجتمعات التى تمر بالتحويلات السياسية ويوجد بها نظام وسائل الإعلام الحرة والمجتمعية فإنها تحافظ على المؤسسات الحاكمة تحت رقابة الرأى العام مع المساهمة فى تقديم المعلومات التى تعمل على التعلم السياسى للمواطنين حول القضايا الهامة والأداء المؤسسى فى تلك القضايا وأن تجعلهم يتقوا إلى حد ما فى المؤسسات السياسية فى بلادهم، أيضا كشفت الدراسة أن نزاهة وصدق وسائل الإعلام فى تقديمها المعلومات عن تلك المؤسسات تعد أبعاد هامة فى الثقة السياسية.

٧. دراسة "جيلان شرف"Jilan Sharaf العام (٢٠١٢)^(١٦) بعنوان "مساهمة وسائل الإعلام فى التأثير المعرفى لدى الرأى العام المصرى نحو الممارسة الديمقراطية": هدفت الدراسة إلى اختبار نظرية التهيئة المعرفية ومستوى الثقة فى وسائل الإعلام، وأيضا دور وسائل الإعلام بأشكالها المختلفة من (صحافة- راديو- تليفزيون- إنترنت) وسواء كانت عامة أو خاصة- فى إرساء وتشكيل اتجاهات الرأى العام نحو الديمقراطية وذلك بعد ثورة الـ ٢٥ من يناير ٢٠١١، وقد تم اختيار عينة عشوائية بلغت ٢٣٤مبحوثا. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج من أهمها: أن أكثر القضايا المهمة التى حظيت باهتمام المبحوثين كانت قضايا عدم الحماية كالاقتخابات الرئاسية بوزن نسبى (٧٩%)، كما أن نسبة (١٧,١%) يضعون قضية الحرية السياسية فى مقدمة أجندة أولوياتهم، تليها قضية الانتخابات البرلمانية بنسبة (١٠,٧%)، وأشارت الدراسة إلى أن نسبة (٣٨,٥%) يفهمون مفهوم الديمقراطية بأنه حرية التعبير عن الرأى، فى حين أن نسبة (٢٢,٦%) يفهمونها بأنه العدالة الاجتماعية، وقد أوضحت نتائج الدراسة أيضا أن نسبة (٧٩,٩%) أجابوا بأنهم سيشاركون فى الانتخابات البرلمانية، فى حين أن نسبة (٢١,١%) لن يشاركوا فى تلك الانتخابات، وقد ذكرت نسبة (٢٩,٨%) سبب عدم المشاركة بأنهم لم يجدوا المرشح المناسب.



٨. دراسة "ألو ك ديفيشاند" AlopeDevichand عام (٢٠١١) (١٧) بعنوان "وسائل الإعلام والتحول الديمقراطي في كل من تنزانيا وسيراليون": تتناول هذه الدراسة تأثير وسائل الإعلام على مصير الديمقراطية في كل من دولة تنزانيا التي تقع على الساحل الشرقي لأفريقيا ودولة سيراليون التي تقع في الغرب منها، وذلك من أجل تحليل العلاقات بين التعرض لوسائل الإعلام والتوجهات نحو الديمقراطية في البلدين، من خلال الإجابة على الأسئلة البحثية الرئيسية التالية: هل الأفراد الأكثر انتظاماً في استخدام وسائل الإعلام يميلون لأن يكونوا أكثر دعماً أو في الحقيقة أكثر تضرراً إلى آفاق الديمقراطية؟ وكيف تختلف هذه العلاقة مع أشكال مختلفة من محتوى وسائل الإعلام؟، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من سكان البلدين في الفئة العمرية من (١٥-٥٠ عاماً) مع مراعاة أن تمثل جميع المناطق الحضرية والريفية من ٨٥ منطقة، حيث بلغت العينة ١٦٦٨ مبحوثاً في تنزانيا و ١٥٩٤ مبحوثاً في سيراليون. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها: توجد علاقة ارتباط عكسية بين مستويات التعرض للراديو وقراءة الصحف ومستويات الرضا السياسي لدى المواطنين في تنزانيا، وكشف تحليل الانحدار أن المواطنين الذين يتعرضون للراديو بكثرة أقل فعالية سياسية عن غيرهم من قليلي التعرض، أما في سيراليون وجدت علاقة ارتباط بين استخدام وسائل الإعلام والفهم السياسي ودعم الديمقراطية، حيث وجدت علاقة ارتباط طردية بين قراءة الصحف ومشاهدة التلفزيون ومستوى كبير من الفعالية السياسية والدعم العالي لشرعية الممارسات الديمقراطية.

٩. دراسة "حسن محمد علي" عام (٢٠١٠) (١٨) بعنوان "معالجة قضايا المواطنة والديمقراطية في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية": هدفت الدراسة إلى محاولة الكشف عن الدور الذي يمكن أن تقوم به البرامج الحوارية في غرس مفاهيم وقيم المواطنة والديمقراطية لدى المراهقين من طلاب الجامعة ومن ثم بناء مجتمع مدني قوي، وقد بلغت عينة الدراسة التحليلية ٢٨٤ حلقة برمجية، أما عينة الدراسة الميدانية فبلغت ٤٠٠ مبحوثاً في الفئة العمرية من (١٧-١٨ عاماً)،

باستخدام نظرية الغرس الثقافي. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها: تبين اهتمام البرامج الحوارية عينة الدراسة بتخصيص مساحات زمنية كبيرة لمناقشة الملفات التي عكست أبعاد المواطنة والديمقراطية السلبية والإيجابية محل الدراسة، وجاءت مناقشة المشكلات المجتمعية المثيرة للجدل وتناول خصائص المجتمع المصري واحتياجاته التنموية في مقدمة مظاهر اهتمام البرامج الحوارية بمناقشتها وفقا لأراء المراقبين.

١٠. دراسة "خالد صلاح الدين" عام (٢٠٠٩)^(١٩) بعنوان "دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية": هدفت الدراسة رصد وقياس دور الخطاب الإعلامي الوارد في الإعلام التقليدي والجديد؛ فضلاً عن رصد وقياس المتغيرات الوسيطة التي تدعم أو على العكس تضعف من دور الخطاب الإعلامي في تشكيل الاستجابات المعرفية والوجدانية للرأي العام نحو قضايا الديمقراطية وتحدياتها، وذلك باستخدام نظرية تحليل الخطاب والاعتماد على وسائل الإعلام، وقد حدد الباحث عينة الدراسة التحليلية في ٥ صحف تمثل التيارات السياسية المختلفة في مصر، و ٥ برامج تمثل التليفزيون الحكومي والخاص، و ٣ مواقع إلكترونية تمثل ٣ مدونات سياسية، وفيما يتعلق باختيار عينة الدراسة المسحية على الرأي العام فقد بلغت ٤٢٠ مبحوثاً. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها: تفوق كل من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على شبكات الاتصال الشخصي، وأنشطة الاتصال الجمعي في إبراز الدور المهم للخطاب الإعلامي وأطروحاته البارزة بشأن الديمقراطية في تعميق وعي الرأي العام المصري بمفاهيم الديمقراطية وأبعادها، والتحديات التي تواجه تكريسها في المجتمع المصري، تشير نتائج الدراسة أيضاً إلى أنه كلما زاد اعتماد الرأي العام على الخطاب الإعلامي للوسيلة الإعلامية المعنية - سواء تقليدية أم جديدة-؛ زادت بالتالي احتمالات تبنيه لأطروحات تلك الوسيلة وتفسيراتها للواقع السياسي في تشكيل اتجاهاته، وتحديد مواقفه إزاء قضايا الديمقراطية وتحدياتها.

١١. دراسة "حازم أنور محمد البنا، وإبراهيم محمد أبو المجد فرج" عام (٢٠٠٨) (٢٠) بعنوان "تقييم الصفوة المصرية للتغطية الإعلامية في الصحافة والتلفزيون لأحداث التحول الديمقراطي في المنطقة العربية": تهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاه الصفوة المصرية عينة الدراسة تجاه التحول الديمقراطي وأحداثه المتعددة، وتعريفهم لمفهومه، وإسهاماتهم التي قدموها عن هذا المفهوم، وأهم الأفكار التي طرحوها، بالإضافة إلى التعرف على استخدام الصفوة المصرية لوسائل الإعلام المصرية ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام كمصادر أساسية للحصول على المعلومات لمتابعة أحداث التحول الديمقراطي في المنطقة العربية، وقد بلغ قوام العينة ٤٠٠ مبحوثاً موزعين على أربعة أنواع من الصفوة (السياسية، أكاديمية، إعلامية، دينية). وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها: تصدرت الصحف المصرية أكثر العناصر مصداقية يلجأ إليها الصفوة المصرية عند التعرض للتقارير المتناقضة بشأن أحداث التحول الديمقراطي بنسبة (٩٣,٨%) ثم المجلات المصرية (٨٦%) ثم القنوات الفضائية (٧٩,٨%)، يليها الفضائيات العربية (٧٣,٨%)، وقد جاءت "استجابة لضغوط خارجية (أمريكية - أوروبية)" وتبنى مشروع الشرق الأوسط الجديد في مقدمة أسباب الدعوة إلى التحول الديمقراطي في المنطقة العربية بنسبة (٧٥%) كما يراها الصفوة المصرية عينة الدراسة، يليها "سيطرة الحزب الحاكم على العملية السياسية وضعف الأداء الحكومي" بنسبة (٧٢,٣%).

١٢. دراسة "صابر حارص" عام (٢٠٠٧) (٢١) بعنوان "دور الاتصال في تحديث القرار الديمقراطي: أول انتخابات سعودية نموذجاً": تهدف الدراسة إلى تحديد أفضل وسائل الاتصال في تعريف الجمهور بالأفكار والقيم الديمقراطية الجديدة بالمجتمعات المحافظة، بالإضافة إلى تقييم أفضل وسائل الاتصال في إقناع الجمهور بالمشاركة الانتخابية (قيد الأسماء بجدول الناخبين، التصويت)، وحدد الباحث حجم العينة بـ ٣٧٥ مبحوثاً داخل مدينة الرياض. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها: حرص السعوديين على قيد أسمائهم بجدول الناخبين، فقد توزع على خمسة أسباب أولها: الاقتناع بفكرة الانتخاب وأهميتها (٣٨,٧١%)،

الاستجابة لنداء ولاية الأمر (٢٥,٨١%)، دعم أحد المرشحين (١٩,٣٥%)، استجابة لنداء زملاء يدعمون بعض المرشحين (٩,٦٨%)، لإتاحة الفرصة للتصويت (٦,٤٥%)، وكشفت الدراسة عن شدة اقتناع السعوديين بالانتخابات من خلال دعوة (٦١,٩٠%) من إجمالي العينة لآخرين لقيد أسمائهم بجداول الناخبين، بينما لم يفعل ذلك (٣٨,١٠%).

١٣. دراسة "حسين أبو شنب" عام (٢٠٠٦)^(٢٢) بعنوان "دور الانتخابات التشريعية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسى والممارسة الديمقراطية": هدفت الدراسة الكشف عن دور الانتخابات التشريعية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسى والديمقراطي، والتحقق من أهمية الدعاية الانتخابية في تعزيزهما، وقد تحدد مجتمع البحث في جمهور الناخبين والمرشحين في الانتخابات التشريعية الثانية لعام ٢٠٠٦م، وقد بلغ مجموع العينة (٢٥٢) مبحوثاً، موزعة على النحو التالي: (٨٢ مرشح)، (١٧٠ ناخب). وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها: بلغت نسبة الاقتراع بوجه عام (٧٧.١٨%)، وهى نسبة عالية تدل على ارتفاع نسبة المشاركة، وذلك يعود إلى رغبة الشعب الفلسطينى فى الممارسة الديمقراطية والتعددية السياسية، وكشفت الدراسة أن المرشحين يعتمدون على الندوات والمؤتمرات فى الدرجة الأولى وفق رؤية المبحوثين بنسبة (٢١,٤%) ويليهما المناظرات الإعلامية والاتصال الشخصى وسيارات الإذاعة، والكتابة على الحائط، وأن من أهم المعايير لتحقيق الوعي السياسى والممارسة الديمقراطية فى رأى المبحوثين التعددية السياسية، وحرية الرأى والتعبير، وتعميق الممارسة الديمقراطية، والاهتمام بالمساءلة والمحاسبة وتدعيم النظام والقانون.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

١. لاحظت الباحثة أن نتائج معظم الدراسات السابقة تؤكد على حقيقة مهمة وهى أن وسائل الإعلام الجديدة أو الحديثة قد لعبت دوراً بارزاً فى الأحداث والتغيرات السياسية التى حدثت مؤخراً فى البلدان العربية، وكانت من الأسباب

التي ساعدت في نشوب ثورات الربيع العربي؛ لذا جاء عنوان دراستها متضمنا وسائل الإعلام الجديدة ودورها في العملية الديمقراطية.

٢. أكثر الدراسات اهتمت بدور وسائل الإعلام الجديدة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك مثلا) في دعم التحول الديمقراطي، فكانت هناك دراسات تحليلية لبعض الصفحات وأخرى ميدانية على عينة من الشباب؛ لذلك فإن دراستها ستكون دراسة تحليلية ميدانية.

٣. هناك من الدراسات ما جمع بين الإعلام التقليدي والجديد عند التطبيق مثل دراسة خالد صلاح الدين، (٢٠٠٩)، فقد اهتم برصد وقياس دور الخطاب الإعلامي الوارد في الإعلام التقليدي والجديد، فضلاً عن رصد وقياس المتغيرات الوسيطة التي تدعم أو على العكس تضعف من دور الخطاب الإعلامي في تشكيل الاستجابات المعرفية والوجدانية للرأي العام نحو قضايا الديمقراطية وتحدياتها؛ لذا فإن دراستها ستكون جامعة بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.

٤. طبقت الغالبية العظمى من الدراسات على مجتمع الشباب المراهقين باعتبار أن هذه الفئة هي عماد المجتمع وأساس قيامه وتشهد العديد من التطورات والتغيرات كما أنهم أكثر استخداماً لوسائل الاتصال.

٥. أما فيما يتعلق بعينة الدراسة فكانت الدراسات العربية تستخدم عينة قدرها ٤٠٠ مبحوث، أما الدراسات الأجنبية فزادت العينة عن الأربعمئة مبحوث بمراحل، وهنا نتساءل الباحثة عن الشروط والمعايير التي على أساسها يتم اختيار العينة، وإن كانت عينتها قد وصلت إلى ٤٠٠ مبحوث من الشباب المصري نظراً لأن هذا العدد يعطي مؤشرات ونتائج إحصائية أقرب إلى الصحة.

٦. معظم الدراسات استعانت بأداة الاستبيان كأهم أداة في جمع البيانات، وأسلوب تحليل المضمون ولذلك فإن الباحثة ستعتمد عليهما في دراستها،

٧. ومن الأساليب الجديدة التي وجدتها الباحثة - وخاصة في الدراسات الأجنبية - التحليل البعدي (تحليل التحاليل الإحصائية أو التحليل من المستوى الثاني

(Meta-analysis)، الذى يسعى لتجميع نتائج الدراسات السابقة ووضعها جنباً إلى جنب، والعديد من الدراسات اعتمدت على منهج المسح بشقيه (التحليلي والوصفي) فكان من أكثر المناهج استخداماً لذا جاء اختياره فى هذه الدراسة.

٨. أكثر المعاملات الإحصائية استخداماً كانت معامل ارتباط بيرسون للكشف عن نوع وشدة العلاقة، وتحليل التباين أحادى الاتجاه للفروق بين الجنسين هذا فى الدراسات العربية، أما فى الدراسات الأجنبية فجاء تحليل الانحدار كأكثر المعاملات الإحصائية استخداماً، بالإضافة إلى التحليل العاملى ومعامل الاتساق الداخلى والارتباطات الكلية.

٩. استفادت الباحثة من الدراسات السابقة فى استخدامها للجوانب المنهجية ومشكلة وصياغة فروض الدراسة الحالية حيث تم اشتقاقها من نظرية الاعتماد، فقد اعتمد كثير من الدراسات على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام باعتبارها أنسب النظريات وأكثرها استخداماً فى الدراسات الإعلامية التى تقيس التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام، ولذلك فإن الباحثة ستعتمد عليها كإطار نظرى لدراساتها.

الإطار النظرى للدراسة

تعتمد هذه الدراسة فى إطارها النظرى على مدخلين نظريين (نظرية الأطر الإعلامية، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام)، وهما على النحو التالى:

١. نظرية الأطر الإعلامية Framing theoryMedia:

تقوم نظرية تحليل الأطر على أن وضع الأحداث فى إطار معين يكسبها معنىً وذلك من خلال تنظيم المعلومات المرتبطة بها بطريقة معينة تضىء عليها قدرأ من الاتساق من خلال التركيز على جوانب من الموضوع وإهمال جوانب أخرى متعلقة بهذه الأحداث^(٢٣). وينظر كثير من الباحثين لنظرية تحليل الأطر باعتبارها امتداداً بحثياً لنظرية وضع الأجندة والتى جاءت نتيجة للتراكم المعرفى فى مجال دراسة تأثيرات وسائل الإعلام، الأمر الذى دفع الكثيرين إلى النظر إليها على أنها تمثل



المستوى الثانى لنظرية وضع الأجندة Agenda-Setting Second Level تلك النوعية من البحوث التى تهتم بدراسة تأثير الخصائص البارزة فى الرسالة الإعلامية على الجمهور وطريقة إدراكه وتفسيره للرسالة^(٢٤). ويُعد "باتيسون" (Bateson) أول من استخدم مصطلح الأطر فى الفترة ما بين عامى ١٩٥٥-١٩٧٢، وجاءت من بعده اسهامات كل من "برجر ولوك مان" (Berger & Luckman) عام ١٩٦٧ وهى محاولات قوية وجادة لتطوير هذا المصطلح أى (الأطر)، فقد أشارا إلى الكيفية التى يتم من خلالها تكوين جماعات من الجمهور لخبرات من الواقع وتصنيفها لإكساب المعلومات مغزى أو معنى يمكنهم من فهم الأحداث وتفسيرها. وفى عام ١٩٧٤ قدم "جوفمان" (Goffman) مؤلف كتاب "تحليل الأطر" - صياغته النظرية للأطر حيث يُنظر إليه باعتباره مُنشئ وصاحب تلك النظرية ومؤسسها. وما بين عامى ١٩٧٦-١٩٧٨ ساهم "توشمان" (Tuchman) فى توسيع المفهوم النظرى لتحليل الأطر ليشمل محتوى التغطية الإخبارية^(٢٥). وتفترض البحوث الخاصة بالأطر خبرية فرضا علميا مؤداه أن تركيز وسائل الإعلام فى رسائلها على جوانب بعينها فى القضية دون غيرها من الجوانب، أى تحديدها لأطر خبرية بعينها، يؤدى ذلك بدوره إلى وجود معايير مختلفة يستخدمها أفراد الجمهور عندما يفكرون فى هذه القضية ويشكلون آراءهم بشأنها وفى هذا الإطار فإن تأثير الأطر الخبرية على الاتجاهات السياسية للجمهور يتم من خلال مستويين: المستوى الأول: ويتمثل فى بروز فى المضمون الكمي، والمستوى الثانى: ويتمثل فى انتقال بروز المضمون الكيفي، الأمر الذى يرتبط بالأساليب المتعددة التى تستخدمها المصادر لتأطير القضايا ومدى تأثير القائمين بالاتصال بتلك الأساليب^(٢٦). ويمكن توظيف نظرية الأطر فى الدراسة الحالية على النحو التالي:

أولاً: يشير نموذج "إنتمان" إلى أن تحليل أطر التناول الخبرى لقضية ما يتم استخلاصه من تناول وسائل الإعلام للأخبار فى إطار أربعة عناصر رئيسية وهي: (تحديد المشكلة أو القضية، تحديد وتشخيص الأسباب، التقييم الأخلاقى للقضية، اقتراح الحلول للقضية المثارة)، وتستهدف هذه الدراسة من خلال الاعتماد على نظرية الأطر الخبرية - وبخاصة نموذج إنتمان كأحد أبرز نماذج النظرية -

الكشف عن توجهات المعالجة التليفزيونية والصحفية للانتخابات البرلمانية المصرية لعام ٢٠١٥ فى كل من برامج الرأى بالتليفزيون المصرى الحكومى والخاص وبعض الصحف الإلكترونية ، وتطبيق عناصر نظرية الأطر للكشف عن أساليب المعالجة ومرجعياتها والأطراف المختلفة الفاعلة فى القضية محل الدراسة.

