

معالجة الإعلام التقليدي والجديد لقضايا الديمقراطية
المصرية بالتطبيق على انتخابات مجلس النواب 2015:
دراسة تحليلية ميدانية

العنوان:

مجلة البحوث والدراسات الإعلامية
المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

المصدر:

أمين، غادة ممدوح سيد

الناشر:

ع2

نعم

2017

مارس

273 - 352

931511

بحوث ومقالات

Arabic

HumanIndex

المؤلف الرئيسي:

المجلد/العدد:

محكمة:

التاريخ الميلادي:

الشهر:

الصفحات:

MD: رقم

نوع المحتوى:

اللغة:

قواعد المعلومات:

المعالجة الإعلامية، الإعلام التقليدي، الإعلام الجديد،
الممارسات الديمقراطية، الانتخابات البرلمانية

<http://search.mandumah.com/Record/931511>

رابط:

للاستشهاد بهذا البحث قم بنسخ البيانات التالية حسب إسلوب
الاستشهاد المطلوب:

APA إسلوب

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، ع 352.2 ، 273 ، 931511/Record/com.mandumah.search/ : 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 2 (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 (٠)

مقدمة

لقد ظلت وسائل الإعلام التقليدية من صحفة وإذاعة وتليفزيون وفضائيات هي المسيطرة على عقل الجمهور، الذي استمر لفترة طويلة من الوقت متألماً سلبياً للمعلومات يستقبل ولا يكون له رد فعل ولا تغذية عكسية لما ينشر أو يذاع أو يُبث، إلى أن ظهرت وسائل الإعلام الجديدة أو الإعلام البديل أو كما يسمى البعض صحفة المواطن، فأصبح المواطن قادراً على إنتاج الخبر بنفسه سواء بتصوير فيديو لما يحدث في أي مكان يمر به، أو بكتابه ما يدور في خاطره على صفحات التواصل الاجتماعي وأبرزها شبكة الفيس بوك، وصار تلك الشبكات دوراً بارزاً في حياة كل منا وخاصة الشباب الذين يمضون معظم أوقاتهم أمام شبكة الإنترنت يتصفحون مواقعها للقراءة والمزيد من الثقافة والمعلومات؛ وذلك نظراً لما أتاحته تلك المواقع من حرية كاملة للتعبير عن الرأي دون تقييد ولا ضوابط لما ينشر عليها.

ونتيجة لذلك ظهر ما يسمى بالمارسات 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

(٠) 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 السياسي يُضفي مصداقية على نموذج الديمقراطية الإعلامية، ويُنصح هذا في الاحتجاجات واسعة النطاق في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا والتي تُعرف باسم الربيع العربي حيث سمح موقع الإعلام الاجتماعي مثل فيس بوك وتويتر ويوتيوب للمواطنين بالتواصل سريعاً مع بعضهم البعض وتبادل المعلومات وتنظيم الاحتجاجات المناهضة لحكوماتهم، وبينما لا يمكن القول بأن الإعلام الاجتماعي وحده الفضل في نجاح هذه التظاهرات، فقد لعبت التقنيات دوراً مهماً في إحلال التغيير في 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 في عملية المشاركة السياسية باعتبارها جوهر العملية الديمقراطية من خلال تتميم الوعي السياسي لدى المواطنين وتعريفهم بالمشاركة السياسية وأهميتها، والسبل والقنوات التي يمكن المشاركة من خلالها بالإضافة إلى حثهم على المشاركة عن طريق خلق اتجاهات إيجابية نحو هذه العملية بكافة صورها وأشكالها إلى جانب إذكاء دوافع المشاركة السياسية لدى الأفراد وتهبيش معوقاتها. وفي إطار هذا الدور تتحمل وسائل الإعلام مسؤولية توفير المعلومات الرسمية وغير الرسمية، الظاهرة والخفية مما يدور في الساحة السياسية وأروقتها بحرية؛ لدعم مصداقيتها لدى الجمهور والعمل على تزايد تفاعل الرأي العام مع الواقع المجتمعي السياسي والتحفيز على المشاركة في الأنشطة السياسية المختلفة^(٢).



من ناحية أخرى تعد الانتخابات من المظاهر الرئيسية في الاتصال السياسي والمشاركة السياسية في المجتمع، كما تختلف الدلالات والنتائج المتعلقة بالانتخابات من نظام سياسي إلى آخر وربما على صعيد نفس النظام السياسي من حقبة زمنية إلى أخرى لأسباب تتصل بالتطور الاقتصادي والاجتماعي والحضاري وطبيعة نظام الحكم. وتشكل الانتخابات أهمية خاصة في الكثير من الدول والمجتمعات وخاصة الدول التي تأخذ بنظام تعدد الأحزاب، فالفوز في الانتخابات قد يؤهل المواطن لكي يصبح عضواً في النخبة السياسية أو أن يستمر في ممارسة دوره في النخبة السياسية بالنسبة لأصحاب المناصب السياسية، فضلاً عن أنها أحد الوسائل السلمية لحل الصراعات الاجتماعية والسياسية، ومن الطبيعي أن تتأثر الانتخابات بجميع العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والحضارية^(٣). وتعتبر الانتخابات البرلمانية/ مجلس النواب من أخطر الانتخابات التي تقام في أي بلد؛ نظراً لمهامها الجسيمة فهي من تسن القوانين التي تحدد معايير السياسات الحكومية على الصعيد الداخلي والخارجي، كما أنها تراقب سياسات الحكومة الداخلية والخارجية من النواحي السياسية والمالية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وإلى جانب الصلاحيات المختلفة (مراجعة الدستور، استشارة رئيس مجلس 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، والأئمة والاستجواب، وغيرها) فإن للبرلمان اختصاصين أساسين هما: التصويت على القانون والرقابة على الحكومة^(٤).

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

الاستحقاق الثالث لخارطة الطريق، وتعد تلك الانتخابات من أكثر الانتخابات نزاهة نظراً لأنها كانت تحت إشراف القضاء المصري وبحماية كل من رجال الجيش والشرطة، وقد حاولت وسائل الإعلام المصرية سواء التقليدية أو الجديدة أن تشهد في تلك الانتخابات وأن تكون طرفاً فاعلاً في 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 ستبني 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 المتردنة التي تنتج أفراداً ضيقاً الأفق محدودين ووجهاء قرئ؛ وبوجود مجلس نواب حيوي ستكون السلطة التنفيذية في مصر أكثر فعالية واستقلالاً^(٢).

مشكلة الدراسة :

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

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى ما يلى:

١. تحليل الخطاب الإعلامي لأهم قضايا الديمقراطية المصرية بالتطبيق على الانتخابات البرلمانية المصرية لعام ٢٠١٥ في كل من الإعلام التقليدي (عينة من برامج الرأي المعروضة بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة)



- والجديد (عينة من الصحف الإلكترونية) لمعرفة أهم الأطروحات والقوى الفاعلة البارزة فيها.
٢. المقارنة بين الخطاب الإعلامي في برامج الرأي والصحف الإلكترونية في طرح أسباب وحلول قضايا الديمقراطية المصرية.
٣. معرفة معدلات اعتماد الشباب الجامعي المصري على الإعلام التقليدي والجديد في الحصول على المعلومات نحو قضايا الديمقراطية المصرية.
٤. قياس العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة وحدوث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية لدى الشباب الجامعي المصري.
٥. قياس العلاقة بين اعتماد الشباب الجامعي المصري على الإعلام التقليدي والجديد واتجاهاتهم نحو العملية الديمقراطية المتمثلة في الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٥ والمشاركة السياسية.

أهمية الدراسة :

تكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة، ومصدر هذه الأهمية يتمثل في العديد من الأمور التي نشير إليها بإيجاز على النحو التالي:

١. ما شهدته الساحة المصرية من أحداث سياسية بدءاً من ثورة ٢٥ من يناير وما أثارته من تساؤلات حول إمكانية تطبيق مبادئ الديمقراطية من تعنة ومشاركة سياسية من قبل أفراد الجمهور المصري.
٢. أهمية الدور الذي يمكن أن تقوم به البرامج الحوارية المعروضة بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة والإعلام الجديد بأشكاله المختلفة من خلال تركيزها على نشر مبادئ الديمقراطية والمعلومات الكافية التي تساعد الشباب على مشاركتهم السياسية في 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 السياسي^(٩)،

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

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

٥ . الاستفادة من نتائج الدراسة الميدانية التي ستجريها الباحثة على عينة من الشباب الجامعي المصري المستخدم بالفعل لشبكة الإنترنت والصحف الإلكترونية، ومقارنة هذه النتائج بمعيناتها من دراسات الإعلام الجديد السابقة لهذه الدراسة.

تقسيم الدراسة

يمكن عرض مخرجات الدراسة على النحو التالي:

- الدراسات السابقة للدراسة.
- الإطار النظري للدراسة.
- ت Saulات الدراسة وفرضها.
- 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" (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 استخداماً مثل (الشعر والروايات والقصص القصيرة والمسرحيات والأغاني) وتدعم 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 مبحوثاً من ثلاث محافظات وهي القاهرة والمنيا والدقهلية. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج من أهمها: أن هناك علاقة بين وسائل الإعلام الاجتماعية وتدعم الديمقراطية أو أن هناك تأثيرات إيجابية لوسائل الإعلام الاجتماعية على الديمقراطية في حين تقل تلك التأثيرات في حالة المواد الأدبية.