ثانيا: فى هذه الدراسة تقوم الباحثة بتوظيف نظرية الأطر الإخبارية من خلال تقسم المضامين الخبرية فى المواد الإخبارية عينة الدراسة حول الانتخابات البرلمانية المصرية ٢٠١٥ وفقاً لأنواع من الأطر الخبرية التى يمكن الاعتماد عليها فى التحليل، وهي: إطار الصراع، إطار الاهتمامات الإنسانية، إطار المسؤولية، أطر المرشحين السياسيين.

ثالثاً: تقع هذه الدراسة ضمن دراسات المستوى الأول للأطر المتعلقة بالمعالجة الإعلامية للأحداث، حيث تهتم الدراسة بأطر تقديم الانتخابات البرلمانية المصرية ٢٠١٥م فى التليفزيون المصرى الحكومى والخاص والصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وكيفية تقديم المعلومات الخبرية من ناحية المضمون.

٢. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام media System Dependency Theory:

يعود الفضل لبال روكيتش عام ١٩٧٦ فى تأليف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (MSD)، حيث افترضت أنه يوجد فى نموذج الاعتماد dependency model العلاقة الثلاثية بين الجمهور، ووسائل الإعلام، والمجتمع، وقد عرفت الاعتماد بأنه: العلاقة التى يتم فيها إشباع للحاجات أو تحقيق الأهداف لطرف واحد يتوقف حصوله على الموارد من طرف آخر، كالحصول على أنواع المعلومات التى تساعد فى الحفاظ على الشعور بالارتباط والألفة مع العالم الاجتماعى خارج إحدى الدول المجاورة^(٢٧). وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على عدة افتراضات:

- يختلف النظام الاجتماعى وفقاً لدرجة استقراره وكلما زادت حالات التغيير وعدم الاستقرار فى مجتمع ما زاد اعتماد افراد هذا المجتمع على وسائل الإعلام.

- كلما توافرت للنظام الإعلامى القدرة على إشباع احتياجات الجمهور كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
 - يختلف الجمهور فى درجة اعتماده على وسائل الإعلام تبعاً لظروفهم وخصائصهم وأهدافهم^(٢٨)، فالصفوة أكثر احتمالاً لأن يتعرضوا لمصادر متعددة من وسائل الإعلام.
 - يزيد احساس الفرد بالخطر أو بالتهديد من اعتماده على وسائل الإعلام، وهو ما أكدته عدة دراسات
- ومنها دراسة "لورى" على عينة من الشباب بعد أحداث ١١ سبتمبر حيث تبين أن إدراك الخطر والشعور بالتهديد كان السبب الرئيس لكثافة استخدامهم لوسائل الإعلام^(٢٩).

ويمكن توظيف نظرية الاعتماد فى الدراسة الحالية على النحو التالي:

أولاً: تُعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أنسب النظريات التى تقيس التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام؛ ولذلك جاء اختيارها فى تلك الدراسة لقياس إلى أى مدى يعتمد الشباب الجامعى المصرى على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة فى الحصول على المعلومات عن القضايا المصرية، بعمل مقياس لمعدل الاعتماد وما أهداف هذا الاعتماد؟، وقياس تأثيرات الاعتماد بعمل مقياس ثلاثى الأبعاد لكل من هذه التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- والسلوكية).

ثانياً: تتميز وسائل الإعلام بشقيها التقليدى والجديد منها بصفة خاصة- بقدر من الحرية فى تناولها للقضايا المختلفة، ولذلك فسوف تقوم الباحثة بعمل مقياس ثلاثى لقياس اتجاهات الشباب الجامعى المصرى نحو قضايا الديمقراطية المصرية متمثلة فى الانتخابات والمشاركة السياسية.

ثالثاً: استخدمت الدراسة الحالية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واعتمدت عليها منهجياً كإطار نظرى لها لتحقيق بعض أهداف الدراسة، وذلك بالاعتماد على هذه النظرية فى صياغة وبناء بعض فروض الدراسة وتساؤلاتها، بهدف التعرف على إذا

كانت هناك علاقة ارتباطية طردية بين معدل اعتماد الشباب الجامعي المصري لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد - كمصدر للمعلومات- واتجاهاتهم نحو قضايا الديمقراطية المصرية، بالإضافة إلى التعرف على تأثير متغير النوع (ذكور/إناث) في تلك العلاقة.

تساؤلات الدراسة وفروضها

أولا/ تساؤلات الدراسة التحليلية:

١. ما حجم قضية الانتخابات البرلمانية المصرية لعام ٢٠١٥ في كل من برامج الرأى بالقنوات الفضائية الحكومية/الخاصة والصحف الإلكترونية؟
٢. ما نوع الإطار الوارد في الخطاب الإعلامي لكل من برامج الرأى والصحف الإلكترونية بشأن قضية الانتخابات البرلمانية؟
٣. ما الأطر المرجعية الواردة في الخطاب الإعلامي لكل من برامج الرأى والصحف الإلكترونية بشأن قضية الانتخابات البرلمانية؟
٤. ما أطراف القوى الفاعلة الواردة في الخطاب الإعلامي لكل من برامج الرأى والصحف الإلكترونية بشأن قضية الانتخابات البرلمانية؟
٥. ما مسارات البرهنة الواردة في الخطاب الإعلامي لكل من برامج الرأى والصحف الإلكترونية بشأن قضية الانتخابات البرلمانية؟
٦. ما الأطروحات البارزة في الخطاب الإعلامي لكل من برامج الرأى والصحف الإلكترونية بشأن قضية الانتخابات البرلمانية؟

ثانيا: تساؤلات الدراسة الميدانية:

١. ما معدل تعرض الشباب عينة الدراسة لكل من وسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية، برامج الرأى) ووسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت، الصحف الإلكترونية)؟

٢. ما اتجاهات الشباب عينة الدراسة نحو تأثيرات وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد حول قضايا الديمقراطية المصرية؟

٣. ما أهداف اعتماد الشباب عينة الدراسة على وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد؟

٤. ما اتجاهات الشباب عينة الدراسة نحو قضايا الديمقراطية المصرية؟

ثالثا: فروض الدراسة الميدانية:

تتطلق فروض هذه الدراسة من نظرية " الاعتماد على وسائل الإعلام " والاطلاع النقدي على نتائج الدراسات السابقة، حيث أمكن للباحثة تطوير الفروض التالية:

١. توجد علاقة ارتباط طردى موجب - دالة إحصائيا بين كثافة استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة واتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية.

٢. توجد علاقة ارتباط طردى موجب - دالة إحصائيا بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية + برامج الرأي)، والجديدة (الإنترنت + الصحف الإلكترونية) للحصول على معلومات حول قضايا الديمقراطية المصرية وحدوث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية لدى الشباب الجامعي المصري.

٣. توجد فروق دالة إحصائيا بين الشباب الجامعي المصري تبعا للخصائص الديموغرافية الآتية: النوع (ذكور/إناث)، المستوى التعليمي الجامعي (خاص/حكومي)، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي ومتوسطات درجات الشباب على الدرجة الكلية لمقياس اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية.

الإجراءات المنهجية للدراسة

• متغيرات الدراسة الميدانية:

بناءً على فروض الدراسة الميدانية التي تم تحديدها فيما سبق، تم تحديد المتغيرات المستقلة والتابعة والوسيطة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (١)

متغيرات الدراسة الميدانية

المتغير المستقل	المتغير التابع	المتغيرات الوسيطة
كثافة تعرض الشباب الجامعي المصري لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة.	- الاتجاه نحو قضايا الديمقراطية المصرية. - حدوث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية لدى الشباب الجامعي المصري.	- النوع (ذكور/إناث). - نوع التعليم (حكومي/خاص). - المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

• منهجية قياس المتغيرات:

قامت الباحثة بتحديد مجموعة من المقاييس للدراسة الميدانية، كما وضعت الأسئلة المكونة لها والدرجات الخاصة بكل مقياس ومجال القياس ومستويات القياس، وذلك كما يلي:

١. مقياس التعرض للقنوات الفضائية:

يشتمل هذا المقياس على ثلاثة أسئلة، وتم تحديد مجموعة من الأبعاد التي من خلالها تم قياس حجم التعرض للقنوات الفضائية وهي: مدى مشاهدة القنوات الفضائية، وعدد أيام مشاهدة القنوات الفضائية في الأسبوع الواحد، ومتوسط عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية في اليوم الواحد، وقد تم تجميع درجات مقياس مشاهدة القنوات الفضائية الذي تراوحت درجاته بين (٣-١٢ درجة)، وصنفت مستوياته كالتالي:

- مستوى منخفض (٣-٥ درجات).
 - مستوى متوسط (٦-٩ درجات).
 - مستوى مرتفع (١٠-١٢ درجات).
٢. مقياس التعرض لبرامج الرأي:

يشتمل هذا المقياس على ثلاثة أسئلة، وتم تحديد مجموعة من الأبعاد التي من خلالها تم قياس حجم التعرض لبرامج الرأي وهي: مدى مشاهدة برامج الرأي، عدد أيام مشاهدة برامج الرأي في الأسبوع الواحد، ونمط مشاهدة برامج الرأي في اليوم الواحد، وقد تم تجميع درجات مقياس مشاهدة برامج الرأي الذي تراوحت درجاته بين (٣-١٢ درجة)، وصنفت مستوياته كالتالي:

- مستوى منخفض (٣-٥ درجات).
 - مستوى متوسط (٦-٩ درجات).
 - مستوى مرتفع (١٠-١٢ درجات).
٣. مقياس التعرض لشبكة الإنترنت:

يشتمل هذا المقياس على ثلاثة أسئلة، وتم تحديد مجموعة من الأبعاد التي من خلالها تم قياس حجم التعرض للإنترنت وهي: مدى استخدام شبكة الإنترنت، عدد أيام استخدام شبكة الإنترنت في الأسبوع الواحد، متوسط استخدام شبكة الإنترنت في اليوم الواحد وقد تم تجميع درجات مقياس استخدام شبكة الإنترنت الذي تراوحت درجاته بين (٣-١٢ درجة)، وصنفت مستوياته كالتالي:

- مستوى منخفض (٣-٥ درجات).
- مستوى متوسط (٦-٩ درجات).
- مستوى مرتفع (١٠-١٢ درجات).

٤. مقياس التعرض للصحف الإلكترونية:

يشمل هذا المقياس على أربعة أسئلة، وتم تحديد مجموعة من الأبعاد التي من خلالها تم قياس حجم التعرض للصحف الإلكترونية وهي: مدى قراءة الصحف الإلكترونية، عدد أيام قراءة الصحف الإلكترونية في الأسبوع الواحد، متوسط قراءة الصحف الإلكترونية في اليوم الواحد، عدد الصحف الإلكترونية المقروءة في اليوم الواحد، وقد تم تجميع درجات مقياس قراءة الصحف الإلكترونية الذي تراوحت درجاته بين (٣-١٦ درجة)، وصنفت مستوياته كالتالي:

- مستوى منخفض (٣-٧ درجات).
- مستوى متوسط (٨-١١ درجات).
- مستوى مرتفع (١٢-١٦ درجات).

٥. مقياس التأثيرات الناتجة عن التعرض للتغطية الإعلامية للقضايا السياسية:

قامت الباحثة بوضع مجموعة من العبارات التي يتم من خلالها قياس كل من بُعد التأثيرات المعرفية، وبُعد التأثيرات الوجدانية، وبُعد التأثيرات السلوكية، ويقوم المبحوثون بتحديد درجة موافقتهم على هذه العبارات بمقياس ليكرت ثلاثي الأبعاد مكون من (موافق - محايد - معارض)، ويتم وضع درجة لكل اختيار، وقد تم تجميع درجات المقياس الكلي للتأثيرات الناتجة عن التعرض للتغطية الإعلامية للقضايا السياسية، والذي تراوحت درجاته ما بين (٩-٢٧ درجة) وصنفت مستوياته الثلاث على النحو التالي:

- مستوى منخفض (٩-١٤ درجة).
- مستوى متوسط (١٥-٢١ درجة).
- مستوى مرتفع (٢٢-٢٧ درجة).

٦. مقياس الاتجاه نحو الديمقراطية:

قامت الباحثة بوضع مجموعة من العبارات التي يتم من خلالها قياس كل من بُعد الاتجاه نحو الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥، وبُعد المشاركة السياسية التقليدية، وبُعد المشاركة السياسية الحديثة، ويقوم المبحوثون بتحديد درجة موافقتهم على هذه العبارات بمقياس ثلاثي الأبعاد مكون من (موافق - محايد - معارض)، وقد تم تجميع درجات مقياس الاتجاه نحو الديمقراطية الكلي، والذي يشمل على العبارات من (١-١٦)، وتراوح درجاته ما بين (١٦-٤٨ درجة)، وصنفت مستوياته الثلاث على النحو التالي:

- مستوى منخفض (١٦-٢٦ درجة).
- مستوى متوسط (٢٧-٣٧ درجة).
- مستوى مرتفع (٣٨-٤٨ درجة).

نوع الدراسة ومنهجها

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف لوصف قضية الانتخابات البرلمانية المصرية لعام ٢٠١٥م كما عرضها الخطاب الإعلامي لكل من الإعلام التقليدي والجديد وصفا دقيقا بالنسب المئوية، بالإضافة للوصف الكيفي أى التحليل والتفسير للقضية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح- (المضمون والجمهور أيضا) - بشقيه الوصفي والتحليلي.

مجتمع وعينة الدراسة

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة التحليلية:

- مجتمع الدراسة التحليلية: تم تقسيم مجتمع الدراسة التحليلية لشقين: الشق الأول خاص بمجتمع الدراسة من الإعلام التقليدي (القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة)، وقد وقع الاختيار على برنامج مصر الأهم المذاع على القناة الثانية بالتلفزيون المصري، وبرنامج الحياة اليوم المذاع على قناة الحياة المصرية الخاصة، أما الشق الثاني فهو خاص بمجتمع الدراسة من الإعلام

الجديد (الصحف الإلكترونية)، وقد وقع الاختيار على موقع صحيفة الأهرام، وصحيفة اليوم السابع الإلكترونية.

- **عينة الدراسة التحليلية:** تم تحديد عينة الدراسة التحليلية من برامج الرأى والصحف الإلكترونية بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية لعام ٢٠١٥ فى الحصر الشامل لمعظم الحلقات والأعداد الصحفية فى الفترة من ٩/٢٨ حتى ٢٠١٥/١٢/٢، وتم تقسيم عينة الدراسة التحليلية على النحو التالي:

• **عينة البرامج التلفزيونية:**

بلغت عينة الدراسة التحليلية من برامج الرأى ١١١ حلقة برامجية مقسمة على النحو التالي: ٤٦ حلقة من برنامج مصر الأهم، و ٦٥ حلقة من برنامج الحياة اليوم، وبناء على الدراسة الاستطلاعية التى أجرتها الباحثة فقد وقع الاختيار على برنامج مصر الأهم الذى يذاع على القناة الثانية بالتلفزيون المصرى نظراً لأنه من أهم برامج الرأى التى تعمل على إحاطة المشاهد المصرى بكل ما يحدث حوله من أحداث داخل بلده، ووقع الاختيار على برنامج الحياة اليوم الذى يذاع على قناة الحياة الفضائية المصرية الخاصة؛ لمجيئه فى مقدمة برامج الرأى التى تحظى بنسبة مشاهدة عالية. وهذا ما توضحه الجداول التالية:

جدول رقم (٢)

عدد الحلقات البرامجية الخاضعة للتحليل

المجموع	الحياة اليوم	مصر الأهم	البرامج الشهور
٦	٣	٣	١. شهر ٩
٥١	٣١	٢٠	٢. شهر ١٠
٥٠	٢٩	٢١	٣. شهر ١١
٤	٢	٢	٤. شهر ١٢
١١١	٦٥	٤٦	الإجمالي

جدول رقم (٣)

زمن القضية محل التحليل (الانتخابات البرلمانية) ببرامج الرأي مقارنة بقضايا فرعية أخرى

القضية		الزمن		مصر الأهم		الحياة اليوم		المجموع	
		ق	س	ق	س	ق	س	ق	س
١.	الانتخابات البرلمانية.	٤٢	٧٧	٣٠	٤٦	٧٢	١٢٣		
٢.	قضايا فرعية أخرى.	١٨	١٤	--	٥١	١٨	٦٥		
٣.	فواصل إعلامية.	--	--	--	٣٢	٣٠	٣٢		
إجمالي الزمن		٦٠	٩١	٦٠	١٢٩	١٢٠	٢٢٠		

• عينة المواقع الإلكترونية:

أما عينة الدراسة من الصحف الإلكترونية فقد بلغت ١١٤ عددا مقسمة على النحو التالي: ٦٦ عددا من موقع صحيفة الأهرام، و ٦٦ عددا من صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وقد وقع الاختيار على موقع صحيفة الأهرام لتمثل الصحف القومية ونظراً لاعتبارها المنبر الأبرز لوجهات النظر الرسمية في قضايا الديمقراطية، وصحيفة اليوم السابع الإلكترونية لتمثل التيار المستقل في المجتمع ونظراً لأنها الأكثر قراءة من قبل مستخدمي الإنترنت، وقد أشارت إحصائيات موقع أليكسا^(٣٠) لعام ٢٠١٦ إلى أن صحيفة اليوم السابع قد جاءت في الترتيب الخامس على مستوى المواقع المصرية بصفة عامة، والترتيب الأول كأول صحيفة إلكترونية مصرية يتم قراءتها من قبل مستخدمي شبكة الإنترنت، وقد اتفقت تلك النتيجة مع الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة في أواخر عام ٢٠١٥.