٢. دراسة "شان ورايان" (٢٠١٥)^(١١) بعنوان "العلاقة بين النظام الرئاسي ودعم النظام الديمقراطي": هدفت الدراسة للإجابة على تساؤل رئيس فحواه هل السلطة التنفيذية للقوانين والنظام الديمقراطي القوى يتم تدعيمهم في ظل الأنظمة الديمقراطية الرئاسية؟، وذلك بدراسة مسحية على عينة مدارها 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 انتقال 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 موقع الشبكات الاجتماعية في دعم عملية التحول الديمقراطي في مصر، حيث قامت الباحثة بتحليل خطاب الصفحات التي أنشأها الشباب المصري على الشبكات الاجتماعية والتي نادت بالتغيير والتحول الديمقراطي والتعليقات الواردة على هذا الخطاب في إطار نظرية المجال العام، واستخدمت أسلوب الحصر الشامل لخطاب صفحى (كلنا خالد سعيد) و (حركة شباب ٦ إبريل). وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج من أهمها: تروع المصادر التي اعتمدت عليها الصفحات في المرتبة الأولى بنسبة (٦٨,٧٪)، بلغ إجمالي عدد الأطروحتات التي ناقشها خطاب الصفحات عينة الدراسة معا حول قضية التحول الديمقراطي (٣٨) أطروحة كانت أبرزها أطروحة الحشد والتعبئة للظاهر يوم عيد الشرطة ٢٥ يناير ٢٠١١.

٤. دراسة "إيبيدانجو وآخرون" IpekDanju, et al عام (٢٠١٣)^(١٣) بعنوان "تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية في عملية التحول في شمال أفريقيا والشرق الأوسط": هدفت الدراسة استنادا على التحليل الثاني meta-analysis إلى استكشاف دور وسائل الإعلام وموقع الشبكات الاجتماعية للتعبئة في الفترة التي سبقت انتفاضات ٢٠١١. وتنقسم هذه الورقة إلى قسمين: القسم الأول/ عبارة عن خلية 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، وتحلّق المجتمعات، وأن تعمل على زيادة الشفافية، والسعى إلى مساعدة الحكومات.

٥. دراسة "نديمة عبد النبي محمد القاضي" عام (٢٠١٣)^(١٤) بعنوان "اتجاهات الشباب المصري نحو دور الواقع الإخبارية في دعم التحول الديمقراطي بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١": سعت الدراسة إلى رصد وتحليل وتقدير اتجاهات الشباب المصري نحو دور الواقع الإخبارية في دعم التحول الديمقراطي في مصر إبان ثورة ٢٥ يناير، وقد استندت في إطارها النظري على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث طبّقت استماراة الاستبيان على عينة مكونة من ٣٩٢ مبحوثاً من الشباب من سن ١٨ إلى أقل من ٤٠ سنة. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها: أكدت الدراسة على الدور المهم للواقع 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 الواقع الإخبارية التي اعتمدت عليها عينة الدراسة في متابعة أحداث التحول الديمقراطي.

٦. دراسة "لينديتا كاما" LinditaCamaj عام (٢٠١٢)^(١٥) بعنوان "استخدام وسائل الإعلام والتقة 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 تقة المواطنين في المؤسسات السياسية، وتقترن بدراسة 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 التقة السياسية، وقد بلغت عينة الدراسة التحليلية ٧١٠ قصة إخبارية تليفزيونية، ٣٩٩ قصة إخبارية من الراديو، ٣٤٧ مقالاً 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 أي بلد، حيث كشفت الدراسة أنه في المجتمعات التي تمر بالتحولات السياسية ويوجد بها نظام وسائل الإعلام الحر والمجتمعية فإنها تحافظ على المؤسسات الحاكمة تحت رقابة الرأي العام مع المساهمة في تقديم المعلومات التي تعمل على التعلم السياسي للمواطنين حول القضايا الهامة والأداء المؤسسي في تلك القضايا وأن يجعلهم يتقدما إلى حد ما في المؤسسات السياسية في بلادهم، أيضاً كشفت الدراسة أن نزاهة وصدق وسائل الإعلام في تقديمها المعلومات عن تلك المؤسسات تعد أبعاد هامة في الثقة السياسية.

٧. دراسة "جيلان شرف" *Sharaf, Ilan* لعام (٢٠١٢)^(١١) بعنوان "مساهمة وسائل الإعلام في التأثير المعرفي لدى الرأي العام المصري نحو الممارسة الديمقراطية": هدفت الدراسة إلى اختبار نظرية التهيئة المعرفية ومستوى الثقة في وسائل الإعلام، وأيضاً دور وسائل الإعلام بأشكالها المختلفة من (صحافة - راديو - تليفزيون - إنترنت) وسواء كانت عامة أو خاصة - في إرساء وتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الديمقراطية وذلك بعد ثورة ٢٥ من يناير ٢٠١١، وقد تم اختيار عينة عشوائية بلغت ٢٣٤ مبحوثاً. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج من أهمها: أن أكثر القضايا المهمة التي حظيت باهتمام المبحوثين كانت قضايا عدم الحماية كالانتخابات الرئاسية بوزن نسبي (٧٩٪)، كما أن نسبة (١٧,١٪) يضعون قضية الحرية السياسية في مقدمة أجندة أولوياتهم، تليها قضية الانتخابات البرلمانية بنسبة (١٠,٧٪)، وأشارت الدراسة إلى أن نسبة (٣٨,٥٪) يفهمون مفهوم الديمقراطية بأنه حرية التعبير عن الرأي، في حين أن نسبة (٢٢,٦٪) يفهمونها بأنه العدالة الاجتماعية، وقد أوضحت نتائج الدراسة أيضاً أن نسبة (٧٩,٩٪) أجابوا بأنهم سيشاركون في الانتخابات البرلمانية، في حين أن نسبة (٢١,١٪) لن يشاركون في تلك الانتخابات، وقد ذكرت نسبة (٢٩,٨٪) سبب عدم المشاركة بأنهم لم يجدوا المرشح المناسب.



٨. دراسة "ألوك ديفيشاند" AlokeDevichand عام (٢٠١١)^(١٧) بعنوان "وسائل الإعلام والتحول الديمقراطي في كل من تزانيا وسيراليون": تتناول هذه الدراسة تأثير وسائل الإعلام على مصير الديمقراطية في كل من دولة تزانيا 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 الرئيسة 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 ٦٦٨ مبحوثاً في تزانيا و١٥٩٤ 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 تزانيا، 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 التليفزيون ومستوى كبير من الفعالية السياسية والدعم العالي لشرعية الممارسات الديمقراطية.

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

باستخدام نظرية الغرس التقافي. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها: تبنّى اهتمام البرامج الحوارية عينة الدراسة بتخصيص مساحات زمنية كبيرة لمناقشة الملفات التي عكست أبعاد المواطنة والديموقراطية السلبية والإيجابية محل الدراسة، وجاءت مناقشة المشكلات المجتمعية المثيرة للجدل وتناول خصائص المجتمع المصري واحتياجاته التنموية في مقدمة مظاهر اهتمام البرامج الحوارية بمناقشتها وفقاً لآراء المراهقين.

١٠. دراسة "خالد صلاح الدين" عام (٢٠٠٩)^(١٩) بعنوان "دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديموقراطية": هدفت الدراسة رصد وقياس دور الخطاب الإعلامي الوارد في الإعلام التقليدي والجديد؛ فضلاً عن رصد وقياس المتغيرات الوسيطة التي تدعم أو على العكس تُضعف من دور الخطاب الإعلامي في تشكيل الاستجابات المعرفية والوجودانية للرأي العام نحو قضايا الديموقراطية 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، و٥ برامج تمثل التليفزيون الحكومي والخاص، و٣ موقع 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 الجماعي في إبراز الدور المهم للخطاب الإعلامي وأطروحاته البارزة بشأن الديموقراطية في تعميق وعي الرأي العام المصري بمفاهيم الديموقراطية وأبعادها، والتحديات التي تواجه تكريسها في المجتمع المصري، تشير نتائج الدراسة أيضاً إلى أنه كلما زاد اعتماد الرأي العام على الخطاب الإعلامي للوسيلة الإعلامية المعينة - سواء تقليدية أم جديدة -؛ زادت وبالتالي احتمالات تبنيه لأطروحات تلك الوسيلة وتفسيراتها للواقع السياسي في تشكيل اتجاهاته، وتحديد موافقه إزاء قضايا الديموقراطية وتحدياتها.



١١. دراسة "حازم أنور محمد البنا، وإبراهيم محمد أبو المجد فرج" عام (٢٠٠٨)^(٢٠) بعنوان "تقييم الصفة المصرية للتغطية الإعلامية في الصحافة والتليفزيون لأحداث التحول الديمقراطي في المنطقة العربية": تهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاه الصفة 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 الصفة المصرية لوسائل الإعلام المصرية ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام كمصدر أساسية للحصول على المعلومات لمتابعة أحداث التحول الديمقراطي في المنطقة العربية، وقد بلغ قوام العينة ٤٠٠ مبحوثاً موزعين على أربعة أنواع من الصفة (السياسية، أكاديمية، إعلامية، دينية). وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها: تصدرت الصحف المصرية أكثر العناصر مصداقية يلجأ إليها الصفة المصرية عند التعرض للتقارير المتناقضة بشأن أحداث التحول الديمقراطي بنسبة (٩٣,٨٪) ثم المجالات المصرية (٨٦٪) ثم القوات القضائية (٧٩,٨٪)، يليها الفضائيات العربية (٧٣,٨٪)، وقد جاءت "استجابة لضغط خارجية (أمريكية - أوروبية)" وتبني مشروع الشرق الأوسط الجديد في مقدمة أسباب الدعوة إلى التحول الديمقراطي في المنطقة العربية بنسبة (٧٥٪) كما يراها الصفة 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 تحديد القرار الديمقراطي: أول انتخابات سعودية نموذجاً": تهدف الدراسة إلى تحديد أفضل وسائل الاتصال في تعريف الجمهور بالأفكار والقيم الديموقراطية 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: الاقناع بفكرة الانتخاب وأهميتها (٣٨,٧٪)،

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

١٣. دراسة "حسين أبو شنب" عام (٢٠٠٦)^(٢٢) بعنوان "دور الانتخابات التشريعية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي والممارسة الديموقراطية": هدفت الدراسة الكشف عن دور الانتخابات التشريعية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي والديموقراطي، 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٪)، وهي نسبة عالية تدل على ارتفاع نسبة المشاركة، وذلك يعود إلى رغبة الشعب الفلسطيني في الممارسة الديموقراطية والتعددية السياسية، وكشفت الدراسة أن المرشحين يعتمدون على التدوارات والمؤتمرات في الدرجة الأولى وفق رؤية المبحوثين بنسبة (٤١,٤٪) ويليها المناظرات الإعلامية والاتصال الشخصي وسيارات الإذاعة، والكتابة على الحائط، وأن من أهم المعايير لتحقيق الوعي السياسي والممارسة الديموقراطية في رأي المبحوثين التعددية السياسية، وحرية الرأي والتعبير، وتعزيز الممارسة الديموقراطية، والاهتمام بالمساءلة والمحاسبة وتدعم النظام والقانون.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

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



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

٢. أكثر الدراسات اهتممت بدور وسائل الإعلام الجديدة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك مثلاً) في دعم التحول الديمقراطي، فكانت هناك دراسات تحليلية لبعض الصفحات وأخرى ميدانية على عينة من الشباب؛ لذا 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 الأربعين مبحوثاً بمراحل، وهذا تتسا�能 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 البعدى (تحليل التحاليل الإحصائية أو التحليل من المستوى الثاني

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

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

٩. استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في استخدامها للجوانب المنهجية ومشكلة وصياغة فروض الدراسة الحالية حيث تم اشتقاقها من نظرية الاعتماد، فقد اعتمد كثيرٌ من الدراسات على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام باعتبارها أنساب النظريات وأكثرها استخداماً في الدراسات الإعلامية التي تقيس التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام، ولذلك فإن الباحثة ستعتمد عليها كإطار نظري لدراستها.

الإطار النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على مدخلين نظريين (نظرية الأطر الإعلامية، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام)، وهما على النحو التالي:

١. نظرية الأطر الإعلامية :Framing theoryMedia

تقوم نظرية تحليل الأطر على أن وضع الأحداث في إطار معين يكسبها معنىً وذلك من خلال تنظيم المعلومات المرتبطة بها بطريقة معينة تضفي عليها قدرًا من الاتساق من خلال التركيز على جوانب من الموضوع وإهمال جوانب أخرى متعلقة بهذه الأحداث^(٣). وينظر كثير من الباحثين لنظرية تحليل الأطر باعتبارها امتداداً بحثياً لنظرية وضع الأجندة والتي جاءت نتيجة للتراكم المعرفي في مجال دراسة تأثيرات وسائل الإعلام، الأمر الذي دفع الكثيرين إلى النظر إليها على أنها تمثل



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

أولاً: يشير نموذج "إنتمان" إلى أن تحليل أطر التناول الخبرى لقضية ما يتم استخلاصه من تناول وسائل الإعلام للأخبار في إطار أربعة عناصر رئيسية وهي: (تحديد المشكلة أو القضية، تحديد وتشخيص الأسباب، التقييم الأخلاقى للقضية، اقتراح الحلول للقضية المثار)، 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 في كل من برامج الرأي بالتليفزيون المصري الحكومي والخاص وبعض الصحف الإلكترونية ، وتطبيق عناصر نظرية الأطر للكشف عن أساليب المعالجة ومرعياتها والأطراف المختلفة الفاعلة في القضية محل الدراسة.

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

ثالثا: تقع هذه الدراسة ضمن دراسات المستوى الأول للأطر المتعلقة بالمعالجة الإعلامية للأحداث، حيث تهتم الدراسة بأطر تقديم الانتخابات البرلمانية المصرية ٢٠١٥ في التليفزيون المصري الحكومي 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 في تأليف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (MSD)، حيث افترضت أنه يوجد في نموذج الاعتماد dependency model العلاقة الثلاثية بين الجمهور، ووسائل الإعلام، والمجتمع، وقد عرفت الاعتماد بأنه: العلاقة التي يتم فيها إشباع للحاجات أو تحقيق الأهداف لطرف واحد يتوقف حصوله على الموارد من طرف آخر، كالحصول على أنواع المعلومات التي تساعد في الحفاظ على الشعور بالازدحام والانفصال مع العالم الاجتماعي خارج إحدى الدول المجاورة^(٢٧). وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على عدة افتراضات:

- يختلف النظام الاجتماعي وفقاً لدرجة استقراره وكلما زادت حالات التغيير وعدم الاستقرار في مجتمع ما زاد اعتماد أفراد هذا المجتمع على وسائل الإعلام.



- كلما توافرت للنظام الإعلامى القدرة على إشباع احتياجات الجمهور كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
 - يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام تبعاً لظروفهم وخصائصهم وأهدافهم^(٢٨)، فالصنفة 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 "لوري" على عينة من الشباب بعد أحداث ١١ سبتمبر حيث تبين أن إدراك الخطر والشعور بالتهديد كان السبب الرئيس لكتافة استخدامهم لوسائل الإعلام^(٢٩).

ويمكن توظيف نظرية الاعتماد في الدراسة الحالية على النحو التالي:

أولاً: تُعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أنسُب النظريات التي تقيس التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام؛ ولذلك جاء اختيارها في تلك الدراسة لقياس إلى أي مدى يعتمد الشباب الجامعي المصري على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الحصول على المعلومات عن القضايا المصرية، بعمل مقياس لמדד الاعتماد وما أهداف هذا الاعتماد؟، وقياس تأثيرات الاعتماد بعمل مقياس ثلاثي الأبعاد لكل من هذه التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- والسلوكية).

ثانياً: تميز وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد منها بصفة خاصة. - يقدر من الحرية في تناولها للقضايا المختلفة، ولذلك فسوف تقوم الباحثة بعمل مقياس ثلاثة لقياس اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية متمثلة في الانتخابات والمشاركة السياسية.

ثالثاً: استخدمت الدراسة الحالية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واعتمدت عليها منهجياً كإطار نظري لها لتحقيق بعض أهداف الدراسة، وذلك بالاعتماد على هذه النظرية في 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 وفروعها

أولاً/ 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؟

ثانياً: 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؟

ثالثاً: فروض الدراسة الميدانية:

تتعلق 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 طردي موجب - دالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة واتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية.
٢. توجد علاقة ارتباط طردي موجب - دالة إحصائية 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 إحصائية بين الشباب الجامعي المصري تبعاً للخصائص الديموغرافية الآتية: النوع (ذكور/إناث)، المستوى التعليمي الجامعي (خاص/حكومي)، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي ومتوسطات درجات الشباب على الدرجة الكلية لقياس اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية.

الإجراءات المنهجية للدراسة

٠ متغيرات الدراسة الميدانية:

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

جدول رقم (١)

متغيرات الدراسة الميدانية

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

٠ منهجية قياس المتغيرات:

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

١. مقياس التعرض للقوى الفضائية:

يشتمل هذا المقياس على ثلاثة أسئلة، وتم تحديد مجموعة من الأبعاد التي من خلالها تم قياس حجم التعرض للقوى الفضائية وهي: مدى مشاهدة القنوات الفضائية، وعدد أيام مشاهدة القنوات الفضائية في الأسبوع الواحد، ومتوسط عدد ساعات مشاهدة القوى 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 الإنترنٌت:

يشمل هذا المقياس على ثلاثة أسئلة، وتم تحديد مجموعة من الأبعاد التي من خلالها تم قياس حجم التعرض الإنترنٌت وهي: مدى استخدام شبكة الإنترنٌت، عدد أيام استخدام شبكة الإنترنٌت في الأسبوع الواحد، متوسط استخدام شبكة الإنترنٌت في اليوم الواحد وقد تم تجميع درجات مقياس استخدام شبكة الإنترنٌت 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 المقرأة 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 لقضايا 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 بمقاييس ليكرت ثلاثة الأبعاد مكون من (موافق- محايد- معارض)، ويتم وضع درجة لكل اختيار، وقد تم تجميع درجات المقياس الكلى للتأثيرات الناتجة عن التعرض للتغطية الإعلامية لقضايا 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 بعد الاتجاه نحو الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥، وبعد المشاركة السياسية التقليدية، وبعد المشاركة السياسية الحديثة، ويقوم المبحوثون بتحديد درجة موافقهم على هذه العبارات بمقاييس ثلاثة الأبعاد مكون من (موافق-محايد-معارض)، وقد تم تجميع درجات مقياس الاتجاه نحو الديمقراطية الكلي، والذي يشمل على العبارات من (١٦-١)، وترواحت درجاته ما بين (٤٨-١٦ درجة)، وصنفت مستوياته الثلاث على النحو التالي:

- مستوى منخفض (١٦-٤٦ درجة).
- مستوى متوسط (٢٧-٣٧ درجة).
- مستوى مرتفع (٣٨-٤٨ درجة).