ويوضح الجدول التالى خصائص عينة الصحف الإلكترونية:

جدول رقم (٤)

الأعداد الخاضعة للتحليل لعينة الصحف الإلكترونية موزعة حسب الشهر

الشهر	الصحف	الأهرام	اليوم السابع	المجموع
١. شهر ٩.	٣	٣	٣	٦
٢. شهر ١٠.	٣١	٣١	٣١	٦٢
٣. شهر ١١.	٣٠	٣٠	٣٠	٦٠
٤. شهر ١٢.	٢	٢	٢	٤
الإجمالي	٦٦	٦٦	٦٦	١٣٢

ثانيا: مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

- مجتمع الدراسة الميدانية:

تم تحديد المجال الجغرافى للدراسة الميدانية فى شباب الجامعات والمعاهد الحكومية والخاصة والذى يشمل على الجامعات التالية: (جامعة القاهرة- جامعة بنها- جامعة فاروس-أكاديمية الشروق).

- عينة الدراسة الميدانية:

تم اختيار عينة عشوائية طبقية من الشباب الجامعى المصرى من الأربع جامعات. وقد بلغ إجمالى المبحوثين ٤٠٠ مبحوثا بالتساوى بين الذكور والإناث. وتوضح الجداول التالية خصائص عينة الدراسة الميدانية:

جدول رقم (٥)

خصائص عينة الدراسة الميدانية

الجامعة	ذكور	إناث	%
١. جامعة القاهرة (حكومية).	٥٠	٥٠	٢٥
٢. جامعة بنها (حكومية).	٥٠	٥٠	٢٥
٣. جامعة فاروس (خاصة).	٥٠	٥٠	٢٥
٤. أكاديمية الشروق (خاصة).	٥٠	٥٠	٢٥
الإجمالي	٢٠٠	٢٠٠	١٠٠

جدول رقم (٦)

توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى الاجتماعي الاقتصادي

المستوى الاجتماعي الاقتصادي	ك	%
١. مستوى منخفض (٥-١٣).	٢٨	٧
٢. مستوى متوسط (١٤-٢١).	٩٩	٢٤,٨
٣. مستوى مرتفع (٢٢-٢٩).	٢٧٣	٦٨,٣
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

• أدوات جمع البيانات:

تم الاعتماد على الأدوات التالية لجمع بيانات الدراسة:

أ. استمارة تحليل المضمون:

وذلك لتحليل مضمون قضية الانتخابات البرلمانية المصرية لعام ٢٠١٥ في الخطاب الإعلامي لكل من وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد من الناحية الكمية والكيفية للتعرف على أبرز الأطروحات الواردة في الخطاب الإعلامي للقضية محل التحليل، وقد تم إعداد الاستمارة وفقا لأهداف وتساؤلات البحث، حيث تم عرضها على مجموعة من السادة المحكمين بغرض التأكد من صلاحيتها

للتطبيق، وتم إجراء التعديلات اللازمة بناء على آرائهم ووجهات نظرهم، ولقد روعي في تصنيف وحدات وفئات الاستمارة أن تعبر عن الشكل والمضمون المراد اختباره وذلك بعد الرجوع للدراسات السابقة.

ب. استمارة استقصاء:

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء بالمقابلة التي ضمت عددا من المقاييس التي تم إدخالها على البرنامج الإحصائي SPSS حيث تضم مخرجات كل مقياس ثلاث درجات هي: المستوى المنخفض، والمستوى المتوسط، والمستوى المرتفع وتختلف درجات هذه المستويات من مقياس لآخر كما هو موضح في جداول ونماذج مقاييس الدراسة، ومن أهم تلك المقاييس:

- مقياس معدل مشاهدة القنوات الفضائية وبرامج الرأي.
 - مقياس معدل استخدام الإنترنت وقراءة الصحف الإلكترونية.
 - مقياس تأثيرات وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد.
 - مقياس اتجاه الشباب عينة الدراسة نحو قضايا الديمقراطية المصرية.
- اختبارات الصدق والثبات:

أ. اختبار الصدق والثبات لاستمارة تحليل المضمون:

تم قياس صدق صحيفة تحليل المضمون من خلال تحديد فئات التحليل ووحداته بشكل دقيق ووضع التعريفات الإجرائية للفئات - وعرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين^(٣١) لمعرفة مدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة. أما اختبار الثبات فقد قامت الباحثة بإجرائه مع زميلين يعملون في الجامعات المصرية بقسم الإعلام^(٣٢)، وقامت بتزويدهما بالتعريفات الإجرائية الخاصة بفئات التحليل، وقد أجرى الثبات على عينة مختارة من برامج الرأي والصحف الإلكترونية التي تضمنتها عينة الدراسة بواقع (برنامجين، وصحيفتين) وبتطبيق

نموذج هولستى تبين أن متوسط ثبات التحليل بين الباحثة وزملائها بلغ (٠.٨٦) وهو معدل يشير إلى ثبات الفئات ودقتها.

ب. اختبار الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان:

قامت الباحثة بعرض استمارة الاستبانة على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين فى علوم الإعلام والسياسة، وذلك للتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية واختبار فروضها، وقد قام السادة المحكمون بإجراء بعض التعديلات المتعلقة بصياغة بعض الأسئلة وترتيبها ونمطها، وكذلك إضافة بدائل جديدة ومتنوعة، وتم تعديل استمارة الاستبانة وفقا لأهم التعديلات والمقترحات التى اتفق عليها معظم السادة المحكمين^(٣٣)، واختبار ثبات الاستمارة تم إعادة تطبيقها على ١٠% من العينة وبلغت درجة الثبات ٨٥%.

• المعاملات الإحصائية المستخدمة فى الدراسة:

تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
٢. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.
٣. اختبار "ت" (T. Test) للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة.
٤. الوزن المرجح الذى يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث استنادا إلى عدد المراتب فى السؤال ثم تجمع مراتب الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة، ثم تحسب النسب المئوية لبنود السؤال كلها.

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة التحليلية:

١. نوع الإطار الوارد في الخطاب الإعلامي بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية: يوضح الجدول التالي أهم الأطر والأكثر استخداما والمؤثرة في بناء الخطاب الإعلامي حول قضية الانتخابات البرلمانية المصرية في كل من برامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة.

جدول رقم (٧)

نوع الإطار الوارد في الخطاب الإعلامي بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية

نوع الإطار	مواد التحليل	برامج الرأى	الصحف الإلكترونية	ك	%
١. إطار الصراع (محدود).	١٢٦	٤٤٦	٥٧٢	٦١,٦	
٢. حسب أسلوب تقديم الأحداث: - إطار محدود.	٥٦	٣٧٦	٤٣٢	٤٦,٥	
- إطار عام.	٤٩	١٧١	٢٢٠	٢٣,٧	
٣. إطار السمات البارزة: سمات عاطفية: - إيجابية.	١٠	٦٦	٧٧	٨,٣	
- محايدة.	٦	٣٧	٤٣	٤,٦	
- سلبية.	---	٣٢	٣٢	٣,٤	
سمات موضوعية.	٥	١٥	٢٠	٢,١	
٤. إطار إنساني.	١	٧٢	٧٣	٧,٩	
٥. إطار المسؤولية: - مسئولية فردية.	٩	٢٩	٣٨	٤,١	
- مسئولية موضوعية.	٨	٢٠	٢٨	٣	
٦. حسب طبيعة الإطار: - إطار إيجابي.	١٠	٢١	٣١	٣,٣	
- إطار سلبي.	٥	١٢	١٧	١,٨	
٧. إطار أخلاقي.	---	٢٠	٢٠	٢,١	
٨. إطار تحذيري.	---	١٧	١٧	١,٨	
٩. إطار قانوني.	٨	٤	١٢	٠,٧	
١٠. إطار الاعتبارات الاقتصادية.	---	٦	٦	٠,٦	
١١. أطر المرشحين السياسيين: - عاطفي.	٢٦	١٤	٤٠	٤,٣	
- موضوعي.	١٦	٨	٢٤	٢,٦	
الإجمالي	٣٣٥	١٣٦٦	١٧٠١	---	

* حسب النسبة وفقا لإجمالي الأخبار الخاضعة للتحليل والبالغ عددها (٩٢٨).

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

وظف الخطاب الإخباري في كل من برامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة عددا من الأطر التي سعى من خلالها إلى إبراز بعض جوانب القضية بما يتفق وخصوصية موقفه منها، حيث اعتمد الخطاب الإعلامي لبرامج الرأي (مصر الأهم، والحياة اليوم) والصحف الإلكترونية (الأهرام، واليوم السابع) عينة الدراسة إلى عدد من الأطر التي سعى من خلالها إلى إبراز بعض جوانب القضية بما يتفق وخصوصية موقفه منها، مرتكزا على عدد من الأطروحات، وذلك على النحو التالي:

أولا: أطر القضايا والأحداث:

- إطار الصراع: حيث اهتمت برامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة بإبراز جوانب القضية محل التحليل (الانتخابات) وتأطيرها من زاوية الصراع حيث نال هذا الإطار نسبة (٦١,٦%) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وقد تمثل هذا الصراع بين المرشحين وبعضهم البعض فالكمل يسعى لكسب الأصوات لصفه من خلال الوعود التي يطرحها في برامج الانتخابية، وبين مؤيدي المرشحين فكل من يؤيد مرشح يدعو له بكل الطرق وبكل ما يملك من قوة سواء بالرشاوى الانتخابية ودفع المال حتى ولو أخذ الناخب من مرشح آخر من أجل أن ينتخب مرشحيه أو بالوعود بتوظيف ابنائه أو بالتحايل والتوجيه، وهذا ما حدث ورأته الباحثة شخصا عندما ذهبت للانتخاب فوجدت واحداً من أقرباء أحد المرشحين يقف أمام اللجنة الانتخابية وقام بتوجيه أحد الناخبين لانتخاب مرشح بعينه، معتمدين في ذلك على كثرة عدد المرشحين وعدم معرفة الناخب بهم. وترى الباحثة أن ذلك أمر طبيعي فتلك ثقافة الشعب المصري منذ قديم الأزل وليس بشيء جديد. وقد تمثلت أبرز أطروحات هذا الإطار في: "تسابق العديد من مؤيدي بعض المرشحين لكسب الأصوات لمرشح دائرتهم الانتخابية".

- إطار أسلوب تقديم الأحداث: وينقسم هذا الإطار إلى إطار محدد والذي نال نسبة (٤٦,٥%)، وإطار عام بنسبة (٢٣,٧%) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وتمثلت أطروحات الإطار المحدد في بعض الأخبار المحددة التي تحدثت عن جانب واحد من الموضوع محل التحليل مثل خبر: "تأمين الانتخابات من قبل أفراد الجيش والشرطة"، أما الإطار العام فقد تمثلت أطروحاته في الأخبار العامة والتي شملت الحديث عن العملية الانتخابية وتنظيمها والإشراف عليها.
- إطار السمات البارزة: وينقسم هذا الإطار إلى نوعين: إطار السمات العاطفية وإطار السمات الموضوعية، وقد نال إطار السمات العاطفية نسبة (٨,٣%) للسمات الإيجابية، ونسبة (٤,٦%) للسمات المحايدة، ونسبة (٣,٤%) للسمات السلبية من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وقد تمثلت أطروحات هذا الإطار في الأخبار الإيجابية عن الانتخابات مثل: أخبار "الإشراف القضائي الكامل على الانتخابات، التأمين الجيد للانتخابات من قبل أفراد الجيش والشرطة، والحياد التام من قبل الرئيس تجاه كل المرشحين"، أما أطروحات السمات المحايدة فقد تمثلت في أخبار: "العزوف عن المشاركة، وجود المال السياسي في العملية الانتخابية، التجاوزات من قبل بعض المرشحين كالدعاية في غير وقتها"، أما فيما يتعلق بالسمات الموضوعية فقد حظيت بنسبة (٢,١%) فقد تمثلت أطروحاتها في الأخبار الخاصة بالعزوف عن المشاركة وعن أسبابها وكيفية علاج ذلك باستخدام الأوتار العاطفية لدى الناخب.
- الإطار الإنساني: اهتم الخطاب الإعلامي ببرامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة بتأطير جزء من القضية في إطار إنساني والذي حظى بنسبة (٧,٩%) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات، وقد تمثلت أطروحات هذا الإطار في الأخبار التي لها علاقة بالجانب الإنساني مثل الأخبار

الخاصة بحالات الإغماء لبعض الناخبين وقيام وزارة الصحة بالمشاركة في تلك الانتخابات.

- **إطار المسؤولية:** وقد نال هذا الإطار نسبة (٧,١%) مقسمة على إطار المسؤولية الفردية بنسبة (٤,١%)، وإطار المسؤولية الموضوعية بنسبة (٣%) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، حيث اهتم الخطاب الإعلامي لبرامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة بإظهار إطار المسؤولية لكل من المرشح والناخب واللجنة العليا للانتخابات وأخيرا الإعلام، فتارة يرجع عدم مشاركة الناخبين وعزوفهم عن التصويت لتقصير المرشحين في التعريف بأنفسهم وبرامجهم الانتخابية وتارة أخرى يرجعها إلى الناخب نفسه الذي لم يتعب نفسه في البحث عن مرشحين دائرته ومعرفة معلومات عنهم، وتارة يُرجع مسؤولية عدم المشاركة للجنة العليا للانتخابات التي لم تمتد فترة الدعاية الانتخابية فكانت المدة قصيرة للغاية، وأحيانا يرجع المسؤولية للإعلام الذي يعمل على تشوية صورة بعض المرشحين، وقصور التغطية الإعلامية الحكومية والخاصة في التوعية والتعريف بالمرشحين وبرامجهم، أما المسؤولية الموضوعية فقد تمثلت في المرشح والناخب واللجنة العليا والإعلام معا.

- **الإطار الإيجابي مقابل الإطار السلبي:** وقد نال هذا الإطار نسبة (٥,١%) مقسمة على الإطار الإيجابي بنسبة (٣,٣%) مقابل (١,٨%) للإطار السلبي، وقد تمثلت أطروحات الإطار الإيجابي في الأخبار التي تحمل في طياتها فائدة للفرد والمجتمع مثل "تعبير الرئيس عن تطلعاته بآمال الشعب المصري في حرق المراحل والانتقال سريعا بمصر الى دولة في مطاف الدول المتقدمة تتبوأ المكانة التي تستحقها" (برنامج مصر الأهم: حلقة ٢٨/٩/٢٠١٥). أما أطروحات الإطار السلبي فقد تمثلت في الأخبار التي تحمل في طياتها خطورة للفرد والمجتمع مثل أخبار خرق الدعاية الانتخابية وما سيعود بضرر على المرشح من وراء ذلك، أخبار الجرائم مثل التعدي على أحد المرشحين وشراء الأصوات أو المساومة عليها حرام من وجهة النظر الدينية وغيرها...

- **الإطار الأخلاقي:** وقد نال هذا الإطار نسبة (٢,١%) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وقد تمثلت أطروحات هذا الإطار في الأخبار الخاصة بالقيم الأخلاقية وأخلاق العملية الانتخابية التي تمثلت في النظر للمصلحة العامة وتتحرى المصالح الشخصية والذاتية جانباً، وتم تقسيم هذه الأطروحة إلى أخلاقيات خاصة بالناخب وأخرى خاصة بالمرشح، وهذا ما اتضح في عدد الجمعة للأهرام والمنشور بتاريخ ٢٠١٥/١٠/٢ على النحو التالي:

"قأما ما يتعلق بالمرشح فمن المسائل المهمة في هذا الشأن تحديد معيار (الكفاءة)، وهو يعنى اختيار من له القدرة على القيام بالعمل وفق مسؤوليات هذا العمل، فإن هناك مسئولية أخلاقية يُملِها عليه الضميرُ الإنساني، تتمثل في شعوره الداخلي بقدرته على القيام بالمهام الكبيرة لهذه العضوية".

- **الإطار التحذيري:** وقد نال هذا الإطار نسبة (١,٨%) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وقد تمثلت أطروحات هذا الإطار في الأخبار التي تحمل في طياتها لهجة تحذير من بعض الأشخاص مثل التحذير من انتخاب الإخوان أو السلفيين، تحذيرات اللجنة العليا من خرق الموعد المحدد للدعاية الانتخابية والصمت الانتخابي وتحذيراتها من تعدى الحد الأقصى للإففاق على الدعاية ومثال ذلك ما نشرته الأهرام بتاريخ ٢٠١٥/١٠/١٢: "جاءت التحذيرات واضحة من أنه إذا كان علينا أن نحذر الإخوان المسلمين مرة فعلينا أن نحذر السلفيين ألف مرة لأنهم أعداء الحياة وضد الوحدة الوطنية وظالمون للمرأة ويرفضون المناهج العلمية الحديثة للحياة والتعليم".

- **الإطار القانوني:** وقد نال هذا الإطار نسبة (٠,٦%) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وقد تمثلت أطروحات هذا الإطار في الأخبار التي تحمل في طياتها طابع قانوني مثل تصريحات اللجنة العليا للانتخابات بمحاسبة من يخالف شروط الدعاية الانتخابية أو من يكسر الصمت الانتخابية بمحاكمته طبقاً لما حدده القانون.

- إطار الاعتبارات الاقتصادية: وقد نال هذا الإطار نسبة (٠,٦%) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وقد تمثلت أطروحات هذا الإطار في أخبار اللجنة العليا للانتخابات وتصريحاتها بالحد الأقصى للإنفاق على الدعاية الانتخابية والتي حددتها بـ ٥٠٠ ألف جنيه للفرد، و ٢,٥ مليون جنيه لمرشحي القائمة المخصص لها ١٥ مقعداً، و ٧,٥ مليون جنيه لمرشحي القائمة المخصص لها ٤٥ مقعداً.

ثانياً: أطر المرشحين السياسيين:

قد نال هذا الإطار نسبة (٦,٩%) مقسمة على النحو التالي: نسبة (٤,٣%) للإطار العاطفي، مقابل (٢,٦%) للإطار الموضوعي من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، حيث وجد أن لذلك الإطار تأثير على أحكام الجمهور عند اختيارهم للمرشحين، وقد تمثلت أطروحات ذلك الإطار في الأخبار الخاصة بالمرشحين السياسيين وذكر معلومات عنهم وعن حياتهم السياسية وأيديولوجياتهم، أما أطروحات الإطار العاطفي فقد تمثلت في الأخبار التي تحمل بطبيعتها ردود فعل عاطفية لدى الجمهور كالوعود التي يطرحها المرشح مثل حل بعض المشاكل التي يعاني منها أبناء دائرته، وهذا الإطار ما عملت عليه برامج الرأي عند استضافتها بعض المرشحين فكان كل مرشح يتحدث عن برنامجه الانتخابي وما سيفعله فور نجاحه.

٢. الأطر المرجعية الواردة في الخطاب الإعلامي بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية:

جدول رقم (٨)

الأطر المرجعية الواردة في الخطاب الإعلامي بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية

الأطر المرجعية	مواد التحليل	برامج الرأي	الصحف الإلكترونية	ك	%
١. قانوني.		٥٧	١٩٥	٢٥٢	٢٧,١
٢. مرجعية القوى السياسية.		٨	١٦٠	١٦٨	١٨,١
٣. تصريحات السفراء والوزراء والمحافظين.		٢٦	١٤٠	١٦٦	١٧,٩
٤. غير واضح.		--	١٥٩	١٥٩	١٧,١
٥. تصريحات المرشحين.		٤٩	٥٢	١٠١	١٠,٩
٦. اجتماعي.		٧	٦٦	٧٣	٧,٩
٧. علمي.		١٧	٢٦	٤٣	٤,٦
٨. إعلامي.		١٩	٢٤	٤٣	٤,٦
٩. محللين سياسيين وخبراء.		١٦	٢٠	٣٦	٣,٩
١٠. تاريخي.		--	٣٥	٣٥	٣,٨
١١. أمني.		٦	٢٦	٣٢	٣,٤
١٢. مرجعية الكاتب.		--	٢٨	٢٨	٣
١٣. تقارير صحفية.		١	٢٥	٢٦	٢,٨
١٤. تصريحات الرئيس.		٤	١٨	٢٢	٢,٤
١٥. تصريحات صحفية.		٩	٨	١٧	١,٨
١٦. ديني.		١	١٥	١٦	١,٧
١٧. تراث شعبي.		--	١٢	١٢	١,٣
١٨. آراء بعض الافراد.		--	١٠	١٠	١,١
١٩. إحصائيات.		--	٤	٤	٠,٤
الإجمالي		٢٢٠	١٠٢٣	١٢٤٣	--

* حُسبت النسبة وفقا لإجمالي الأخبار الخاضعة للتحليل والبالغ عددها (٩٢٨).

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

اهتم الخطاب الإعلامى لكل من برامج رأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة بالأطر المرجعية التى استخدمت فى معالجة قضية الانتخابات البرلمانية المصرية ٢٠١٥، وقد تعددت تلك الأطر. وفيما يلى أهمها بالترتيب: جاء فى المرتبة الأولى الإطار المرجعى القانونى بنسبة (٢٧,١%) من إجمالى الأطر المرجعية التى وظفها الخطاب الإعلامى لقضية الانتخابات، ويشير هذا الإطار إلى تصريحات القانونيين كالمستشارين والمحامين وأعضاء اللجنة العليا للانتخابات بداية من رئيسها والمتحدث باسمها، وجاء فى المرتبة الثانية الإطار المرجعى الخاص بالقوى السياسية بنسبة (١٨,١%) ويتمثل هذا الإطار فى تصريحات بعض القوى السياسية التى لها باع طويل فى مجال السياسة مثل رؤساء الأحزاب السياسية وغيرهم من الشخصيات التى تعمل بالسياسة، وفى المرتبة الثالثة جاء الإطار المرجعى الخاص بالسفراء والوزراء والمحافظين بنسبة (١٧,٩%)، وفى المرتبة الرابعة جاءت فئة (غير واضح) بنسبة (١٧,١%) وذلك نظرا لعدم قدرة الباحثة على تحديد نوع الإطار المرجعى الوارد فى الخطاب الإعلامى نظرا لأنه قد يكون عاما غير محدد مرجعيته أو مرجعية كاتبه، كالأخبار المتعلقة بالمرشحين وتحركاتهم فلم يذكر كاتب الخبر أنه ورد على لسان المرشح نفسه أو من ينوب عنه، وفى المرتبة الخامسة جاء الإطار المرجعى الخاص بتصريحات المرشحين بنسبة (١٠,٩%) وكان من باب أولى أن تحظى تلك الفئة بنسبة أكبر من ذلك؛ لأن المواطن يريد أن يعرف من هو المرشح الذى سينتخبه وما هو برنامجه الانتخابى ودوره حيال نجاحه وفوزه فى الانتخابات، وجاءت بعد ذلك فئات مثل علمى واجتماعى وتاريخى وتراث شعبى وتصريحات صحفية وكلم ما يهما هنا فئة تصريحات الرئيس التى حظيت بنسبة قليلة وصلت لـ (٢,٤%) حيث تمثلت أطروحات تلك الفئة فى دعوة الرئيس الشعب للنزول للمشاركة فى الاستحقاق الثالث وعدم مقاطعة الانتخابات، واعتبارها واجب وطنى لا يمكن إهماله أو إغفاله.

٣. أطراف القوى الفاعلة في بناء الخطاب الإعلامي بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية ٢٠١٥:

يوضح الجدول التالي الأطراف المؤثرة في بناء الخطاب الإعلامي لكل من برامج الراى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة حول قضية الانتخابات البرلمانية المصرية.

جدول رقم (٩)

أطراف القوى الفاعلة في بناء الخطاب الإعلامي بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية

القوى الفاعلة	مواد التحليل	برامج الرأى	الصحف الإلكترونية	ك	%
١. الأحزاب السياسية أو المرشحون.	٥٩	٢٣٠	٢٨٩	٣١,١	
٢. الأكاديميون والمحللون السياسيون والخبراء.	٥٤	٢٢٥	٢٧٩	٣٠,١	
٣. اللجنة العليا.	٦٢	١٠٠	١٦٢	١٧,٤	
٤. الوزراء والمحافظين والسفراء.	٣١	٩٠	١٢١	١٣	
٥. الناخب(الشباب+المرأة).	٢٠	٧٤	٩٤	١٠	
٦. شخصيات سياسية رسمية.	٤	٦٥	٦٩	٧,٤	
٧. رجال الأمن.	٤	٣٤	٣٨	٤,١	
٨. رئيس الدولة.	٨	٢٠	٢٨	٣	
٩. رجال أعمال.	٦	١٢	١٨	١,٩	
١٠. الإخوان المسلمون.	--	١٥	١٥	١,٦	
١١. مراسلين.	١٥	--	١٥	١,٦	
١٢. ذو نشاط أهلى.	--	١٣	١٣	١,٤	
١٣. الحكومة.	--	٨	٨	٠,٩	
١٤. حركات اجتماعية.	٢	٤	٦	٠,٦	
١٥. رجال دين.	٢	٢	٤	٠,٤	
١٦. قادة ومسئولون عرب.	--	٣	٣	٠,٣	
الإجمالى	٢٦٧	٨٩٥	١١٦٢	--	

* حُسبت النسبة وفقا لإجمالى الأخبار الخاضعة للتحليل والبالغ عددها (٩٢٨).

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

يتضح من نتائج الجدول السابق تعدد الأطراف المؤثرة في بناء الخطاب الإعلامي بشأن قضية الانتخابات

البرلمانية، ونظرا لأنها قضية سياسية في المقام الأول فقد جاءت الأحزاب السياسية والمرشحون على رأس هذه الأطراف المؤثرة فيها، فقد عمد برنامج الحياة اليوم على استضافة العديد من المرشحين في معظم حلقاته للحديث عن برنامجهم الانتخابي ودور النائب في البرلمان، في حين عمل برنامج مصر الأهم على استضافة الأكاديميين والمحللين أكثر من المرشحين وهذا يدلنا على حياد التلفزيون المصري ببرامجه والتزامهم للمهنية في أدائهم، أما الصحف الإلكترونية في معظم موادها كانت أيضا عن الأحزاب والمنافسة بين المرشحين، وقد نالت تلك الفئة نسبة (٣١,٣%) من إجمالي الأطراف المؤثرة في الخطاب الإعلامي الخاضع للتحليل، وكان أبرز تلك الشخصيات السيد البدوي رئيس حزب الوفد واللواء سامح سيف اليزل المنسق العام لقائمة في حب مصر، يليها في المرتبة الثانية فئة الأكاديميون والمحللون السياسيون والخبراء بنسبة (٣٠,١%) وكان من أبرز شخصيات تلك الفئة بعض أساتذة الجامعة مثل د/محمد عوض بجامعة الزقازيق، ومحللون سياسيون مثل أ/ داليا زيادة مدير مركز الدراسات الديمقراطية، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة اللجنة العليا للانتخابات بنسبة (١٧,٤%) كطرف مؤثر في العملية الانتخابية وتمثلت أبرز شخصيات تلك الفئة في رئيس اللجنة المستشار أيمن عباس، والمتحدث باسمها المستشار عمر مروان اللذين كان يصدر على لسانهما تصريحات خاصة بنتائج كل مرحلة في مؤتمر صحفي، وجاءت في المرتبة الرابعة فئة الوزراء والمحافظين والسفراء بنسبة (١٣%) مثل السفير حمدي لوزا، يليها في المرتبة الخامسة فئة الناخب بنسبة (١٠%) سواء كان من الشباب أو كبار السن أو حتى المرأة سواء الناقبة أو المرشحة ودورها في البرلمان القادم.

٤. مسارات البرهنة (الإقناع) البارزة في الخطاب الإعلامي بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية:

يوضح الجدول التالي مسارات البرهنة البارزة في بناء الخطاب الإعلامي لكل من برامج الراى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة حول قضية الانتخابات البرلمانية المصرية.

جدول رقم (١٠)

مسارات البرهنة (الإقناع) البارزة في الخطاب الإعلامي بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية

مسارات البرهنة	مواد التحليل	برامج الراى	الصحف الإلكترونية	ك	%
١. استخدام البلاغة والوصف.	٧٥	١٦٥	٢٤٠	٧٥,٧	
٢. عرض وجهتى النظر.	٤٠	٣٤	٧٤	٢٣,٣	
٣. عرض وجهة نظر واحدة.	٣١	٣٠	٦١	١٩,٢	
٤. استخدام الأدلة والبراهين والأمثلة.	١٨	١٩	٣٧	١١,٨	
٥. استخدام البيانات والإحصائيات.	١٤	١٣	٢٧	٨,٥	
الإجمالي	١٧٨	٢٦١	٤٣٩	--	

* حُسبت النسبة وفقا لإجمالي مواد الراى فقط الخاضعة للتحليل والبالغ عددها (٣١٧).

تدل بيانات الجدول السابق على نتائج أهمها:

اهتم الخطاب الإعلامي لكل من برامج الراى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة باستخدام بعض مسارات الإقناع بشأن قضية الانتخابات البرلمانية، وجاء فى مقمة تلك المسارات وفى المرتبة الأولى استخدام البلاغة والوصف بنسبة (٧٥,٧%) وهى نسبة تعدت النصف وكان من أبرز أطروحاتها تأكيد ضيوف البرامج على أن مسئولية عزوف الناخبين عن المشاركة فى الانتخابات ترجع فى المقام الأول لعدم معرفة الناخب بالمرشحين نظرا لكثرتهم، وجاء فى المرتبة الثانية عرض وجهتى النظر بنسبة (٢٣,٣%) وتمثلت أطروحات ذلك المسار فى الأخبار والحلقات البرمجية التى تعرض لوجهتى نظر مرشحين لأحد الأحزاب السياسية فكل منهما يعرض برنامجه

وخلفيته السياسية ووعوده وما سيفعله فور فوزه، وفي المرتبة الثالثة جاء استخدام الأدلة والبراهين والأمثلة بنسبة (١١,٨%) وتمثلت أطروحات ذلك المسار في تأكيد ضيوف البرامج على أن المال السياسي ظاهرة قديمة وليست جديدة على المجتمع المصري بل إنها موجودة في كثير من الدول الأوروبية، وفي المرتبة الرابعة جاء استخدام البيانات والإحصائيات بنسبة (٨,٥%) وتمثلت غالبية أطروحات ذلك المسار في الأخبار التي تعلن فيها عن نتائج الانتخابات سواء في المرحلة الأولى والثانية أو في الجولة الأولى وجولة الإعادة.

٥. الأطروحات البارزة في الخطاب الإعلامي بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية لعام ٢٠١٥:

يوضح الجدول التالي الأهمية النسبية للموضوعات التي تضمنها الخطاب الإعلامي لكل من برامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة بشأن قضية الانتخابات البرلمانية.

جدول رقم (١١)

الأطروحات البارزة في الخطاب الإعلامي بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية

الأطروحات	مواد التحليل	برامج الرأي	الصحف الإلكترونية	ك	%
١. المرشحون والقوائم والأحزاب: - كلمات محورية.	٥١	١٥٧	٢٠٨	٢٢,٤	
- أهداف البرنامج الانتخابي.	١٢	٦٨	٨٠	٨,٦	
- الدعاية الانتخابية ومتطلباتها.	٢٦	٥٦	٨٢	٨,٨	
- الطعون.	٤	٧	١١	١,٩	
- عدم وجود معارضة أو حزب للرئيس.	٩	٣	١٢	١,٣	
- أهمية كتلة المستقلين واتفاقها مع القيادة السياسية.	٢	٤	٦	٠,٦	
٢. أكثر سلبيات الانتخابات: - مشهد انتخابي فوضوي.	٤١	٧٨	١١٩	١٢,٨	
- عزوف الشباب عن المشاركة.	٥٣	٧٢	١٢٥	١٣,٥	
- ظاهرة المال السياسي.	٦٣	٥٦	١١٩	١٢,٨	
- فرض غرامة على من يقطع الانتخابات.	١	٢	٣	٠,٣	

٩,٩	٩٢	٦٠	٣٢	٣. أكثر إيجابيات الانتخابات: - التأمين الجيد من قبل أفراد الجيش والشرطة.
٦,٨	٦٣	٤٨	١٥	- الإشراف الدولي والمحلي للانتخابات.
٤,٨	٤٥	٣٤	١١	- حيادية الانتخابات وعدم التلاعب أو التزوير فيها.
٦,١	٥٧	٣٢	٢٥	- كثرة المشاركة من قبل المرأة وكبار السن.
٣,٢	٣٠	١٢	١٨	- إشراف القضاة على الانتخابات.
١٨	١٦٧	١١٦	٥١	٤. تطبيق المقولة القائلة بأن إرادة الشعب هي مصدر سلطة الحكومة (حث المواطنين على الانتخاب).
١٠,٣	٩٥	٣٢	٦٣	٥. ما هو مطلوب من المجلس والمرشح.
٩	٨٤	٤٨	٣٦	٦. الانتخاب في الخارج.
٨,٧	٨١	٦٤	١٧	٧. اللجنة العليا للانتخابات وإجراءات حدتها للعملية الانتخابية.
٦,٥	٦٠	٣٥	٢٥	٨. الوزارات المشاركة في تسهيل الانتخابات.
٦,١	٥٧	٤١	١٦	٩. قراءة في المشهد وشكل البرلمان.
٥,٩	٥٥	٤٠	١٥	١٠. الانتخابات البرلمانية ضرورة لا بد منها لاستكمال خارطة الطريق (الاستحقاق الثالث).
٥,٦	٥٢	٢٤	٢٨	١١. الإخوان والحزب الوطني ودورهم في تلك الانتخابات.
٤,١	٣٨	٢٤	١٤	١٢. الانتخابات أولى الطرق لتحقيق الديمقراطية في مصر.
٣,٣	٣١	١٧	١٤	١٣. قواعد وضوابط الاتفاق على الحملات الانتخابية ومصادر التمويل (دعم المرشحين).
٣,٢	٣٠	٦	٢٤	١٤. توعية الناخب ومعايير اختيار للمرشح.
٢,٨	٢٦	١٢	١٤	١٥. أهمية الوجوه الوافدة (الشباب) للبرلمان.
٢	١٩	١٤	٥	١٦. تحسين صورة مصر في الداخل والخارج (عربيا وعالميا).
١,٦	١٥	١١	٤	١٧. المصلحة العامة.
١,٣	١٢	٤	٨	١٨. تعديل الدستور.
١,١	١٠	٩	١	١٩. سيطرة رجال الأعمال على البرلمان.
٠,٦	٦	--	٦	٢٠. دور الإعلام والجامعة في الانتخابات.
--	١٨٩٠	١١٨٦	٧٠٤	الإجمالي

* حسب النسبة وفقا لإجمالي الأخبار الخاضعة للتحليل والبالغ عددها (٩٢٨).

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

طبقا لنتائج الجدول السابق فقد جاء الأحزاب والمرشحون سواء الفردي أو فى قائمة على رأس قائمة الأطروحات البارزة فى الخطاب الإعلامى لبرامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وكانت معظم الأخبار التى جاءت عن الأحزاب تتحدث عن استعدادها لبدء فترة الدعاية عن طريق الاجتماعات المكثفة مع مرشحيها، وكانت أبرز وسائل الدعاية هى المؤتمرات الجماهيرية والندوات وحملات للتواصل المباشر مع الناخبين عن طريق طرق الأبواب والحملات الإعلامية عن طريق الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعى، فى حين استخدم مرشحين آخرين البترات الورقية، كما تناول الخطاب الإعلامى حديث العديد من المرشحين عن برامجهم الانتخابية وما سيقدمونه للناخب بمجرد فوزهم، وأوضحت بعض الأخبار عدم وضوح البرنامج الانتخابى لبعض المرشحين، وتحدثت أطروحات أخرى عن أهمية كتلة المستقلين فى تلك الانتخابات واتفقوا مع القيادة السياسية. وقد تم التعبير عن تلك الأطروحة فى الخطاب الإعلامى لبرامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة على النحو التالى:

نشر الموقع الإلكتروني لجريدة الأهرام العديد من المواد الإخبارية عن الأحزاب واستعدادها للانتخابات، ومن أبرز المواد الإخبارية فى هذا الصدد ما جاء فى الأهرام فى عددها الصادر بتاريخ ٢٨/٩/٢٠١٥:

- "تستعد القوائم الانتخابية والأحزاب المشاركة فى الانتخابات البرلمانية لعقد عدة اجتماعات مكثفة مع مرشحيها، استعدادا لبدء الدعاية الانتخابية التى ستطلق غدا فى محافظات المرحلة الأولى على مستوى القوائم والفردي، كما تنظم مؤتمرات جماهيرية فى عدد من المناطق المختلفة".
- "كما ذكر المهندس أحمد بهاء شعبان الأمين العام للحزب الاشتراكى المصرى أن الحزب سيبدأ فى وضع خطته لتحرك المرشحين وإعداد خطة الدعاية لدعم المرشحين فى حملتهم الانتخابية والتى تتمثل فى عقد المؤتمرات الجماهيرية

والندوات وكذلك إعداد حملات لطرق الأبواب والتواصل المباشر مع الناخبين والحملات الإعلامية عن طريق الانترنت وصفحات التواصل الاجتماعي".