نوع الدراسة ومنهجها

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف لوصف قضية الانتخابات البرلمانية المصرية لعام ٢٠١٥ كما عرضها الخطاب الإعلامي لكل من الإعلام التقليدي والجديد وصفاً دقيقاً بالنسبة المئوية، بالإضافة للوصف الكيفي أى التحليل والقسیر للقضية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح - (المضمون وللجمهور أيضاً) - بشقيه الوصفي والتحليلي.

مجتمع وعينة الدراسة

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة التحليلية:

- مجتمع الدراسة التحليلية: تم تقسيم مجتمع الدراسة التحليلية لشقيين: الشق الأول خاص بمجتمع الدراسة من الإعلام التقليدي (القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة)، وقد وقع الاختيار على برنامج مصر المذاع على القناة الثانية بالتليفزيون 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 في الحصر الشامل لمعظم الحلقات والأعداد الصحفية في الفترة من ٩/٢٨ حتى ٢٠١٥/١٢/٢، وتم تقسيم عينة الدراسة التحليلية على النحو التالي:

• عينة البرامج التليفزيونية:

بلغت عينة الدراسة التحليلية من برامج الرأى ١١١ حلقة برام吉ة مقسمة على النحو التالي: ٤٦ حلقة من برنامج مصر الأهم، و ٦٥ حلقة من برنامج الحياة اليوم، وبناء على الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة فقد وقع الاختيار على برنامج مصر الأهم الذي يذاع على القناة الثانية بالتليفزيون المصري نظراً لأنه من أهم برامج الرأى التي تعمل على إهاطة المشاهد المصري بكل ما يحدث حوله من أحداث داخل بلده، ووقع الاختيار على برنامج الحياة اليوم الذي يذاع على قناة الحياة الفضائية المصرية الخاصة؛ لمجيئه في مقدمة برامج الرأى التي تحظى بنسبة مشاهدة عالية. وهذا ما توضحه الجداول التالية:

جدول رقم (٢)

عدد الحلقات البرام吉ة الخاضعة للتحليل

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



جدول رقم (٣)

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

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

• عينة الواقع الإلكتروني:

أما عينة الدراسة من الصحف الإلكترونية فقد بلغت ١١٤ عدداً مقسمة على النحو التالي: ٦٦ عدداً من موقع صحيفة الأهرام، و ٦٦ عدداً من صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وقد وقع الاختيار على موقع صحيفة الأهرام لتمثل الصحف القومية ونظرًا لاعتبارها المنبر الأبرز لوجهات النظر الرسمية في قضايا الديمقراطية، وصحيفة اليوم السابع الإلكترونية لتمثل التيار المستقل في المجتمع ونظرًا 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 الواقع المصرية بصفة عامة، والترتيب الأول كأول صحيفة إلكترونية مصرية يتم قرائتها من قبل مستخدمي شبكة الإنترنت، وقد اتفقت تلك النتيجة مع الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة في أواخر عام ٢٠١٥.

ويوضح الجدول التالي خصائص عينة الصحف الإلكترونية:

جدول رقم (٤)

الأعداد الخاصة للتحليل لعينة الصحف الإلكترونية موزعة حسب الشهر

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

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

- مجتمع الدراسة الميدانية:

تم تحديد المجال الجغرافي للدراسة الميدانية في شباب الجامعات والمعاهد الحكومية والخاصة والذي يشمل على الجامعات التالية: (جامعة القاهرة - جامعة بنها - جامعة فاروس - أكاديمية الشرف).

- عينة الدراسة الميدانية:

تم اختيار عينة عشوائية طبقية من الشباب الجامعي المصري من الأربع جامعات. وقد بلغ إجمالي المبحوثين ٤٠٠ مبحوثاً بالتساوي بين الذكور والإثاث. 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 وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي

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

• أدوات جمع البيانات:

تم الاعتماد على الأدوات التالية لجمع بيانات الدراسة:

أ. استماراة 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 الاستماراة وفقاً لأهداف وتساؤلات البحث، حيث تم عرضها على مجموعة من السادة المحكمين بعرض التأكيد من صلاحيتها

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

ب. استمارة استقصاء:

اعتمدت الدراسة على صيغة الاستقصاء بال مقابلة التي ضمت عدداً من المقاييس التي تم إدخالها على البرنامج الإحصائي SPSS حيث تضم مخرجات كل مقياس ثلاثة درجات هي: المستوى المتخفض، والمستوى المتوسط، والمستوى المرتفع وتحتفل درجات هذه المستويات من مقياس آخر كما هو موضح في جداول ونماذج مقاييس الدراسة، ومن أهم تلك المقاييس:

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

٠ اختبارات الصدق والثبات:

أ. اختبار الصدق والثبات لاستمارة تحليل المضمون:

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



نموذج هولستى تبين أن متوسط ثبات التحليل بين الباحثة وزملائها بلغ (٠٠٨٦) وهو معدل يشير إلى ثبات الفئات ودقتها.

ب. اختبار الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان:

قامت الباحثة بعرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في 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 ومتعددة، وتم تعديل استمارة الاستبيان وفقاً لأهم التعديلات والمقترنات التي اتفق عليها معظم السادة المحكمين^(٣٣)، ولاختبار ثبات الاستمارة تم إعادة تطبيقها على ١٠٪ من العينة وبلغت درجة الثبات ٨٥٪.

٠ المعاملات الإحصائية المستخدمة في 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 الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث استناداً إلى عدد المراتب في السؤال ثم تجمع مراتب الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة، ثم تحسب النسب المئوية لبندو 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 استخداماً 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	برامح الرأي	الصحف الإلكترونية	كل	٪
١. إطار الصراع (محدود).		١٢٦	٤٤٦	٥٧٢	٦١,٦
٢. حسب أسلوب تقديم الأحداث: - إطار محدد.		٥٦	٣٧٦	٤٣٢	٤٦,٥
- إطار عام.		٤٩	١٧١	٢٢٠	٢٣,٧
٣. إطار السمات البارزة: سمات عاطفية: - إيجابية.		١٠	٦٦	٧٧	٨,٣
- محيدة.		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: - مسؤولية فردية.		٩	٢٩	٣٨	٤,١
- مسؤولية 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 قاتوني.		٨	٤	١٢	٠,٧
١٠. إطار الاعتبارات الاقتصادية.		--	٦	٦	٠,٦
١١. إطار المرشحين السياسيين: - عاطفي.		٢٦	١٤	٤٠	٤,٣
- موضوعي.		١٦	٨	٢٤	٢,٦
الإجمالي		٣٣٥	١٣٦٦	١٧٠١	--

• حُسبت النسبة وفقاً 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 عدداً 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، مرتكزاً على عدد من الأطروحتات، وذلك على النحو التالي:

أولاً: إطار 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 (٦٦,٦٪) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وقد تمثل هذا الصراع بين المرشحين وبعضهم البعض فالكل يسعى للكسب للأصوات لصفه من خلال الوعود التي يطرحها في برنامجه الانتخابية، وبين مؤيدى المرشحين فكل من يؤيد مرشح يدعوه له بكل الطرق وبكل ما يملك من قوة سواء بالرشاوي الانتخابية ودفع المال حتى ولو أخذ الناخب من مرشح آخر من أجل أن ينتخب مرشحه أو بالوعود بتوظيف ابنائه أو بالتحايل والتوجيه، وهذا ما حدث ورأته الباحثة شخصياً 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 طبيعى فتالك ثقافة الشعب المصرى منذ قديم الأذل وليس بشيء جديد. وقد تمثلت أبرز أطروحتات هذا الإطار في: "تسابق العديد من مؤيدى بعض المرشحين للكسب للأصوات لمرشح دائرتهم الانتخابية".

- إطار أسلوب تقديم الأحداث: وينقسم هذا الإطار إلى إطار محدد والذى نال نسبة (٤٦,٥%)، وإطار عام بنسبة (٢٣,٧%) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وتمثلت أطروحتات 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 أطروحتاته 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 أطروحتات 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 أطروحتات السمات المحايدة فقد تمثلت في أخبار: "العزوف عن المشاركة، وجود المال السياسي في العملية الانتخابية، التجاوزات من قبل بعض المرشحين كالدعابة في غير وقتها"، أما فيما يتعلق بالسمات الموضوعية فقد حظيت بنسبة (٢,١%) فقد تمثلت أطروحتها في الأخبار الخاصة بالعزوف عن المشاركة وعن أسبابها وكيفية علاج ذلك باستخدام الأوتار العاطفية لدى الناخب.