ونشرت صحيفة اليوم السابع الإلكترونية عن عدم وضوح بعض البرامج الانتخابية لبعض المرشحين في عددها الصادر بتاريخ ٢٠١٥/١٠/٩ مقال لرفعت يونان بعنوان "تجاح البرلمان القادم مسؤوليتك أيها الناخب":

- "من الملاحظ افتقار بعض المرشحين لتقديم برنامج واضح والبعض برنامجهم يكون في جلسات ضيقة مع الكبار والبعض مازالوا يعدون بتقديم خدمات فردية وأخرى قدمتها الدولة أو موجودة في خطة الحكومة وتنفذ حسب الجدول الزمني ووفقا لأهميتها والبعض أصحاب الرؤى والفكر والطامحين لخدمة البلاد والشعب يكتثرون من جولاتهم لكن سماعات الدي جى وهيصه فرح المرشحين الكبار يغطي على جولاتهم".

وجاء في بعض الأخبار عن عدم وجود معارضة في البرلمان القادم، وهذا ما نشرته اليوم السابع الإلكترونية في عددها الصادر ٢٠١٥/١٠/٢٠ في تحقيق بعنوان "المصريون لديهم شعور عام بالملل وبرلمان ٢٠١٥ منزوع من المعارضة".

✓ وجاءت في الأهمية بعد الأحزاب والمرشحون أطروحة "أبرز سلبات انتخابات ٢٠١٥" والتي تمثلت في مشهد انتخابي فوضوي كتأخر بعض القضاة عن الوصول في الموعد المحدد مما نتج عنه تأخر بعض اللجان في فتح بابها في الوقت المحدد لذلك، وقيام بعض المرشحين بالبدء في الدعاية الانتخابية قبل الوقت القانوني لذلك، بالإضافة لكسر الصمت الانتخابي من بعض المرشحين باستمرارهم بالدعاية في أيام الصمت، هذا أيضا إلى جانب وجود بعض من الأفراد خارج اللجان يقومون بتوجيه الناخبين لاختيارهم والتصويت لمرشح معين، ووجود بعض من المشادات بين مؤيدي بعض المرشحين، ووجود بعض الحالات الفردية تم فيها التصويت مرتين ولكن تم ضبط من فعل ذلك، أيضا

وجود بعض الأفراد من قاموا بتصوير البطاقة الانتخابية وطبعها وتوزيعها على مؤيدي بعض المرشحين.

أما عن أبرز سلبية تم رصدتها داخل الخطاب الإعلامي لبرامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة فكانت "عزوف الناخبين عن التصويت" ويعزى ذلك للكثير من الأسباب التي ذكرها المحللين والأكاديميين والكتاب ومنها:

- ما نشرته الأهرام في عددها الصادر بتاريخ ٢٩/٩/٢٠١٥ قال عصام شحية القيادي بتيار إصلاح الوفد أن عزوف قطاع من الناخبين عن المشاركة في الانتخابات أحد أسباب وجود سماسرة الانتخابات، بالإضافة إلى أن هذه الظاهرة مرتبطة بوجود المال السياسي، وأيضاً مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالظروف الاجتماعية والاقتصادية للبلد، فكلما زاد الفقر في مكان ما زاد عدد السماسرة، ولذلك فإن الفقراء ضحية سماسرة الانتخابات، موضحاً أن وجود هؤلاء السماسرة في الحضر أكثر من الريف ونوعيتهم تختلف حسب طبيعة المكان وظروفه الاجتماعية والاقتصادية".

- كما نشرت اليوم السابع في عددها الصادر بتاريخ ٢٠/١٠/٢٠١٥ عن عزوف الناخب عن المشاركة فذكرت في أحد التحقيقات ما يلي: "علق السفير معصوم مرزوق مساعد وزير الخارجية والقيادي بالتيار الشعبى أنه من ضمن أسباب عزوف المصريين عن المشهد الانتخابي هو حمل القوائم لنفس الوجوه القديمة التي سبق وأن ثار عليها الشعب، مشيراً إلى أن المناخ العام السياسى بدءاً من قانون التظاهر والهجوم المستمر على ثورة ٢٥ يناير كان أحد الأسباب الجوهرية لعزوف المصريين عن الانتخابات".

وترى الباحثة أن أحد أسباب العزوف عن التصويت يرجع لغياب القواعد الجماهيرية للأحزاب وربما يعود ذلك إلى ضعف عملية الاتصال السياسى لدى الأحزاب والتي تمثل الآلية الأهم في تفاعل الحزب مع قواعده الجماهيرية المؤمنة بأفكاره وقيمه التي يتبناها، ويعود ذلك لعاملين أساسيين الأول: ضعف الانتماء الحزبي داخل المجتمع المصري، والذي يرتبط بعدم الانخراط في عضوية الأحزاب

لاقتناع الكثيرين بعدم جدواها، أما العامل الثانى وربما الأهم فإنه يرجع إلى تركيز الأحزاب لأنشطتها فى المحافظات والمدن المركزية، وعدم سعيها لإنشاء مقار حزبية تروج لأنشطتها بالمدن والقرى النائية.

وفيما يلى سوف تلخص الباحثة أطروحات مشاركة أو عدم مشاركة الناخبين فى الانتخابات البرلمانية المصرية ٢٠١٥ طبقا لما جاء ببرامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وقد قسمتها على النحو التالي:

أولاً: أطروحات أسباب عزوف الناخبين عن التصويت فى الانتخابات (أطروحات الأسباب):

اعتمد الخطاب الإعلامى لبرامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة على أطروحات أسباب عزوف الناخبين عن المشاركة فى الانتخابات والتي تمثلت في:

- عدم وضوح البرنامج الانتخابى للمرشحين أمام الناخب، بالإضافة للحالة الاقتصادية للبلد. (حلقة الثلاثاء ٢٠/١٠/٢٠١٥ من برنامج مصر الأهم).
- سوء الطقس أدى لضعف الإقبال على الانتخابات. (حلقة يوم الأربعاء ٢٨/١٠/٢٠١٥ من برنامج مصر الأهم).
- عدم التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامية، فالإعلام المصرى الحكومى كان الأكثر مهنية والأكثر التزاماً بالأخلاقيات، والخروقات كانت بسيطة وكان هناك اعتذار عنها، أما الخروقات الأكبر كانت من الإعلام الخاص فكانت هناك فوضى عارمة، تدنى فى الحوار، الاهتمام بضيف عن آخر، أو المجيء بمرشح وعمل دعاية له دون آخر، تخصيص حلقات بعينها لمرشح بعينه، أصبح المذيع طرف شخصى فى المعادلة بذكر رأيه، فكان هناك عدم تكافؤ الفرص بين المرشحين، و تبنى مرشح بعينه والتعرض لمرشحين آخرين والمساس بسمعتهم عن طريق ظهور المذيع بتأييده لمرشح ويتحدث

ويهاجم هجوم حاد مرشح آخر، بالإضافة إلى العويل واللطم والتطاول على الهواء. (حلقة يوم الثلاثاء ٢٠١٥/١١/٣ من برنامج مصر الأهم).

- أحد أسباب ضعف المشاركة عدم المعرفة بالمرشحين ويرجع ذلك إلى مسئولية اللجنة العليا للانتخابات بتعريف المرشحين للناخب عن طريق وضع السيرة الذاتية لهؤلاء المرشحين على صفحتها، كان أيضا من أسباب العزوف وجود المرشحين الجدد، سيطرة رأس المال. (حلقة يوم الثلاثاء ٢٠١٥/١١/٣ من برنامج مصر الأهم).

- نسبة الإقبال جيدة كانت حوالى ٣٠% بالرغم من الظروف التى تتعرض لها البلد والتي من ضمنها: قانون الانتخابات لابد من النظر فيه، نظام القائمة والفردى لخطب الناخب، وبالنسبة للمصريين بالخارج فكانت لجأ التصويت بعيدة بالإضافة لعدم وجود نظام واضح للوافدين. (حلقة الثلاثاء ٢٠١٥/١١/٢٤ من برنامج مصر الأهم).

- كان هناك كسل سياسى لدى المصريين لكثرة الاستفتاءات التى شاركوا فيها قبيل تلك الانتخابات. (حلقة الثلاثاء ٢٠١٥/١٢/١ من برنامج مصر الأهم).

- المواطن يشعر بأنه ألعبوبة فى يد يملكون زمام السلطة والنظام (حلقة الأربعاء ٢٠١٥/١٠/٧ من برنامج الحياة اليوم).

- الإقبال لم يكن على المستوى المتوقع لتأجيل الانتخابات عدة مرات، لا يوجد أسماء مفرقة، لا يوجد مواجهة قوية مثلما كان أيام الإخوان والحزب الوطني، فكرة الاستقطاب لم تكن موجودة، عدم الإحساس بالخطر. (حلقة الاثنين ٢٠١٥/١١/٢ من برنامج الحياة اليوم).

ثانيا: أطروحات كيفية زيادة نسبة مشاركة الناخبين فى الانتخابات (أطروحات الحلول):

اعتمد الخطاب الإعلامى لبرامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة على أطروحات تعتمد فى المقام الأول على الجانب الوجدانى للناخبين فتبنت برامج الرأى أطروحات مثل:

- اختار الأصالح، انزل وشارك، هذا برلمان يأتي في مرحلة حرجة وحساسة وهو البرلمان الأقوى في العقود الثلاثة الماضية. (حلقة يوم الأربعاء ١٤/١٠/٢٠١٥ من برنامج مصر الأهم).
- فرض غرامة مالية على من يقطع الانتخابات. (حلقة الثلاثاء ٢٠/١٠/٢٠١٥ من برنامج مصر الأهم).
- دور الإعلام: الإتيان بمرشح لابد أن يقابله المرشح المنافس وإعطائه نفس المساحة، لابد أن يكون هناك ضوابط ومعايير بالنسبة للفرص المتكافئة، عدم الخروج عن النص، احترام مشاعر الناس، لابد أن يقوم الإعلام بتعريف الدوائر للناخب وهنا على الناخب أن يختار صح لأن هذا يعد مستقبل وطنه وأولاده، وعلى الإعلاميين أن يلتزموا بالقواعد المهنية والأخلاقية. (حلقة الثلاثاء ٣/١١/٢٠١٥ من برنامج مصر الأهم).
- دور المرشح: لابد أن توصل الدعاية مباشرة للناخب، أن يكون المرشح معروف معرفة شخصية لأهل دائرته، لابد أن يكون له برنامج واضح وأن يضع في أولى اهتماماته المصلحة العليا للبلد وأن يكون له حملة دعائية مكونة من مجموعة من الأفراد بالإضافة لإلغاء موضوع الحصانة، وقيام المبادرات مثل مبادرة "أنت الأهم" التي كان من أهم شعارها "انزل وشارك". (حلقة الثلاثاء ٣/١١/٢٠١٥ من برنامج مصر الأهم).
- دور الناخب: على الناخب أن يبذل جهدا في معرفة مرشحيه وقراءة برامجهم؛ للتصويت لهم عن اقتناع واختيار الاصالح من سيكون ظهير للحكومة والدولة. (حلقة السبت ١٧/١٠/٢٠١٥ برنامج الحياة اليوم).
- تأكيد الرئيس على أهمية توفير المناخ الملائم والأمن للمواطنين للإدلاء بأصواتهم دون خوف (حلقة الثلاثاء ١٣/١٠/٢٠١٥ برنامج الحياة اليوم).
- دور اللجنة العليا: أن تقوم بنشر كافة المعلومات عن المرشح على صفحتها الإلكترونية، بالإضافة لطبع كتيب يتضمن إجراءات وكيفية الانتخاب، قامت

اللجنة أيضا ببث فيلم لتعريف الناخب بكيفية التصويت. (حلقة السبت ٢٠١٥/١٠/١٠ برنامج الحياة اليوم).

ثالثا: أطروحات النتائج المترتبة على توعية المواطنين بالنزول للمشاركة فى الانتخابات:

اعتمد الخطاب الإعلامى لكل من برامج الرأى والصحف الإلكترونية على أطروحة واحدة وهى زيادة نسبة مشاركة المواطنين فى الانتخابات فى المرحلة الثانية من الانتخابات سواء فى الداخل أو الخارج والتي كانت قليلة فى المرحلة الأولى للأسباب السابق ذكرها، ومن أهم الأسباب وراء زيادة نسبة التصويت فى المرحلة الثانية ما تنبأه الخطاب الإعلامى من أطروحات تمثلت فى:

- نسبة الإقبال زادت فى المرحلة الثانية لأن الشعب زادت نسبة وعيه وإحساسه أن مصر متأمر عليها، وعرف أهمية البرلمان القادم. (حلقة يوم الأحد ٢٠١٥/١١/٢٢ من برنامج مصر الأهم).

- المرحلة الثانية أكثر سخونة وأكثر اهتمام عن المرحلة الأولى وذلك لشعور الأحزاب بأنها حصلت على نصيب جيد مما أعطاها دافع للتحرك أكثر، لعب الإعلام دورا أكثر عن المرحلة الأولى بشكل مكثف، فالإعلام ليس صانع للأحداث ولكنه معبر عنها، كما أن المحافظات التى تجرى فيها الانتخابات بطبيعتها مسيسة تتميز بطبيعة خاصة ومواطنيها أدائهم السياسى مختلف بالإضافة إلى ارتفاع نسبة التعليم فيها. (حلقة الثلاثاء ٢٠١٥/١٢/١ من برنامج مصر الأهم).

أما عن ثانى أبرز سلبية تم رصدتها داخل الخطاب الإعلامى لبرامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة فكانت "استخدام المال السياسى وبكثرة" سواء بشراء المرشحين أو برشوة الناخب والدفع له من أجل التصويت لمرشح بعينه، وفيما يلى أهم أطروحات استخدام المال السياسى فى انتخابات برلمان ٢٠١٥ كما وردت فى الخطاب الإعلامى الخاضع للتحليل:

- قال نبيل زكى المتحدث الرسمي باسم حزب التجمع، إن وجود ظاهرة سماسرة الانتخابات مرتبطة بوجود المال السياسى والرشاوى الانتخابية، متوقعا أن تستمر هذه الظاهرة بسبب رجال الأعمال الذين يلعبون دورا فى الانتخابات المقبلة بإنفاق أموال طائلة لدفع الناخبين فى اتجاه معين. (عدد الثلاثاء ٢٩/٩/٢٠١٥ لصحيفة الأهرام).

- إعلان علاء الدين راشد المرشح بدمنهو الانسحاب من الانتخابات بسبب تضرره من سيطرة المال السياسى على المشهد الانتخابى والتأثير على إرادة الناخبين واستغلال الظروف الاقتصادية والاجتماعية الصعبة لبعض أهالى دائرته. (عدد الجمعة ٣٠/١٠/٢٠١٥ من صحيفة اليوم السابع).

وترى الباحثة أن أسباب انتشار المال السياسى ترتبط بضعف التمويل حيث قصر قانون الأحزاب السياسية الجديد رقم ١٢ لعام ٢٠١١ موارد الأحزاب على اشتراكات الأعضاء وتبرعات الأشخاص الطبيعيين المصريين، وحصيلة استثمار أموالها فى الأوجه غير التجارية مثل إصدار الصحف أو تأسيس دور للنشر، ومع ضعف المردود المالى لهذه الأنشطة فإن ذلك الأمر فتح المجال لدور المال السياسى الذى يسعى لتوظيف الأحزاب لخدمة مصالحه، وهو ما يتجلى فى سعى عدد من رجال الأعمال للسيطرة على مفردات المشهد الحزبى خاصة قبل إجراء الانتخابات النيابية.

✓ وجاءت أطروحة "أبرز إيجابيات انتخابات برلمان ٢٠١٥" فى المركز الثالث والتى تمثلت فى الإشراف القضائى الكامل على الانتخابات، التأمين الجيد من قبل أفراد الجيش والشرطة، حيادية الدولة وعدم انحيازها لأى من الأحزاب وعدم التزوير أو التلاعب من قبل البعض، والإشراف الدولى والمحلى على الانتخابات، هذا بالإضافة إلى الدور الكبير الذى لعبه كبار السن والمرأة سواء كانت مشاركة أو كعضوة مرشحة، فكانوا أوائل الفئات التى نزلت وأدلت بصوتها.

✓ وفيما يخص أطروحة "حث المواطنين على المشاركة" فقد نالت اهتمام الخطاب الإعلامي الخاضع للتحليل، والتي تمثلت في اللعب على أوتار الناخب العاطفية مثل استخدام عبارات: انزل واختار الأصلح لأن هذا واجب وطني مدني، اعمل لصالح البلد، انزل وأبطل صوتك في الصندوق.

نتائج الدراسة الميدانية:

قسمت الباحثة نتائج الدراسة الميدانية إلى:

١. نتائج عامة خاصة بمقاييس الدراسة.

٢. نتائج خاصة باختبار صحة فروض الدراسة.