- الإطار الإنساني: اهتم الخطاب الإعلامي ببرامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة بتأطير جزء من القضية في إطار إنساني والذى حظى بنسبة (٧,٩%) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات، وقد تمثلت أطروحتات 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 (٦١٪) مقسمة على إطار المسؤولية الفردية بنسبة (٤٤٪)، وإطار المسؤولية الموضوعية بنسبة (٣٢٪) 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 وللجنة العليا للانتخابات وأخيراً الإعلام، فتارة يرجع عدم مشاركة الناخبين وعزوفهم عن التصويت لتقدير المرشحين في التعريف بأنفسهم وبرامجهم الانتخابية وتارة أخرى يرجعها إلى الناخب نفسه الذي لم يتعد 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، وأحياناً يرجع المسؤولية للإعلام الذي يعمل على تشويه صورة بعض المرشحين، وقصور التغطية الإعلامية الحكومية والخاصة في التوعية والتعريف بالمرشحين وبرامجهم، أما المسؤولية الموضوعية فقد تمثلت في المرشح والناخب وللجنة العليا والإعلام معاً.

الإطار الإيجابي مقابل الإطار السلبي: وقد نال هذا الإطار نسبة (٥٥٪) مقسمة على الإطار الإيجابي بنسبة (٣٣٪) مقابل (١٨٪) للإطار السلبي، وقد تمثلت أطروحتات الإطار الإيجابي في الأخبار التي تحمل في طياتها فائدة للفرد والمجتمع مثل "تعبير الرئيس عن تطلعاته بأمال الشعب المصري في حرق المراحل والانتقال سريعاً بمصر إلى دولة في مطاف الدول المتقدمة تتبوأ المكانة التي تستحقها" (برنامج مصر الأهم: حلقة ٢٨/٩/٢٠١٥). أما أطروحتات 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 (٢١,١٪) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وقد تمثلت أطروحتات هذا الإطار في الأخبار الخاصة بالقيم الأخلاقية وأخلاق العملية الانتخابية التي تمثلت في النظر للمصلحة العامة وتحتى المصالح الشخصية والذاتية جانبًا، 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:

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

الإطار التحذيري: وقد نال هذا الإطار نسبة (١١,٨٪) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وقد تمثلت أطروحتات 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 الموعود المحدد للدعاية الانتخابية والصمت الانتخابي وتحذيراتها من تعدى الحد الأقصى للإنفاق على الدعاية ومثال ذلك ما نشرته الأهرام بتاريخ ٢٠١٥/١٢/١٢: "جاءت التحذيرات واضحة من أنه إذا كان علينا أن نحذر الإخوان المسلمين مرة فعليها 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 (٦٪) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وقد تمثلت أطروحتات 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 حددته القانون.



- إطار الاعتبارات الاقتصادية: وقد نال هذا الإطار نسبة (٦٠,٦٪) من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وقد تمثل أطروحتات هذا الإطار في أخبار اللجنة العليا للانتخابات وتصريحاتها بالحد الأقصى للإنفاق على الدعاية الانتخابية والتي حددتها بـ ٥٠٠ ألف جنيه لفردي، و ٢,٥ مليون جنيه لمرشحى القائمة المخصص لها ١٥ مقعداً، و ٧,٥ مليون جنيه لمرشحى القائمة المخصص لها ٤٥ مقعداً.

ثانياً: أطر المرشحين السياسيين:

قد نال هذا الإطار نسبة (٤٣,٤٪) مقسمة على النحو التالي: نسبة (٣,٦٪) للإطار العاطفي، مقابل (٢,٦٪) للإطار الموضوعي من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، حيث وجد أن لذلك الإطار تأثير على أحکام الجمهور عند اختيارهم للمرشحين، وقد تمثلت أطروحتات ذلك الإطار في الأخبار الخاصة بالمرشحين السياسيين وذكر معلومات عنهم وعن حياتهم السياسية وأيديولوجياتهم، أما أطروحتات 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 دائرة، وهذا الإطار ما عملت عليه برامج الرأى 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	ن	%
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.		--	١٠٩	١٠٩	١٧,١
٥. تصريحات المرشحون.		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 الأفراد.		--	١٠	١٠	١,١
١٩. إحصائيات.		--	٤	٤	٠,٤
الإجمالي		٢٢٠	١٠٢٣	١٢٤٣	--

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

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

اهتم الخطاب الإعلامي لكل من برامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة بالأطر المرجعية التي استخدمت في معالجة قضية الانتخابات البرلمانية المصرية ٢٠١٥، وقد تعددت تلك الأطر. وفيما يلى أهمها بالترتيب: جاء في المرتبة الأولى الإطار المرجعي القانوني بنسبة (٢٧,١٪) من إجمالي الأطر المرجعية التي وظفها الخطاب الإعلامي لقضية الانتخابات، ويشير هذا الإطار إلى تصريحات القانونيين كالمستشارين والمحامين وأعضاء اللجنة العليا للانتخابات بدأية من رئيسها والمحظوظ باسمها، وجاء في المرتبة الثانية الإطار المرجعي الخاص بالقوى السياسية بنسبة (١٨,١٪) ويتمثل هذا الإطار في تصريحات بعض القوى السياسية التي لها باع طويل في مجال السياسة مثل رؤساء الأحزاب السياسية وغيرهم من الشخصيات التي تعمل بالسياسة، وفي المرتبة الثالثة جاء الإطار المرجعي الخاص بالسفراء والوزراء والمحافظين بنسبة (١٧,٩٪)، وفي المرتبة الرابعة جاءت فئة (غير واضح) بنسبة (١٧,١٪) وذلك نظراً لعدم قدرة الباحثة على تحديد نوع الإطار المرجعي الوارد في الخطاب الإعلامي نظراً لأنه قد يكون عالماً غير محدد مرجعيته أو مرجعية كاتبه، كالأخبار المتعلقة بالمرشحين وتحركاتهم فلم يذكر كاتب الخبر أنه ورد على لسان المرشح نفسه أو من ينوب عنه، وفي المرتبة الخامسة جاء الإطار المرجعي الخاص بتصريحات المرشحون بنسبة (١٠,٩٪) وكان من باب أولى أن تحظى تلك الفئة بنسبة أكبر من ذلك، لأن المواطن يريد أن يعرف من هو المرشح الذي سينتخبه وما هو برنامجه الانتخابي ودوره حيال نجاحه وفوزه في الانتخابات، وجاءت بعد ذلك فئات مثل علمي واجتماعي وتاريخي وتراثي وتصريحات صحافية وكل ما يهتما هنا فئة تصريحات الرئيس التي حظيت بنسبة قليلة وصلت لـ (٤٪) حيث تمثلت أطروحتات تلك الفئة في دعوة الرئيس الشعب للنزول للمشاركة في الاستحقاق الثالث وعدم مقاطعة الانتخابات، واعتبارها واجب وطني 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 الرأي 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	موجة التحليل	الرأي	برامج	الصحف الإلكترونية	كل	%
١. الأحزاب السياسية أو المرشحون.		٥٩	٢٣٠	٢٨٩	٣١,١	
٢. الأكاديميون والمحللون السياسيون والخبراء.		٥٤	٢٢٥	٢٧٩	٢٠,١	
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 المسلمين.		--	١٥	١٥	١,٦	
١١. مراسلين.		١٥	--	١٥	١,٦	
١٢. ذوي نشاط أهلي.		--	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 ومسؤولون عرب.		--	٣	٣	٠,٣	
الإجمالي		٢٦٧	٨٩٥	١١٦٢	--	

* حسبت النسبة وفقاً لإجمالي الأخبار الخاضعة للتحليل والبالغ عددها (٩٢٨).



ت Dell 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 التليفزيون 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، ومحلون 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 حمدى لوزا، يليها في المرتبة الخامسة فئة الناخب بنسبة (١٠٪) سواء كان من الشباب أو كبار السن أو حتى المرأة سواء الناخبة أو المرشحة ودورها في البرلمان القائم.

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

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

جدول رقم (١٠)

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

مسارات البرهنة	مواد التحليل	الرأي	برامج	الصحف الإلكترونية	ك	٪%
١. استخدام البلاغة والوصف.		٧٥	١٦٥	٢٤٠	٧٥,٧	
٢. عرض وجهى 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	--	

* حسب النسبة وفقاً لإجمالي مواد الرأى فقط الخاصة للتحليل والبالغ عددها (٣١٧).