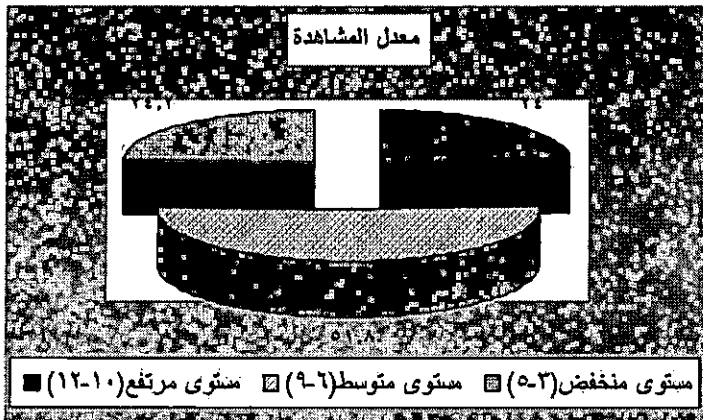
أولاً/ النتائج الخاصة بمقاييس الدراسة:

١. مقياس معدل مشاهدة الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للقنوات الفضائية:

ويشمل هذا التساؤل على ثلاثة أسئلة رئيسة تتمثل في مدى مشاهدة، وعدد أيام، ومتوسط ساعات مشاهدة الشباب الجامعي المصري للقنوات الفضائية، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (١)

مقياس معدل مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية



تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت بيانات الشكل السابق أن توزيع معدل مشاهدة الشباب عينة الدراسة من الذكور والإناث للقنوات الفضائية بصفة عامة كان على النحو التالي:

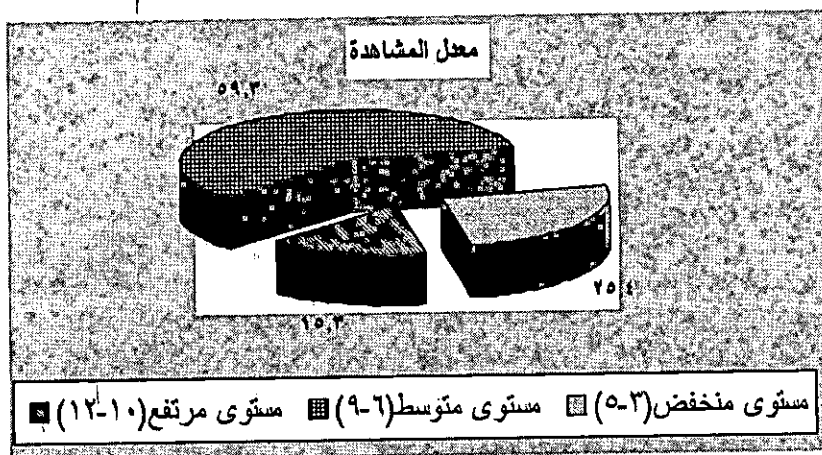
جاءت فئة المستوى المتوسط لمعدل تعرض الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية بصفة عامة في المرتبة الأولى بمعدل (١٠٢ تكرارا) بنسبة (٥١,٨%) يليها في المرتبة الثانية فئة المستوى المنخفض لمعدل تعرض الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية بمعدل (٩٧ تكرارا) بنسبة (٢٤,٣%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة المستوى المرتفع بمعدل (٩٦ تكرارا) بنسبة (٢٤%) وربما يعود ذلك لانشغالهم بأعمال أخرى أو لعدم توفر جهاز الاستقبال في أماكن تواجدهم. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة وجدى حلمي (٢٠٠٩) ^(٣٤) التي توصلت إلى أن أكثر من نصف المبحوثين من متوسطى التعرض للتلفزيون بنسبة (٤٦%)، وتختلف مع دراسة نوال عبد الله (٢٠١٠) ^(٣٥) التي توصلت إلى النسبة الأكبر من أفراد العينة يشاهدون الفضائيات العربية بكثافة بنسبة (٤٨%)، يليهم متوسطو مشاهدة بنسبة (٣٧,٦%)، ودراسة غادة ممدوح (٢٠١٢) ^(٣٦) التي توصلت إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية بمعدل مرتفع بنسبة (٤٩,٢%)، يليها فئة متوسطى مشاهدة بنسبة (٤٠%).

٢. مقياس معدل مشاهدة الشباب الجامعى المصرى عينة الدراسة لبرامج الرأى المصرية:

ويشمل هذا التساؤل على ثلاثة أسئلة رئيسة تتمثل في مدى مشاهدة، وعدد أيام، ونمط مشاهدة الشباب الجامعى المصرى لبرامج الرأى، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (٢)

مقياس معدل مشاهدة الشباب المصري لبرامج الرأي



تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت بيانات الشكل السابق أن توزيع معدل مشاهدة الشباب عينة الدراسة من الذكور والإناث لبرامج الرأي المصرية كان على النحو التالي:

جاءت فئة المستوى المتوسط لمعدل تعرض الشباب عينة الدراسة لبرامج الرأي في المرتبة الأولى بمعدل (٢٣٧ تكراراً) بنسبة (٥٩,٣)، يليها في المرتبة الثانية فئة المستوى المنخفض لمعدل تعرض الشباب عينة الدراسة لبرامج الرأي بمعدل (١٠٢ تكراراً) بنسبة (٢٥,٤)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة المستوى المرتفع بمعدل (٦١ تكراراً) بنسبة (١٥,٣) وهي نتيجة مقبولة إلى حد ما نظراً لطول مدة برامج الرأي فقد تتعدى الساعتين وأكثر. وترى الباحثة أن ضعف مشاهدة الشباب لبرامج الرأي ربما يعود نتيجة تطور شبكة الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي التي أصبح من اليسير على أي فرد يمتلك إيميلاً أو رقم تليفون أن يكون له صفحة على الفيس بوك، فأضحى الفيس بوك هو مصدر المعلومات الأول والأخير للشباب حول معرفتهم بالقضايا التي تدور في بلدنا محلياً وعالمياً أيضاً، وذلك نظراً لما يتمتع به الفيس بوك من سهولة في الاستخدام والمشاركة الفعالة عليه والنشطة من قبل العديد من

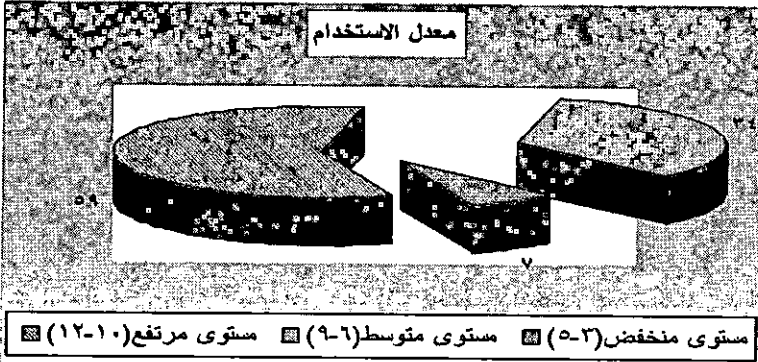
المستخدمين، فصار هناك ما يسمى بصحافة المواطن أى الفرد الذى يشاهد أحداثاً بعينها وقت تواجده فى مكان الحدث فمن السهل عليه أن يقوم بتصويره بكاميرا التليفون المحمول ومشاركته عبر الفيس بوك واليوتيوب على العديد من المستخدمين، كما أصبح لكل قناة حالياً إرسال أو قناة على اليوتيوب تذاع عليها جميع الحلقات البرمجية، فلم يعد المشاهد مرتبطاً بوقت بث الحلقة فى موعدها وإنما من الممكن أن يشاهدها فى الوقت الذى يناسبه.

٣. مقياس معدل استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت:

ويشمل هذا التساؤل على ثلاثة أسئلة رئيسة تتمثل فى مدى استخدام، وعدد أيام، ومتوسط الاستخدام اليومي للشبكة، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (٣)

مقياس معدل استخدام شبكة الإنترنت



تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت بيانات الشكل السابق أن توزيع معدل استخدام الشباب عينة الدراسة من الذكور والإناث لشبكة الإنترنت كان على النحو التالي: جاءت فئة المستوى المرتفع لمعدل استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت فى المرتبة الأولى بمعدل (٢٣٦ تكرارا) بنسبة (59%)، يليها فى المرتبة الثانية فئة المستوى المتوسط لمعدل استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت بمعدل (١٣٦ تكرارا) بنسبة



(٣٤%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة المستوى المنخفض بمعدل (٢٨ تكراراً) بنسبة. وهذا أمر طبيعي أن تحظى شبكة الإنترنت بمعدل استخدام مرتفع من قبل الشباب؛ وذلك نظراً لما تتمتع به من خصائص تميزها عن أى وسيلة أخرى، فأصبح بالإمكان التجول والاتصال والتعامل مع العديد من الشركات وحتى الجامعات والصحف والإذاعات وبرامج وألعاب الكمبيوتر بل مع العالم كله، ولم يعد هناك شيء يود أن يناله المرء ولا يجده عبر شبكة الإنترنت. وترى الباحثة أن الجانب الاجتماعي هو الجانب المهم في الإنترنت، إذ أنها تمكن ملايين البشر على اتساع رقعتهم الجغرافية من الاتصال والمشاركة في الشبكة والتفاعل فيما بينهم

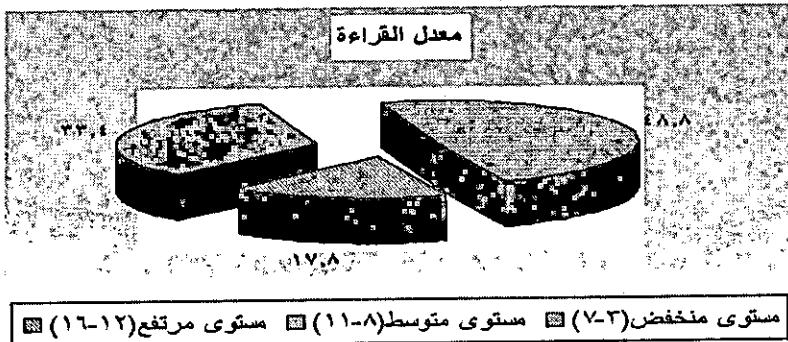
ولم يقتصر استخدام الإنترنت على الجانب الاجتماعي فقط بل باتت من أقوى الوسائل التي تستعملها القوى السياسية المستنيرة لتحرير الشعوب من الاستبداد والظلم السياسي والاقتصادي والاجتماعي، حيث اضعفت بيروقراطية الدولة لصالح القوى السياسية وهيئات المجتمع المدني من خلال قضائها على احتكار المعلومات وتوفير وسائل اتصال ونضال جديدة لا يمكن التحكم فيها (٣٧).

معدل قراءة الشباب عينة الدراسة للصحف الإلكترونية:

ويشتمل هذا التساؤل على ثلاثة أسئلة رئيسة تتمثل في مدى القراءة، وعدد أيام، ومتوسط عدد ساعات القراءة اليومي، وعدد الصحف الإلكترونية المقروءة في اليوم الواحد، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (٤)

مقياس معدل قراءة الشباب المصري للصحف الإلكترونية



تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

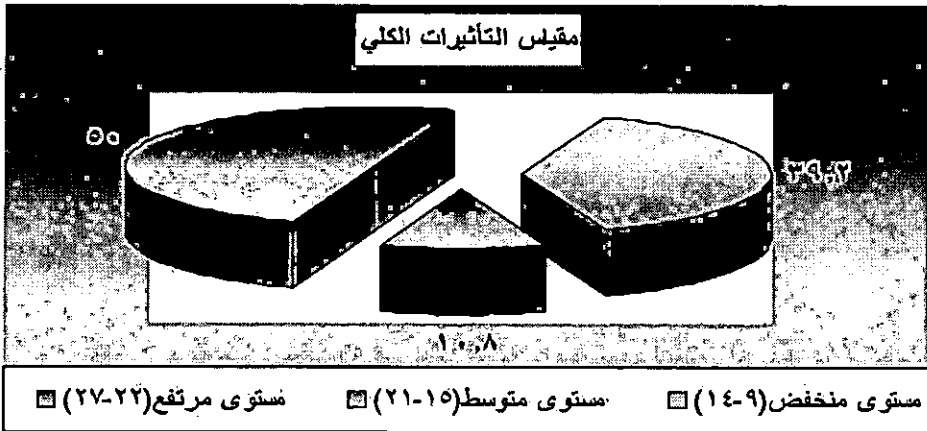
أوضحت بيانات الشكل السابق أن توزيع معدل قراءة الشباب عينة الدراسة من الذكور والإناث للصحف الإلكترونية كان على النحو التالي: جاءت فئة المستوى المنخفض لمعدل قراءة الشباب عينة الدراسة للصحف الإلكترونية في المرتبة الأولى بمعدل (١٩٥ تكرارا) بنسبة (٤٨,٨%)، يليها في المرتبة الثانية فئة المستوى المتوسط لمعدل قراءة الشباب عينة الدراسة للصحف الإلكترونية بمعدل (١٣٤ تكرارا) بنسبة (٣٣,٤%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة المستوى المرتفع بمعدل (٧١ تكرارا) بنسبة (١٧,٨%).

٤. مقياس تأثيرات التغطية الإعلامية التي قدمتها وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للقضايا السياسية المصرية الداخلية:

يشتمل هذا التساؤل على سؤال رئيسي تمثل في تأثيرات التغطية الإعلامية التي قدمتها وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للقضايا السياسية المصرية الداخلية، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (٥)

مقياس تأثيرات التغطية الإعلامية الكلي بأبعاده الثلاثة





تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت نتائج الشكل السابق أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم مستوى متوسط من تأثيرات وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للتغطية الإعلامية تجاه القضايا السياسية المصرية الداخلية وذلك بمعدل (٢٠٠ تكرارا) بنسبة (٥٠%)، تلا ذلك وفي المرتبة الثانية مجيء المستوى المنخفض من تأثيرات وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للتغطية الإعلامية تجاه القضايا السياسية المصرية الداخلية وذلك بمعدل (١٥٧ تكرارا) بنسبة (٣٩,٢%)، وفي المرتبة الثالثة جاء المستوى المرتفع من تأثيرات وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للتغطية الإعلامية تجاه القضايا السياسية المصرية الداخلية وذلك بمعدل (٤٣ تكرارا) بنسبة (١٠,٨%). حيث أصبح المواطن العربي في ظل الواقع الإعلامى الجديد محاصرا بكم هائل من الرسائل الاعلامية التى تتفق فى بعضها مع قيمه وأخلاقياته وثقافته ولكنها فى الجانب الأكبر منها تقدم مضامين ومعلومات وصورا مشوهة من جانب بعض الدول أو الهيئات أو الأفراد عن الشعوب والدول الأخرى مما يجعل الفضائيات والإنترنت وسائل اتصالية خطيرة فى تزييف الواقع الخاص بشعب من الشعوب فى العالم، فضلا عن ذلك ما تروجه هذه الوسائل من مضامين إباحية يمكن أن تسهم فى تدمير منظومة القيم التربوية والأخلاقية عند الشباب والمراهقين والأطفال فى الوطن العربي. وفى إطار هذا الواقع الثقافى الجديد بإيجابياته وسلبياته والذى أفرزته لنا تكنولوجيا الاتصال الحديثة يكون من الضروري أن نفكر فى الأسلوب المناسب الذى يحمى الأجيال الجديدة من الشباب والمراهقين والأطفال من التأثيرات السلبية للرسائل الضخمة المنقولة عبر الفضائيات والإنترنت، ولقد حرصت منظمة اليونسكو فى إطار مسؤولياتها الثقافية على نشر وتعليم مبادئ التربية الإعلامية، وذلك سعيا لتطوير مضمون المواد الإعلامية فى الصحف والإذاعة والتلفزيون والإنترنت من أجل المساعدة على تجنب الجمهور الآثار السلبية لهذه الوسائل، فضلا عن ذلك تطوير مهارات التفكير النقدي نحو مضامين وسائل الاعلام لدى قطاعات الجماهير المختلفة حتى يمكنهم حسن التعامل والاستخدام مع ما تقدمه وسائل الاعلام، وإرساء أسس استخدام المضامين المتعددة التى تتيح فرص الاختيار أمام الجماهير، مع دعم فكرة تدريس مبادئ التربية الإعلامية ومهارات

الاتصال في المناهج المدرسية، وكذلك تدعيم دور الأسرة والمدرسة في نشر مفاهيم التربية الإعلامية لدى الأبناء والطلاب^(٢٨).

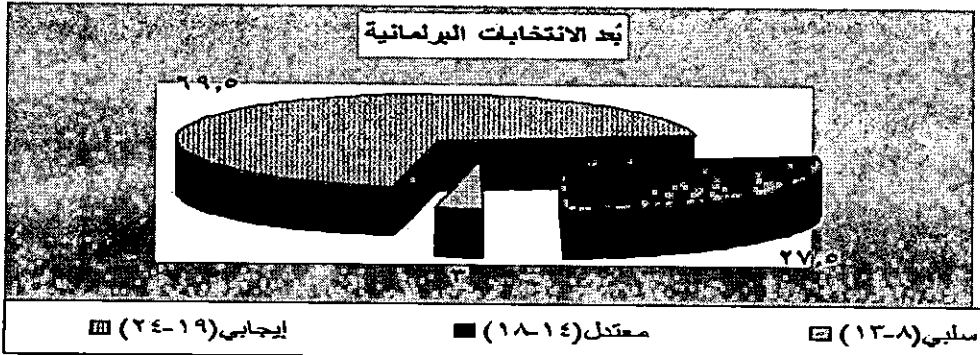
٥. اتجاهات الشباب عينة الدراسة نحو قضايا الديمقراطية المصرية:

يشتمل هذا التساؤل على سؤال رئيسي تمثل في اتجاهات الشباب نحو قضايا الديمقراطية المصرية، وشكل لمقياس الاتجاه نحو الديمقراطية ببعديه: بُعد الانتخابات البرلمانية، وبُعد المشاركة السياسية بشقيها التقليدي والحديث، وهذا ما توضحه الأشكال التالية:

أولاً: مقياس بُعد الانتخابات البرلمانية كأحد عناصر الديمقراطية:

شكل رقم (٦)

مقياس بُعد الانتخابات البرلمانية



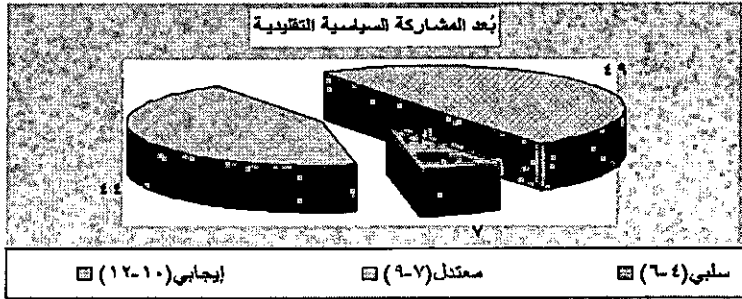
تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج أهمها:

أوضحت نتائج الشكل أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه إيجابي نحو الانتخابات البرلمانية وذلك بمعدل (٢٧٨ تكراراً) بنسبة (٦٩,٥%)، تلا ذلك وفي المرتبة الثانية مجيء من لديهم اتجاه معتدل نحو الانتخابات البرلمانية وذلك بمعدل (١٠ تكراراً) بنسبة (٢٧,٥%)، وفي المرتبة الثالثة جاء أصحاب الاتجاه السلبي نحو الانتخابات البرلمانية وذلك بمعدل (١٢ تكراراً) بنسبة (٣%).