تدل بيانات الجدول السابق على نتائج أهمها:

اهتم الخطاب الإعلامي لكل من برامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة باستخدام بعض مسارات الإنقاذ بشأن قضية الانتخابات البرلمانية، وجاء في مقدمة تلك المسارات وفي المرتبة الأولى استخدام البلاغة والوصف بنسبة (٧٥,٧٪) وهي نسبة تعدت النصف وكان من أبرز أطروحتها تأكيد ضيوف البرامج على أن مسؤولية عزوف الناخبين عن المشاركة في الانتخابات ترجع في المقام الأول لعدم معرفة الناخب بالمرشحين نظراً لكثريتهم، وجاء في المرتبة الثانية عرض وجهى النظر بنسبة (٢٣,٣٪) وتمثلت أطروحتات تلك المسار في الأخبار والحلقات البرامجية التي تعرض لوجهى نظر مرشحين لأحد الأحزاب السياسية فكل منها يعرض برنامجه

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

٥. الأطروحتات 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)

الأطروحتات البارزة في الخطاب الإعلامي بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية

الأطروحتات	مواد التحليل	برامـج الرأـي	الـصحف الـإلكـتروـنـيـة	كـلـكـ	٪%
١. المرشحون والقوائم والأحزاب: - محورية.	- كلمات	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.	- مشهد انتخابي	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 يقاطع الانتخابات.		١	٢	٣	٠,٣

٣٠	٩٩	٩٢	٦٠	٣٩	أكفر إيجابيات الانتخابات: - التأمين الجيد من قبل أفراد الجيش والشرطة.
٣١	٦٨	٦٣	٤٨	١٥	الإشراف الدولي والمحلى للانتخابات.
٣٢	٤٨	٤٥	٣٤	١١	حيادية الانتخابات وعدم التلاعب أو التزوير فيها.
٣٣	٦١	٥٧	٣٢	٢٥	كثرة المشاركة من قبل المرأة وكبار السن.
٣٤	٣٢	٣٠	١٢	١٨	إشراف القضاة على الانتخابات.
٣٥	١٨	١٦٧	١١٦	٥١	تنطبق المقوله القائلة بأن إرادة الشعب هي مصدر سلطة الحكومة (حتى المواطنين على الانتخاب).
٣٦	١٠,٣	٩٥	٣٢	٦٣	٥ ما هو مطلوب من المجلس والمرشح.
٣٧	٩	٨٤	٤٨	٣٦	٦. الانتخاب في الخارج.
٣٨	٨,٧	٨١	٦٤	١٧	٧. اللجنة العليا للانتخابات وإجراءات حدتها للعملية الانتخابية.
٣٩	٦,٥	٦٠	٣٥	٢٥	٨. الزيارات المشاركة في تسهيل الانتخابات.
٤٠	٦,١	٥٧	٤١	١٦	٩. قراءة في المشهد وشكل البرلمان.
٤١	٥,٩	٥٥	٤٠	١٥	١٠. الانتخابات البرلمانية ضرورة لا بد منها لاستكمال خارطة الطريق (الاستحقاق الثالث).
٤٢	٥,٦	٥٢	٢٤	٢٨	١١. الأخوان والحزب الوطني ودورهم في تلك الانتخابات.
٤٣	٤,١	٣٨	٢٤	١٤	١٢. الانتخابات أولى الطريق لتحقيق الديمقراطية في مصر.
٤٤	٣,٣	٣١	١٧	١٤	١٣. قواعد وضوابط الاتفاق على الحملات الانتخابية ومصادر التمويل (دعم المرشحين).
٤٥	٣,٢	٣٠	٦	٢٤	١٤. توعية الناخب ومعايير اختيار المرشح.
٤٦	٢,٨	٢٦	١٢	١٤	١٥. أهمية الوجه الواجه (الشاب) للبرلمان.
٤٧	٢	١٩	١٤	٥	١٦. تحسين صورة مصر في الداخل والخارج (عربياً وعالمياً).
٤٨	١,٦	١٥	١١	٤	١٧. المصلحة العامة.
٤٩	١,٣	١٢	٤	٨	١٨. تعديل الدستور.
٥٠	١,١	١٠	٩	١	١٩. سيطرة رجال الأعمال على البرلمان.
٥١	٠,٦	٦	--	٦	٢٠. دور الإعلام والجامعة في الانتخابات.
٥٢	--	١٨٩٠	١١٨٦	٧٠٤	الإجمالي

* حسبت النسبة وفقاً لإجمالي الأخبار الخاصة للتحليل والبالغ عددها (٩٢٨).

تدىل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

طبقاً لنتائج الجدول السابق فقد جاء الأحزاب والمرشحون سواء الفردي أو في قائمة على رأس قائمة الأطروحة البارزة في الخطاب الإعلامي لبرامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وكانت معظم الأخبار التي جاءت عن الأحزاب تتحدث عن استعدادها لبدء فترة الدعاية عن طريق الاجتماعات المكتملة مع مرشحها، وكانت أبرز وسائل الدعاية هي المؤتمرات الجماهيرية والندوات وحملات للتواصل المباشر مع الناخبين عن طريق طرق الأبواب والحملات الإعلامية عن طريق الأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، في حين استخدم مرشحين آخرين البنرات الورقية، كما تناول الخطاب الإعلامي حديث العديد من المرشحين عن برامجهم الانتخابية وما يقدمونه للناخب بمجرد فوزهم، وأوضحت بعض الأخبار عدم وضوح البرنامج الانتخابي لبعض المرشحين، وتحدثت أطروحة أخرى عن أهمية كثرة المستقلين في تلك الانتخابات واتفاقها مع القيادة السياسية. وقد تم التعبير عن تلك الأطروحة في الخطاب الإعلامي لبرامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة على النحو التالي:

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

- " تستعد القوائم الانتخابية والأحزاب المشاركة في الانتخابات البرلمانية لعقد عدة اجتماعات مكتملة مع مرشحها، استعداداً لبدء الدعاية الانتخابية التي ستطلق غالباً في محافظات المرحلة الأولى على مستوى القوائم والفردي، كما تنظم مؤتمرات جماهيرية في عدد من المناطق المختلفة".

- " كما ذكر المهندس أحمد بهاء شعبان الأمين العام للحزب الاشتراكي المصري أن الحزب سيبدأ في وضع خطة لتحرك المرشحين وإعداد خطة الدعاية لدعم المرشحين في حملتهم الانتخابية والتي تتمثل في 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 "تاج البرلمان القادم مسؤولتك أيها الناخب":

- "من الملاحظ افتقار بعض المرشحين لتقديم برنامج واضح والبعض برنامجه يكون في جلسات ضيقة مع الكبار والبعض مازالوا يعدون بتقديم خدمات فردية وأخرى قدمتها الدولة أو موجودة في خطة الحكومة وتتفذ حسب الجدول الزمني ووفقا لأهميتها والبعض أصحاب الرؤى والفكر والطامحين لخدمة البلاد والشعب يكثرون من جولاتهم لكن سعادات الدي جي وهيصة فرح المرشحين الكبار يغطى 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 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، وجود بعض المشادات بين مؤيدى بعض المرشحين، وجود 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 مؤيدى 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:

- ما نشرته الأهرام في عددها الصادر بتاريخ ٢٠١٥/٩/٢٩ قال عصام شحادة القبادى بتيار إصلاح الوفد أن عزوف قطاع من الناخبين عن المشاركة فى الانتخابات أحد أسباب وجود سماسة 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 السماسة، ولذلك فإن الفقراء ضحية سماسة الانتخابات، موضحاً أن وجود مؤلاء السماسة في الحضر أكثر من الريف ونوعيتهم تختلف حسب طبيعة المكان وظروفه الاجتماعية والاقتصادية".

- كما نشرت اليوم السابع في عددها الصادر بتاريخ ٢٠١٥/١٠/٢٠ عن عزوف الناخب عن المشاركة فذكرت في أحد التحقيقات ما يلي: "على السفير معصوم مرزوق مساعد وزير الخارجية والقبادى بتيار الشعبي 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 السياسي 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 السياسي لدى الأحزاب والتي تمثل الآلية الأهم في تفاعل الحزب مع قواعده الجماهيرية المؤمنة بأفكاره وقيمه التي يتبعها، ويعود ذلك لعاملين أساسيين الأول: ضعف الائتماء الحزبي داخل المجتمع المصري، والذي يرتبط بعدم الانخراط في عضوية الأحزاب

لاقتاع الكثرين 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.

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

أولاً: أطروحت أسباب عزوف الناخبين عن التصويت في الانتخابات (أطروحت الأسباب):

اعتمد الخطاب الإعلامي لبرامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة على أطروحت أسباب عزوف الناخبين عن المشاركة في الانتخابات والتي تمثلت في:

- عدم وضوح البرنامج الانتخابي للمرشحين أمام الناخب، بالإضافة للحالة الاقتصادية للبلد. (حلقة الثلاثاء ٢٠١٥/١٠/٢٠ من برنامج مصر الأهم).
- سوء الطقس أدى لضعف الإقبال على الانتخابات. (حلقة يوم الأربعاء ٢٠١٥/١٠/٢٨ من برنامج مصر الأهم).
- 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، وتبني 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 مسؤولية اللجنة العليا للانتخابات بتعريف المرشحين للناخب عن طريق وضع السيرة الذاتية لهؤلاء المرشحين على صفحتها، كان أيضاً من أسباب العزوف وجود المرشحين الجدد، سيطرة رأس المال. (حلقة يوم الثلاثاء ٢٠١٥/١١/٣ من برنامج مصر الأهم).

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

كان هناك كسل سياسي لدى المصريين لكثره الاستثناءات التي شاركوا فيها قبيل تلك الانتخابات. (حلقة الثلاثاء ٢٠١٥/١٢/١ من برنامج مصر الأهم).

الموطن يشعر بأنه العوبة في يد يملكون زمام السلطة والنظام (حلقة الأربعاء ٢٠١٥/١٠ من برنامج الحياة اليوم).

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

ثانياً: أطروحات كيفية زيادة نسبة مشاركة الناخبين في الانتخابات (أطروحات الحلول):
اعتمد الخطاب الإعلامي لبرامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة على أطروحات تعتمد في المقام الأول على الجانب الوج다كي للناخبين فتبنت برامج الرأي أطروحات مثل:

- اختار الأصلاح، 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 يقاطع الانتخابات. (حلقة الثلاثاء ٢٠/١٠/٢٠١٥ من برنامج مصر الأهم).
- دور الإعلام: الإتيان بمرشح لابد أن يقابل 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 وهذا على الناخب أن يختار صح لأن هذا يعد مستقبل وطنه وأولاده، وعلى الإعلاميين أن يتزموا 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 دائنته، 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 للغاء 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 مرشحه وقراءة برامجهم؛ للتصويت لهم عن افتتاح و اختيار الاصلاح من سيكون ظهير للحكومة والدولة. (حلقة السبت ١٧/١٠/٢٠١٥ برنامج الحياة اليوم).
- تأكيد الرئيس على أهمية توفير المناخ الملائم والأمن للمواطنين لإنجذاب 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 أيضاً ببث فيلم لتعريف الناخب بكيفية التصويت. (حلقة السبت ٢٠١٥/١٠/١٠ برنامج الحياة اليوم).

ثالثاً: أطروحت النتائج المترتبة على توعية المواطنين بالنزول للمشاركة في الانتخابات:

اعتمد الخطاب الإعلامي لكل من برامج الرأي والصحف الإلكترونية على أطروحة واحدة وهي زيادة نسبة مشاركة المواطنين في الانتخابات في المرحلة الثانية من الانتخابات سواء في الداخل أو الخارج والتي كانت قليلة في المرحلة الأولى للأسباب السابق ذكرها، ومن أهم الأسباب وراء زيادة نسبة التصويت في المرحلة الثانية ما تبناه الخطاب الإعلامي من أطروحت تمثلت في:

- نسبة الإقبال زادت في المرحلة الثانية لأن الشعب زادت نسبة وعيه وإحساسه أن مصر متآمر 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، لتعزب الإعلام دوراً أكثر عن المرحلة الأولى بشكل مكثف، فالإعلام ليس صانع للأحداث ولكنه معبر عنها، كما أن المحافظات التي تجري فيها الانتخابات بطبعها ميسية تتميز بطبيعة خاصة ومواطنيها أدائهم السياسي مختلف بالإضافة إلى ارتفاع نسبة التعليم فيها. (حلقة الثلاثاء ٢٠١٥/١٢/١ من برنامج مصر الأهم).

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

- قال نبيل زكي المتحدث الرسمي باسم حزب التجمع، إن وجود ظاهرة سماحة الانتخابات مرتبطة بوجود المال السياسي والرشاوى الانتخابية، متوقعاً أن تستمر هذه الظاهرة بسبب رجال الأعمال الذين يلعبون دوراً في الانتخابات المقبلة باتفاق أموال طائلة لدفع الناخبين في اتجاه معين. (عدد الثلاثاء ٢٠١٥/٩/٢٩ لصحيفة الأهرام).
- إعلان علاء الدين راشد المرشح بدمنهور الانسحاب من الانتخابات بسبب تضييقه من سيطرة المال السياسي على المشهد الانتخابي والتأثير على إرادة الناخبين واستغلال الظروف الاقتصادية والاجتماعية الصعبة لبعض أهالى دائرة. (عدد الجمعة ٢٠١٥/١٠/٣٠ من صحيفة اليوم السابع).
- وترى الباحثة أن أسباب انتشار المال السياسي ترتبط بضعف التمويل حيث قصر قانون الأحزاب السياسية الجديد رقم ١٢ لعام ٢٠١١ موارد الأحزاب على اشتراكات الأعضاء ومتبرعات الأشخاص الطبيعين المصريين، وحصيلة استثمار أموالها في الأوجه غير التجارية مثل إصدار الصحف أو تأسيس دور للنشر، ومع ضعف المردود المالي لهذه الأنشطة فإن ذلك الأمر فتح المجال لدور المال السياسي الذى يسعى لتوظيف الأحزاب لخدمة مصالحه، وهو ما يتجلى في سعي عدد من رجال الأعمال للسيطرة على مفردات المشهد الحزبى خاصة قبل إجراء الانتخابات التالية.
- ✓ وجاءت أطروحة "أبرز إيجابيات انتخابات برلمان ٢٠١٥" في المركز الثالث والتي تمثلت في الإشراف القضائي 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 واختر 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.

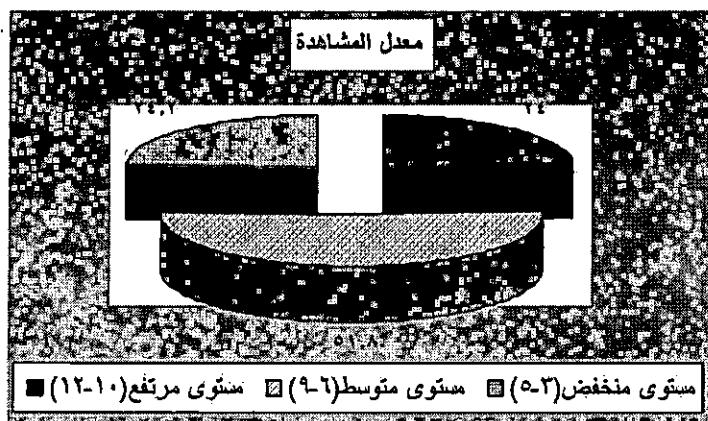
أولاً/ النتائج الخاصة بمقاييس الدراسة:

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:

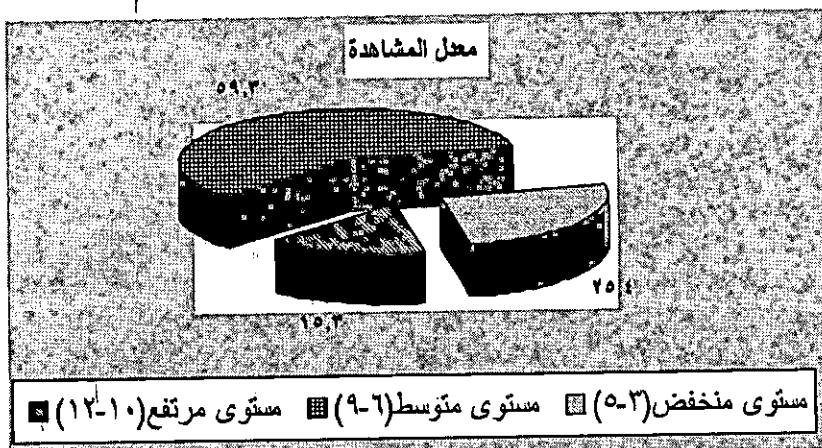
جاءت فئة المستوى المتوسط لمعدل تعرض الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية بصفة عامة في المرتبة الأولى بمعدل (٢٠١٠٢١٠١٨٥٥٪) بنتيجة (١٠٢١٠١٨٪) يليها في المرتبة الثانية فئة المستوى المنخفض لمعدل تعرض الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية بمعدل (٢٤٣٩٪٧٩٦٪) بنتيجة (٣٩٪٦٩٪٧)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة المستوى المرتفع بمعدل (٢٤٪٩٦٪٩٪٧٩٦٪) بنتيجة (٩٪٦٩٪٧)، وربما يعود ذلك لانشغالهم بأعمال أخرى أو لعدم توفر جهاز الاستقبال في أماكن تواجدهم. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة وجدى حلمى (٢٠٠٩٪٤٠٪٣٤) التي توصلت إلى أن أكثر من نصف المبحوثين من متوسطي التعرض للتليفزيون بنسبة (٤٦٪)، وتحتفل مع دراسة نوال عبد الله (٢٠١٠٪٣٥) التي توصلت إلى النسبة الأكبر من أفراد العينة يشاهدون الفضائيات العربية بكثافة بنسبة (٤٨٪)، يليهم متوسط 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 متوسطي المشاهدة بنسبة (٤٠٪٤٠٪).

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

ويشمل هذا التساؤل على ثلاثة أسئلة رئيسية 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 والإإناث لبرامج الرأي المصرية كان على النحو التالي:

جاءت فئة المستوى المتوسط لمعدل تعرض الشباب عينة الدراسة لبرامج الرأى في المرتبة الأولى بمعدل (٢٣٧ تكرارا) بنسبة (٥٩,٣)، يليها في المرتبة الثانية فئة المستوى المنخفض لمعدل تعرض الشباب عينة الدراسة لبرامج الرأى بمعدل (٢٠٢ تكرارا) بنسبة (٢٥,٤)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة المستوى المرتفع بمعدل (٦١ تكرارا) بنسبة (١٥,٣) وهى نتيجة مقبولة إلى حد ما نظراً لطول مدة برامج الرأى فقد تتعدي الساعتين وأكثر. ونرى الباحثة أن ضعف مشاهدة الشباب لبرامج الرأى ربما يعود نتيجة تطور شبكة الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي التي أصبح من يسيراً على أي فرد يمتلك إيميلاً أو رقم تليفون أن يكون له صفحة على الفيس بوك، فأضخم الفيس بوك هو مصدر المعلومات الأول والأخير للشباب حول معرفتهم بالقضايا التي تدور في بلدיהם محلياً وعالمياً أيضاً، وذلك نظراً لما يتمتع به الفيس بوك من سهولة في الاستخدام والمشاركة الفعالة عليه والنشطة من قبل العديد من

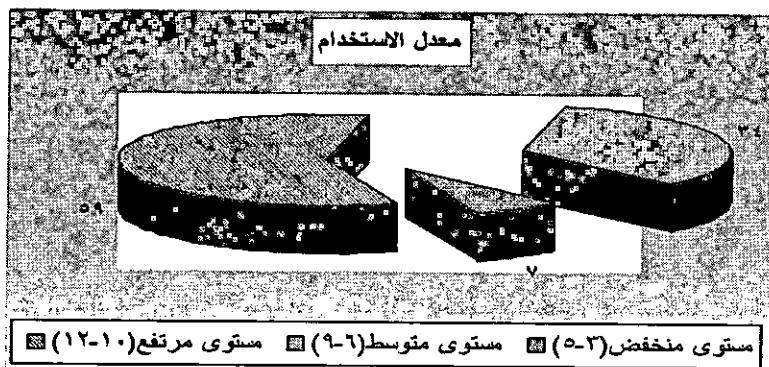
المستخدمين، فصار هناك ما يسمى بـ«صحافة المواطن» أي الفرد الذي يشاهد أحدها بعينها وقت تواجده في مكان الحدث فمن السهل عليه أن يقوم بتصويره بكاميرا الهاتف المحمول ومشاركته عبر الفيس بوك واليوتيوب على العديد من المستخدمين، كما أصبح لكل قناة حالياً إرسال أو قناة على اليوتيوب تذاع عليها جميع الحلقات البرامجية، فلم يعد المشاهد مرتبطاً بوقت بث الحلقة في موعدها وإنما من الممكن أن يشاهدها في الوقت الذي يناسبه.