ثانياً: مقياس بُعد المشاركة السياسية التقليدية كأحد عناصر الديمقراطية:

شكل رقم (٧)

مقياس بُعد المشاركة السياسية التقليدية



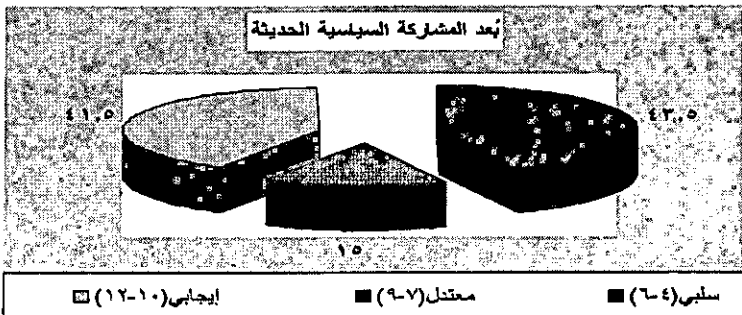
تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج أهمها:

أوضحت نتائج الشكل أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه معتدل نحو المشاركة السياسية التقليدية وذلك بمعدل (١٩٦ تكراراً) بنسبة (٤٩%)، تلا ذلك وفي المرتبة الثانية مجيء من لديهم اتجاه إيجابي نحو المشاركة السياسية التقليدية وذلك بمعدل (١٧٦ تكراراً) بنسبة (٤٤%)، وفي المرتبة الثالثة جاء أصحاب الاتجاه السلبي نحو المشاركة السياسية التقليدية وذلك بمعدل (٢٨ تكراراً) بنسبة (٧%).

ثالثاً: مقياس بُعد المشاركة السياسية الحديثة كأحد عناصر الديمقراطية:

شكل رقم (٨)

مقياس بُعد المشاركة السياسية الحديثة



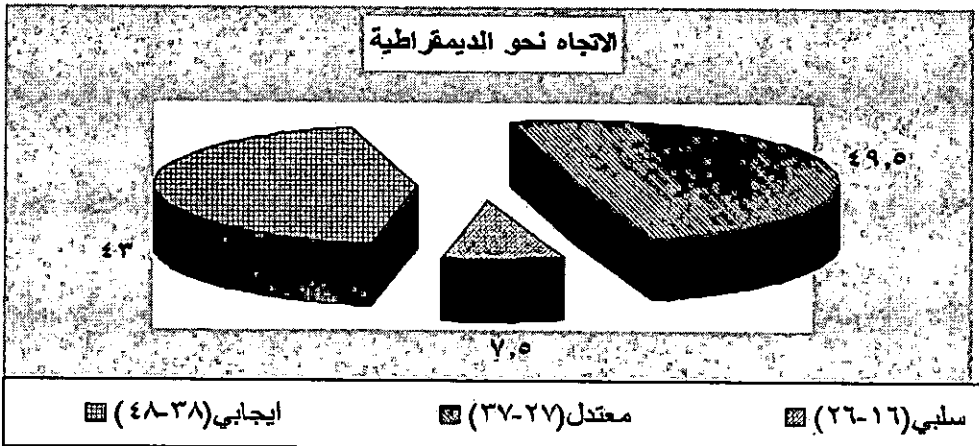
تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج أهمها:

أوضحت نتائج الشكل أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه معتدل نحو المشاركة السياسية الحديثة وذلك بمعدل (١٧٤ تكرارا) بنسبة (٤٣,٥%)، تلا ذلك وفي المرتبة الثانية مجيء من لديهم اتجاه إيجابي نحو المشاركة السياسية الحديثة وذلك بمعدل (١٦٦ تكرارا) بنسبة (٤١,٥%)، وفي المرتبة الثالثة جاء أصحاب الاتجاه السلبي نحو المشاركة السياسية الحديثة وذلك بمعدل (٦٠ تكرارا) بنسبة (١٥%).

رابعا: مقياس الاتجاه نحو الديمقراطية الكلى بأبعاده الثلاثة:

شكل رقم (٩)

مقياس الاتجاه نحو الديمقراطية



تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت نتائج الشكل أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه معتدل نحو قضايا الديمقراطية وذلك بمعدل (١٩٨ تكرارا) بنسبة (٤٩,٥%)، تلا ذلك وفي المرتبة الثانية مجيء الاتجاه الإيجابي نحو الديمقراطية وذلك بمعدل (١٧٢ تكرارا) بنسبة (٤٣%)، وفي المرتبة الثالثة جاء الاتجاه السلبي نحو الديمقراطية وذلك بمعدل (٣٠ تكرارا) بنسبة (٧,٥%).

ثانيا: نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: "توجد علاقة ارتباط طردية موجبة - دالة إحصائيا بين كثافة استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة واتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية". ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "بيرسون" الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (١٢)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين كثافة استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة واتجاهات الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية

كثافة التعرض		اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية.
	قيمة بيرسون (P)	الدالة
كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية.	٠,١١٣	دالة ٠,٠٥
كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديدة.	٠,٣٢١	دالة ٠,٠١
ن	٤٠٠	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

يتضح من استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباط طردى موجب ودال إحصائيا بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية + برامج الرأي) واتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية، حيث كانت قيمة بيرسون (٠,١١٣) وهى دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، من ناحية أخرى وجدت أيضا علاقة ارتباط طردى موجب بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت + الصحف الإلكترونية) واتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية، حيث كانت قيمة بيرسون (٠,٣٢١) وهى دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (٠,٠١)، وبذلك نقبل كليا الفرض بأنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي

والجديد زاد ذلك من اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية بالإيجاب عن طريق الذهاب لصناديق الاقتراع والمشاركة في الحياة السياسية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط طردى موجب - دالة إحصائيا بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية + برامج الرأي)، والجديدة (الإنترنت + الصحف الإلكترونية) للحصول على معلومات حول قضايا الديمقراطية المصرية وحدث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية لدى الشباب الجامعي المصري". ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "بيرسون" الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (١٣)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة وحدث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية

التأثيرات	التأثيرات المعرفية		التأثيرات الوجدانية		التأثيرات السلوكية	
	قيمة بيرسون	الدالة	قيمة بيرسون	الدالة	قيمة بيرسون	الدالة
كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية.	٠,٠٠٢	غير دالة	٠,٠٢٥	غير دالة	٠,٠٢٧	غير دالة
كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة.	٠,٠٠٦	غير دالة	٠,١٥٣	٠,٠٥ دالة	٠,١٠٥	٠,٠٥ دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

يتضح من استخدام معامل ارتباط بيرسون عدم وجود علاقة ارتباط دال إحصائيا بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية + برامج الرأي) وحدث تأثيرات معرفية أو وجدانية أو سلوكية، وبذلك يتم رفض هذا الفرض كليا، بينما وجدت علاقة ارتباط طردى موجب بين كثافة استخدام وسائل

الإعلام الجديدة (الإنترنت + الصحف الإلكترونية) وحدث تأثيرات وجدانية وسلوكية، حيث كانت قيمة بيرسون ($0,153$) وهى دالة إحصائية عند مستوى معنوية ($0,05$) وذلك بالنسبة للتأثيرات الوجدانية، أما بالنسبة للتأثيرات السلوكية فقد كانت قيمة بيرسون ($0,105$) وهى دالة إحصائية عند مستوى معنوية ($0,05$)، أما فى حالة التأثيرات المعرفية وجدت علاقة ولكنها غير دالة إحصائية، وبذلك نقبل الفرض جزئيا فى حالة كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة وحدث تأثيرات وجدانية أو سلوكية فقط، أى أنه كلما زادت كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة زادت تأثر مستخدميها وجدانيا وسلوكيا فقط.

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعى المصرى تبعا للخصائص الديموغرافية الأتية: النوع (ذكور/إناث)، المستوى التعليمى الجامعى (خاص/حكومى)، المستوى الاجتماعى الاقتصادى ومتوسطات درجات الشباب على الدرجة الكلية للمقياس اتجاهات الشباب الجامعى المصرى نحو قضايا الديمقراطية المصرية. وقد حاولت الباحثة من خلال هذا الفرض اختبار تأثير المتغيرات الشخصية على مدى وجود فروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعى على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو قضايا الديمقراطية، لذلك تم استخدام اختبار T-test لحساب الفروق للمتغيرات ثنائية المجموعات، وتحليل التباين أحادى الاتجاه Anova للمتغيرات متعددة الفئات كما يلي:

١. لحساب الفروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعى على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو قضايا الديمقراطية المصرية تبعا لمتغير النوع، استخدمت الباحثة اختبار "ت" الموضحة نتيجته فى الجدول التالي:

جدول رقم (١٤)

الفروق بين متوسطات درجات اتجاهات الشباب نحو قضايا الديمقراطية المصرية تبعا للنوع

الاتجاهات	النوع	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	الدالة
الاتجاه نحو الانتخابات	الذكور	٢٠٠	١٨,٣٩٠٠	٣,٨٦٦٨٧	١,٥٠٦	غير دالة
	الإناث	٢٠٠	١٧,٨٣٠٠	٣,٥٦١٥٣		
المشاركة السياسية	الذكور	٢٠٠	٨,٧٥٥٠	٢,١٤٨٩٧	١,٩٩٠	٠,٠٥
	الإناث	٢٠٠	٩,١٧٠٠	٢,٠٢٠٢٧		
المشاركة السياسية	الذكور	٢٠٠	٨,٧٩٠٠	٢,٤٤٦٦٠	٢,٤٤٠	٠,٠٥
	الإناث	٢٠٠	٨,١٩٠٠	٢,٤٧٠٧١		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

أظهر استخدام اختبار "ت" وجود فروق غير دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو الانتخابات البرلمانية تبعا للنوع، أى أن عنصر النوع ليس له أى تأثير على الاتجاه نحو الانتخابات البرلمانية، فى حين أظهر اختبار "ت" وجود فروق دالة إحصائيا بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو المشاركة السياسية التقليدية لصالح الإناث بمتوسط حسابي قدره (٩,١٧٠٠) مقابل (٨,٧٥٥٠) للذكور، حيث كانت قيمة (ت) = ١,٩٩٠ وهى دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، أى أن الإناث أكثر اتجاها نحو المشاركة السياسية التقليدية عن الذكور، وأظهر اختبار "ت" أيضا ثمة فروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو المشاركة السياسية الحديثة لصالح الذكور بمتوسط حسابي قدره (٨,٧٩٠٠) مقابل (٨,١٩٠٠) للإناث، وأكد اختبار (ت) هذه النتيجة حيث كانت قيمة (ت) = ٢,٤٤٠ وهى دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، أى أن الذكور أكثر اتجاها نحو المشاركة السياسية الحديثة عن الإناث، وبذلك نقبل الفرض جزئيا حيث وجدت فروق دالة إحصائيا بين فئات العينة تبعا لمتغير

النوع (ذكور/إناث) واتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية التقليدية لصالح الإناث والمشاركة السياسية الحديثة لصالح الذكور، في حين لم يثبت صحة الفرض بالنسبة لاتجاهات الشباب من الجنسين نحو الانتخابات البرلمانية.

٢. لحساب الفروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو قضايا الديمقراطية المصرية تباً لمتغير التعليم الجامعي، استخدمت الباحثة اختبار "ت" الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (١٥)

الفروق بين متوسطات درجات اتجاهات الشباب نحو قضايا الديمقراطية المصرية تبعاً لنوع التعليم الجامعي

المتغير	نوع التعليم	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	الدالة
الاتجاه نحو الانتخابات	حكومي	٢٠٠	١٨,٤١٠٠	٣,٧٢٧١١	١,٦١٥	غير دالة
	خاص	٢٠٠	١٧,٨١٠٠	٣,٧٠٤٣٩		
المشاركة السياسية التقليدية	حكومي	٢٠٠	٩,٠٦٥٠	٢,٠٩٥٨٩	٠,٩٧٩	غير دالة
	خاص	٢٠٠	٨,٨٦٠٠	٢,٠٩١٠٠		
المشاركة السياسية الحديثة	حكومي	٢٠٠	٨,٥٨٥٠	٢,٤٩٨٨٠	٠,٧٦٨	غير دالة
	خاص	٢٠٠	٨,٣٩٥٠	٢,٤٥١٣٣		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

أظهر استخدام اختبار "ت" وجود فروق ولكنها غير دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو قضايا الديمقراطية المصرية بمتغيراتها الثلاثة (الاتجاه نحو الانتخابات البرلمانية، الاتجاه نحو المشاركة السياسية التقليدية، والاتجاه نحو المشاركة السياسية الحديثة)، أي أن متغير نوع التعليم (حكومي/خاص) ليس له أي تأثير على اتجاه الشباب نحو قضايا الديمقراطية، وبذلك نرفض الفرض كلياً حيث وجدت فروق ولكنها غير دالة إحصائياً.

٣. لحساب الفروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو قضايا الديمقراطية المصرية تبعاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي، استخدمت الباحثة اختبار "ف" الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (١٦)

الفروق بين متوسطات درجات اتجاهات الشباب نحو قضايا الديمقراطية المصرية تبعاً للمستوى

الاجتماعي الاقتصادي

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع	قيمة (ف)	الدالة
الاتجاه نحو الانتخابات البرلمانية	بين	١٦.١٦٢	٢	٨,٠٨١	٠,٥٨٢	غير دالة
	داخل	٥٥١٤,٩٩٨	٣٩٧	١٣,٨٩٢		
	المجموع	٥٥٣١,١٦٠	٣٩٩			
المشاركة السياسية التقليدية	بين	٠,٣٨٨	٢	٠,١٩٤	٠,٠٤٤	غير دالة
	داخل	١٧٤٨,٠٥٠	٣٩٧	٤,٤٠٣		
	المجموع	١٧٤٨,٤٣٨	٣٩٩			
المشاركة السياسية الحديثة	بين	٤٢,١٥٢	٢	٢١,٠٧٦	٣,٤٨٧	٠,٠٠٥
	داخل	٢٣٩٩,٨٠٨	٣٩٧	٦,٠٤٥		
	المجموع	٢٤٤١,٩٦٠	٣٩٩			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

أظهر استخدام اختبار (ف) وجود فروق غير دالة إحصائياً بين مجموعات الشباب الجامعي الذين يمثلون درجات اجتماعية واقتصادية مختلفة على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو قضايا الديمقراطية المصرية فيما يتعلق بالاتجاه نحو الانتخابات البرلمانية والمشاركة السياسية التقليدية، وأظهر استخدام اختبار (ف) وجود فروق دالة إحصائياً بين مجموعات الشباب الجامعي الذين يمثلون درجات اجتماعية واقتصادية مختلفة على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو قضايا الديمقراطية فيما يتعلق بالاتجاه نحو المشاركة السياسية الحديثة، حيث بلغت قيمة ف (٣,٤٨٧) وهي دالة عند مستوى

دلالة ٠,٠٥، وبذلك نقبل الفرض جزئياً حيث وجدت فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو قضايا الديمقراطية فيما يتعلق بالاتجاه نحو المشاركة السياسية فقط، أى أن اختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي بين مجموعات الشباب الجامعي عينة الدراسة لم يؤثر على اتجاهات الشباب نحو قضايا الديمقراطية إلا فيما يتعلق بالاتجاه نحو المشاركة السياسية الحديثة فقط، حيث بلغ عدد الشباب مرتفعي المستوى الاجتماعي الاقتصادي (٢٧٣) مفردة بنسبة (٦٨,٣%)، ومنخفضي المستوى الاجتماعي الاقتصادي (٢٨) مفردة بنسبة (٧%)، ومتوسطي المستوى الاجتماعي الاقتصادي (٩٩) مفردة بنسبة (٢٤,٨%).

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول رقم (١٧)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات اتجاهات الشباب نحو قضايا

الديمقراطية المصرية تبعاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي

المتغير	المجموعات	مستوى منخفض	مستوى متوسط	مستوى مرتفع
المشاركة السياسية الحديثة	مستوى منخفض	-	-	-
	مستوى متوسط	٠,١١	-	-
	مستوى مرتفع	٠,٦٠	*٠,٧٢	-

الخلاصة:

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج يمكن الإشارة إلى أهمها، ومناقشتها، وتقديم تفسيرات لها على النحو التالي:

أولاً: نتائج متعلقة بتحليل مضمون برامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة (الدراسة التحليلية):

١. أشارت نتائج الدراسة التحليلية إلى اعتماد الخطاب الإعلامى لبرامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة إلى عددا من الأطر التى سعى من خلالها إلى إبراز بعض جوانب القضية بما يتفق وخصوصية موقفه منها مرتكزا على عدد من الأطروحات، حيث اهتمت برامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة بإبراز جوانب القضية محل التحليل (الانتخابات البرلمانية) وتأطيرها من زاوية الصراع فقد نال هذا الإطار المرتبة الأولى، وقد تمثل هذا الصراع بين المرشحين وبعضهم البعض فالكل يسعى لكسب الأصوات لصفه من خلال الوعود التى يطرحونها فى برامجهم الانتخابية، وبين مؤيدى المرشحين فكل من يؤيد مرشح يدعو له بكل الطرق وبكل ما يملك من قوة سواء بالرشاوى الانتخابية ودفع المال حتى ولو أخذ الناخب من مرشح آخر من أجل أن ينتخب مرشحيه أو بالوعود بتوظيف أبنائه أو بالتحايل والتوجيه، وهذا ما حدث ورأته الباحثة شخصيا عندما ذهبت للانتخاب فوجدت أحد أقرباء أحد المرشحين يقف أمام اللجنة الانتخابية وقام بتوجيه أحد الناخبين لانتخاب مرشح بعينه، معتمدين فى ذلك على كثرة عدد المرشحين وعدم معرفة الناخب بهم. وترى الباحثة أن ذلك أمر طبيعى فتلك ثقافة الشعب المصرى منذ قديم الأزل وليس بشيء جديد. وقد تمثلت أبرز أطروحات هذا الإطار فى: "تسابق العديد من مؤيدى بعض المرشحين لكسب الأصوات لمرشح دائرتهم الانتخابية".

٢. اهتم الخطاب الإعلامى لبرامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة بإظهار إطار المسؤولية لكل من المرشح والناخب واللجنة العليا للانتخابات وأخيرا الإعلام، فتارة يرجع عدم مشاركة الناخبين وعزوفهم عن التصويت

لتقصير المرشحين في التعريف بأنفسهم وبرامجهم الانتخابية وتارة أخرى يرجعها إلى الناخب نفسه الذي لم يتعب نفسه في البحث عن مرشحين دائرته ومعرفة معلومات عنهم، وتارة يرجع مسؤولية عدم المشاركة للجنة العليا للانتخابات التي لم تمد فترة الدعاية الانتخابية فكانت المدة قصيرة للغاية، وأحيانا يرجع المسؤولية للإعلام الذي يعمل على تشويه صورة بعض المرشحين، وقصور التغطية الإعلامية الحكومية والخاصة في التوعية والتعريف بالمرشحين وبرامجهم، أما المسؤولية الجماعية أو الموضوعية فقد تمثلت في المرشح والناخب واللجنة العليا والإعلام معا.

٣. تناول الخطاب الإعلامي حديث العديد من المرشحين عن برامجهم الانتخابية وما سيقدمونه للناخب بمجرد فوزهم، وأوضحت بعض الأخبار عدم وضوح البرنامج الانتخابي لبعض المرشحين، وتحدثت أطروحات أخرى عن أهمية كتلة المستقلين في تلك الانتخابات واتفاقها مع القيادة السياسية، وجاءت في الأهمية بعد الأحزاب والمرشحون أطروحة "أبرز سلبيات انتخابات ٢٠١٥" والتي تمثلت في مشهد انتخابي فوضوي كتأخر بعض القضاة عن الوصول في الموعد المحدد مما نتج عنه تأخر بعض اللجان في فتح بابها في الوقت المحدد لذلك، وقيام بعض المرشحين بالبدء في الدعاية الانتخابية قبل الوقت القانوني لذلك، بالإضافة لكسر الصمت الانتخابي من بعض المرشحين باستمرارهم بالدعاية في أيام الصمت، هذا أيضا إلى جانب وجود بعض من الأفراد خارج اللجان يقومون بتوجيه الناخبين لاختيارهم والتصويت لمرشح معين، ووجود بعض من المشادات بين مؤيدي بعض المرشحين، ووجود بعض الحالات الفردية تم فيها التصويت مرتين ولكن تم ضبط من فعل ذلك، أيضا وجود بعض الأفراد من قاموا بتصوير البطاقة الانتخابية وطبعها وتوزيعها على مؤيدي بعض المرشحين، أما عن أبرز سلبية تم رصدها داخل الخطاب الإعلامي لبرامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة فكانت "عزوف الناخبين عن التصويت" ويعزى ذلك للكثير من الأسباب التي ذكرها المحللين والأكاديميين والكتاب ومنها:

- وجود سماسرة الانتخابات، بالإضافة إلى أن هذه الظاهرة مرتبطة بوجود المال السياسي، وأيضاً مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالظروف الاجتماعية والاقتصادية للبلد، فكلما زاد الفقر في مكان ما زاد عدد السماسرة.
- حمل القوائم لنفس الوجوه القديمة التي سبق وأن ثار عليها الشعب، مشيراً إلى أن المناخ العام السياسي بدءاً من قانون التظاهر والهجوم المستمر على ثورة ٢٥ يناير كان أحد الأسباب الجوهرية لعزوف المصريين عن الانتخابات".
- غياب القواعد الجماهيرية للأحزاب وربما يعود ذلك إلى ضعف عملية الاتصال السياسي لدى الأحزاب والتي تمثل الآلية الأهم في تفاعل الحزب مع قواعده الجماهيرية المؤمنة بأفكاره وقيمه التي يتبناها، ويعود ذلك لعاملين أساسيين الأول: ضعف الانتماء الحزبي داخل المجتمع المصري، والذي يرتبط بعدم الانخراط في عضوية الأحزاب لاقتناع الكثيرين بعدم جدواها، أما العامل الثاني وربما الأهم فإنه يرجع إلى تركيز الأحزاب لأنشطتها في المحافظات والمدن المركزية، وعدم سعيها لإنشاء مقار حزبية تروج لأنشطتها بالمدن والقرى النائية.
- عدم التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامية، فالإعلام المصري الحكومي كان الأكثر مهنية والأكثر التزاماً بالأخلاقيات، والخروقات كانت بسيطة وكان هناك اعتذار عنها، أما الخروقات الأكبر كانت من الإعلام الخاص فكانت هناك فوضى عارمة، تدنى في الحوار، الاهتمام بضيف عن آخر، أو المجيء بمرشح وعمل دعاية له دون آخر، تخصيص حلقات بعينها لمرشح بعينه، أصبح المذيع طرف شخصي في المعادلة بذكر رأيه، فكان هناك عدم تكافؤ الفرص بين المرشحين، و تبنى مرشح بعينه والتعرض لمرشحين آخرين والمساس بسمعتهم عن طريق ظهور المذيع بتأييده لمرشح ويتحدث ويهاجم هجوم حاد مرشح آخر، بالإضافة إلى العويل والطم والتناول على الهواء.

- عدم وضوح البرنامج الانتخابي للمرشحين أمام الناخب، ويرجع ذلك إلى مسئولية اللجنة العليا للانتخابات بتعريف المرشحين للناخب عن طريق وضع السيرة الذاتية لهؤلاء المرشحين على صفحتها.

ثانيا: نتائج متعلقة بالدراسة الميدانية:

١. أوضحت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم مستوى متوسط من تأثيرات وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للتغطية الإعلامية تجاه القضايا السياسية المصرية الداخلية، فقد أصبح المواطن العربي في ظل الواقع الإعلامي الجديد محاصرا بكم هائل من الرسائل الاعلامية التي تتفق في بعضها مع قيمه وأخلاقياته وثقافته ولكنها في الجانب الأكبر منها تقدم مضامين ومعلومات وصورا مشوهة من جانب بعض الدول أو الهيئات أو الأفراد عن الشعوب والدول الأخرى مما يجعل الفضائيات والإنترنت وسائل اتصالية خطيرة في تزييف الواقع الخاص بشعب من الشعوب في العالم، فضلا عن ذلك ما تروجه هذه الوسائل من مضامين إباحية يمكن أن تسهم في تدمير منظومة القيم التربوية والأخلاقية عند الشباب والمراهقين والأطفال في الوطن العربي. وفي إطار هذا الواقع الثقافي الجديد بإيجابياته وسلبياته والذي أفرزته لنا تكنولوجيا الاتصال الحديثة يكون من الضروري أن نفكر في الأسلوب المناسب الذي يحمي الأجيال الجديدة من الشباب والمراهقين والأطفال من التأثيرات السلبية للرسائل الضخمة المنقولة عبر الفضائيات والإنترنت.

٢. أوضحت أيضا نتائج الدراسة الميدانية أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه معتدل نحو الديمقراطية.

٣. تم التحقق من صحة الفرض الرئيس للدراسة، والذي يشير إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ودالة إحصائيا بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة واتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية، وبذلك نقبل الفرض كليا بأنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب

لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد زاد ذلك من اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية بالإيجاب عن طريق الذهاب لصناديق الاقتراع والمشاركة في الحياة السياسية.

وبصفة عامة، فإن الدراسة شأنها شأن كثير من دراسات الاعتماد اختبرت التأثيرات الناتجة عن اعتماد الشباب على وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد، وأخيراً فإن طبيعة البيانات، وكون معظمها بيانات اسمية Nominal أو ترتيبية Ordinal قد جعل التحليل الإحصائي للدراسة في معظمه يعتمد على المعاملات اللامعلمية-Non Parametric.

المراجع

- (١) غادة ممدوح سيد. "دور القنوات التلفزيونية والإعلام الجديد في تشكيل المهارات النقدية للشباب نحو الممارسة الديمقراطية في مصر". رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٧). ص ٢.
- (٢) إيمان نعمان جمعه. تأثير التغطية الإعلامية لمجلس الشعب على صورته الذهنية وانعكاساتها على المشاركة في الانتخابات البرلمانية ل عام ٢٠٠٠. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد ٢، عدد ١، يناير/ مارس. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠١). ص ٢٣٢.
- (٣) نائلة إبراهيم عمارة. دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر (سبتمبر ٢٠٠٥). بحث ورد في: المؤتمر العلمي السنوى الـ ١٢ بعنوان: الإعلام وتحديث المجتمعات العربية في الفترة من ٢-٤ مايو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الأول، ٢٠٠٦). ص ٢٥٧.
- (٤) مناور بيان الراجحي. أطر التغطية الإخبارية للاستجابات البرلمانية في الصحف الكويتية: دراسة تحليلية في الفترة من يناير ٢٠٠٠ حتى ديسمبر ٢٠٠٩. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد ٩، عدد ٤، يوليو/ ديسمبر. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩). ص ٢٢٠.
- (٥) إيمان أحمد أبو الفتوح. "معالجة الخطاب الديني في الصحافة المصرية للانتخابات البرلمانية والرئاسية بعد ثورة ٢٥ يناير: دراسة تحليلية مقارنة". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، قسم الصحافة والنشر، ٢٠١٥). ص ١٤٨-١٤٩.
- (٦) غادة ممدوح سيد (٢٠١٧). مرجع سابق. ص ٢٠٢.
- (٧) وحدة تحليل السياسات. تحديات أمام الانتخابات التشريعية في مصر. سلسلة (ملفات). (الدوحة: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ٢٠١١). ص ٣.
- (٨) من هذه الدراسات على سبيل المثال لا الحصر:
- ياسر اسماعيل محمود. "المفهوم الحزبي للديمقراطية وانعكاساته على معالجات الصحف الحزبية للقضايا الاجتماعية". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٠١).
 - كرم شلبي. "صحافة ثورة يوليو: موقف صحافة الثورة من قضية الديمقراطية في الفترة من ١٩٥٢ إلى ١٩٦٠". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ١٩٨٠).

(٩) من هذه الدراسات أيضا على سبيل المثال لا الحصر:

- عادل عبد الغفار. العلاقة بين متابعة الشباب الجامعي لتطورات الإصلاح السياسي كما يعرضها التلفزيون واتجاهاتهم نحو مستقبل العمل السياسي في مصر. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٣٤، يوليو/ديسمبر. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩). ص ١-٤٤.
- عيسى عبد الباقي. "الصحافة والإصلاح السياسي: دراسة في تحليل الخطاب". (القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٩).
- رباب عبد الرحمن هاشم خليفة. المعالجة التلفزيونية والصحفية لقضايا الإصلاح السياسي في المجتمع المصري ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها". رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٨).
- خنان أحمد سليم. علاقة الفضائيات الإخبارية والصحف والجماعات المرجعية بتشكيل الاهتمامات نحو قضايا الإصلاح السياسي. بحث ورد في: المؤتمر العلمي السنوى الـ ١٢ بعنوان: الإعلام وتحديث المجتمعات العربية في الفترة من ٢-٤ مايو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الأول، ٢٠٠٦). ص ١٦٧-٢٥٦.

(10) Hassan, Mazen., Kendall, Elisabeth., & Whitefield, Stephen. Media, Cultural Consumption & Support for Democracy in Post-Revolutionary Egypt. *Political studies*, Vol. 64, N.3, 2016.Pp.534-551.

(11) P. Singh, Shane and E. Carlin, Ryan. Happy Medium, Happy Citizens: Presidential Power & Democratic Regime Support. *Political Research Quarterly*, Vol.6, N.1, 2015.Pp. 3-17.

(١٢) شيرين محمد كدواني. "استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية على الإنترنت وعلاقته بالتحول الديمقراطي في مصر: دراسة تطبيقية". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة أسيوط: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٥).

(13) Danju, Ipek., Maasoglu, Yasar., & Maasoglu, Nahide. From Autocracy to Democracy: The Impact of Social Media on the Transformation Process in North Africa and Middle East. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol.81, N.28, 2013.pp.678-681.

(١٤) ندية محمد عبد النبي القاضي. اتجاهات الشباب المصري نحو دور المواقع الإخبارية في دعم التحول الديمقراطي بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٤٣، يناير/يونيو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٣). ص ٢٨٣-٢٤٦.

- (15) Camaj, Lindita. Media Use & Political Trust in an Emerging Democracy: Setting the institutional trust agenda. Prepared for presentation at: the Association for Journalism & Mass Communication(AEJMC)conference in Chicago, August 2012.Pp.1-37.
- (16) JailanSharaf. Mass Media Contribution in Cognitive Effect On Egyptian Public Opinion to Practice Democracy.Egyptian journal of mass communication research, N.40, April June.(university of Cairo: faculty of mass communication, 2012).Pp.87-138.
- (17) Devichand, Alope.The Media &Democratisation in Tanzania & Sierra Leone. Paper presented to: the Division for Global Communication & Social Change of the International Communication Association annual conference, Boston, 23-26 May, 2011 .Pp.1-37.

(١٨) حسن محمد على خليل. معالجة قضايا المواطنة والديمقراطية فى البرامج الحوارية بالتقنوات الفضائية وعلاقتها بإدراك المراهقين لها. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣٦، يوليو/ديسمبر. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٠). ص ٢١٩-٢٩٠.

(١٩) خالد صلاح الدين حسن. دور الإعلام التقليدى والجديد فى تشكيل معارف الرأى العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية، وتحدياتها فى مصر: فى إطار تحليل الخطاب الإعلامى، ونظرية الاعتماد. بحث ورد فى: المؤتمر العلمى الدولى الـ ١٥ بعنوان: الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات فى الفترة من ٧-٩ يوليو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الثانى، ٢٠٠٩). ص ٨٢١-٩١٠.

(٢٠) حازم أنور محمد البنا، إبراهيم محمد أبو المجد فرج. تقييم الصفوة المصرية للتغطية الإعلامية فى الصحافة والتلفزيون لأحداث التحول الديمقراطى فى المنطقة العربية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ال عدد ٣١، يوليو/سبتمبر. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٨). ص ٧٥-١٨٤.

(٢١) صابر حارص محمد. دور الاتصال فى تحديث القرار الديمقراطى: أول انتخابات سعودية نموذجاً. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٢٧، يوليو/سبتمبر. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٧). ص ١٣١-١٨٧.

(٢٢) حسين أبو شنب. دور الانتخابات التشريعية الفلسطينية فى تنمية الوعى السياسى والممارسة الديمقراطية. بحث ورد فى: المؤتمر العلمى السنوى الـ ١٢ بعنوان: الإعلام وتحديث المجتمعات العربية فى الفترة من ٢-٤ مايو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الثالث، ٢٠٠٦). ص ١٣٣٣-١٣٦٤.

- (23) Paul.D, Angels. News Framing.**Journal of Communication**, Vol.52, N.4, 2002.Pp.875-876.
- (24)Wanta, Wayne.,& Hu, Yo-Wei. The agenda-setting effects of international news coverage: An examination of differing news frames. **International journal of public opinion**, Vol.5, N.3, 1993.Pp.250-264..
- (25)Miller, Mark.M.,&Riechert, Bonnie. Concept mapping & framing analysis of news liking traditional conceptualization to A new quantitative method. Paper presented at: **framing in the media landscape conference U.S.A, October13-14.**(university of south Carolina, 1997). p.18.
- (٢٦) جمال عبد العظيم أحمد. أطر إنتاج الخطاب الخبري في المواقع الإلكترونية في الأزمات الدولية: دراسة حالة لموقعي (بى بى سى و العالم) بالتطبيق على أزمة احتجاز البحارة البريطانيين. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد ٣٤، يوليو/ ديسمبر. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩). ص ١١٩-٤٥: ٥٤.
- (27) Ball-Rokeach, S., & De Fleur, M.A Dependency Model of Mass-Media Effects.**Communication Research**, Vol.3, N.1, 1976.Pp.6:3-21.
- (٢٨) رانيا أحمد محمود مصطفى. مدى اعتماد الشباب على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصري. بحث ورد في: المؤتمر العلميال ١٣ بعنوان: الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعى للمواطن العربى فى الفترة من ٨-١٠ مايو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٧). ص ١٢٧٥-١٣٠٠.
- (٢٩) سمية عرفات. العلاقة بين استخدام الجمهور المصرى للقنوات الفضائية والانترنت خلال ثورة ٢٥ يناير والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري". **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، المجلد ١١، العدد ١، يناير/ مارس، عدد خاص (الرأى العام وثورة ٢٥ يناير). (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٢). ص ٢٨٥: ٢٧٧-٣٥١.
- (30) <http://www.alexa.com/topsites/countries/EG.8٧7٢016,4:33pm>.
- (٣١) أسماء السادة الأساتذة المحكمين (طبقاً للترتيب الهجائى من الأحدث للأقدم):
١. أ.د/ بركات محمد عبد العزيز أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل الكلية لشئون الدراسات العليا والبحوث بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
 ٢. أ.د/ خالد صلاح الدين حسن الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.

٣. أ.د/ عادل عبد الغفار أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة وعميد كلية الإعلام جامعة النهضة.
 ٤. أ.د/ فوزى عبد الغنى أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام جامعة فاروس بالأسكندرية.
 ٥. أ.د/ محمد المرسى أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.
 ٦. أ.د نجوى كامل الأستاذ بقسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- (٣٢) أسماء المرمرين حسب الترتيب الهجائي:
١. د. السيد أبو شعيشع/ المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
 ٢. أ. دينا محمود/ المدرس المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الآداب جامعة أسيوط.
- (٣٣) أسماء السادة الأساتذة المحكمين (طبقا للترتيب الهجائي من الأقدم للأحدث):
١. أ.د/ اعتماد خلف معبد أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس.
 ٢. أ.د/ بركات محمد عبد العزيز أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل الكلية لشئون الدراسات العليا والبحوث بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
 ٣. أ.د/ خالد صلاح الدين حسن الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.
 ٤. أ.د/ سامى محمد نصار الأستاذ بقسم أصول التربية بمعهد الدراسات التربوية جامعة القاهرة.
 ٥. أ.د/ عادل عبد الغفار أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة وعميد كلية الإعلام جامعة بنى سويف.
 ٦. أ.د/ على عبد السلام الأستاذ بقسم علم النفس كلية الآداب جامعة بنها.
 ٧. أ.د/ محمد المرسى أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.
 ٨. أ.د/ محمود يوسف الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة.
 ٩. أ.د/ محى الدين القاسم الأستاذ بقسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة.
 ١٠. أ.د/ محمد أحمد غنيم الأستاذ بقسم علم النفس التربوى كلية التربية جامعة بنها.
- (٣٤) وجدى حلمى عبد الظاهر (٢٠٠٩). "معالجة الدراما العربية التى يعرضها التلفزيون المصرى لقضايا الفساد فى المجتمع وعلاقتها بإدراك الجمهور واتجاهاته نحوها". رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٩). ص ٣١٥.

(٣٥) نوال عبدالله على الحزورة. "التعرض للدراما العربية فى القنوات الفضائية وعلاقته بإدراك الجمهور اليمنى لأدوار المرأة فى المجتمع". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٠). ص ٢٠٨.

(٣٦) غادة ممدوح سيد (٢٠١٧). مرجع سابق.

(٣٧) عبد الله ممدوح مبارك الرعود. "دور شبكات التواصل الاجتماعى فى التغيير السياسى فى تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا: كلية الإعلام، ٢٠١٢). ص ٢-٣.

(٣٨) عدلى سيد رضا. التربية الإعلامية ضرورة فى عصر الفضائيات والإنترنت (٢٠٠٩). ورد بموقع:

<http://www.ahram.org.eg/Archive/2009/3/24/Writ3.htm>. date of search:

28/9/2016, 9:42 pm.