٣. مقياس معدل استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت:

ويشمل هذا التساؤل على ثلاثة أسئلة رئيسة تتمثل في 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 والإثاث لشبكة الإنترنت كان على النحو التالي: جاءت فئة المستوى المرتفع لمعدل استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت في المرتبة الأولى بمعدل (١٣٦١ تكراراً) بنسبة (٥٥%)، يليها في المرتبة الثانية فئة المستوى المتوسط لمعدل استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت بمعدل (٣٦١ تكراراً) بنسبة



(٣٤%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة المستوى المنخفض بمعدل (٢٨٢٦٪) بنسبة. وهذا أمر طبيعي أن تحظى شبكة الإنترنت بمعدل استخدام مرتفع من قبل الشباب؛ وذلك نظراً لما تتمتع به من خصائص تميزها عن أي 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.

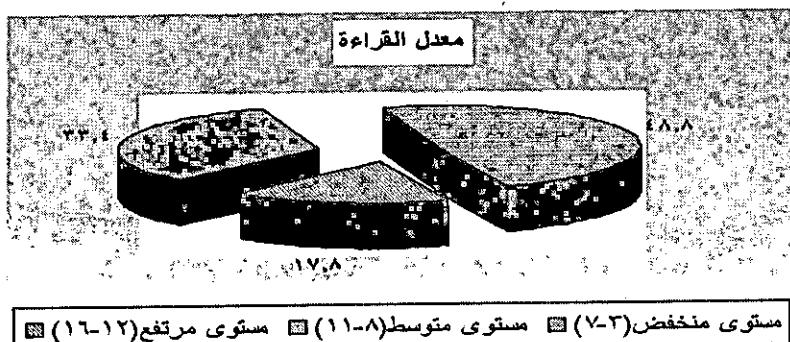
ولم يقتصر استخدام الإنترنت على الجانب الاجتماعي فقط بل باتت من أقوى الوسائل التي تستعملها القوى السياسية المستيرة لتحرير الشعوب من الاستبداد والظلم السياسي والاقتصادي والاجتماعي، حيث اضفت بيروقراطية الدولة لصالح القوى السياسية وهيئات المجتمع المدني من خلال قصائصها على احتكار المعلومات وتوفير وسائل اتصال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

معدل قراءة الشباب عينة الدراسة للصحف الإلكترونية:

ويشتمل هذا التساؤل على ثلاثة أسئلة رئيسية تتمثل في مدى القراءة، وعدد أيام، ومتوسط عدد ساعات القراءة اليومي، وعدد الصحف الإلكترونية المقرؤة 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:

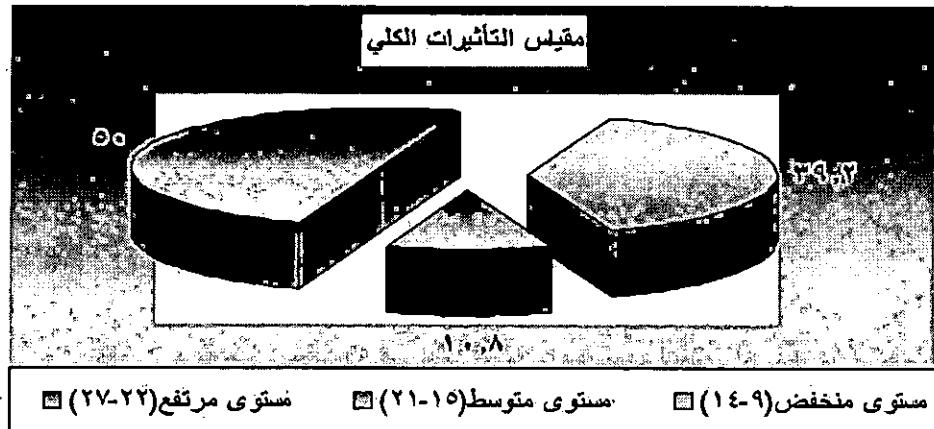
أوضحت بيانات الشكل السابق أن توزيع معدل قراءة الشباب عينة الدراسة من الذكور والإإناث للصحف الإلكترونية كان على النحو التالي: جاءت فئة المستوى المنخفض لمعدل قراءة الشباب عينة الدراسة للصحف الإلكترونية في المرتبة الأولى بمعدل (١٩٥١ تكرارا) بنسبة (٤٨,٨%)، يليها في المرتبة الثانية فئة المستوى المتوسط لمعدل قراءة الشباب عينة الدراسة للصحف الإلكترونية بمعدل (١٣٤١ تكرارا) بنسبة (٣٢,٤%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة المستوى المرتفع بمعدل (٧١٧ 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 الكلى 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 (٥٥٪)، 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 الإعلامي الجديد محاصراً بكم هائل من الرسائل الإعلامية التي تتفق في بعضها مع قيمه وأخلاقياته وثقافته ولكنها في الجانب الأكبر منها تقدم مضمونين ومعلومات وصوراً 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، وفضلاً عن ذلك ما تروجه هذه الوسائل من مضمونين إيجابية يمكن أن تسهم في تتمير منظومة القيم التربوية والأخلاقية عند الشباب والمرأهقين والأطفال في الوطن العربي. وفي إطار هذا الواقع الثقافي الجديد بآيجابياته وسلبياته والذي أفرزته لنا تكنولوجيا الاتصال الحديثة يكون من الضروري أن نفك في الأسلوب المناسب الذي يحمي الأجيال الجديدة من الشباب والمرأهقين والأطفال من التأثيرات السلبية للرسائل الضخمة المنقولة عبر الفضائيات والإنترنت، ولقد حرصت منظمة اليونسكو في إطار مسؤولياتها الثقافية على نشر وتعليم مبادئ التربية الإعلامية، وذلك سعياً لتطوير مضمون المواد الإعلامية في الصحف والإذاعة والتلفزيون والإنترنت من أجل المساعدة على تجنب الجمهور الآثار السلبية لهذه الوسائل، وفضلاً عن ذلك تطوير مهارات التفكير النقدي نحو مضمونين وسائل الإعلام لدى قطاعات الجماهير المختلفة حتى يمكنهم حسن التعامل والاستخدام مع ما تقدمه وسائل الإعلام، وإرساء أسس استخدام المضمونين المتعددة التي 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).

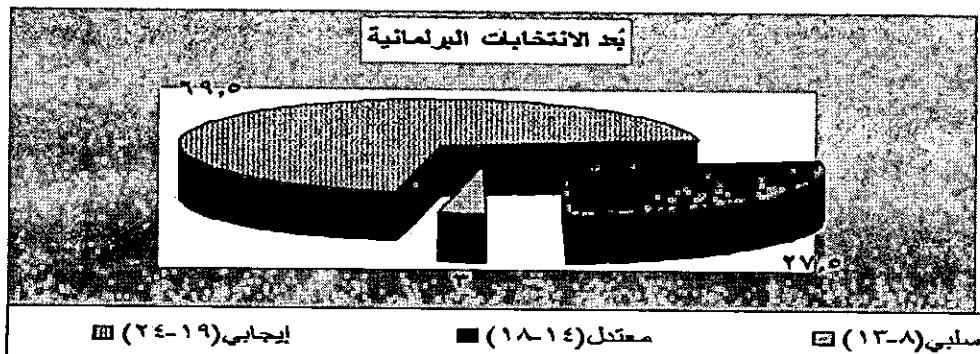
٥. اتجاهات الشباب عينة الدراسة نحو قضايا الديمقراطية المصرية:

يشتمل هذا التساؤل على سؤال رئيسي تمثل في اتجاهات الشباب نحو قضايا الديمقراطية المصرية، وشكل لمقاييس الاتجاه نحو الديمقراطية بعده: بعد الانتخابات البرلمانية، وبعد المشاركة السياسية بشقيها التقليدي والحديث، وهذا ما توضحه الأشكال التالية:

أولاً: مقاييس بعد الانتخابات البرلمانية كأحد عناصر الديمقراطية:

شكل رقم (٦)

مقاييس بعد الانتخابات البرلمانية



تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج أهمها:

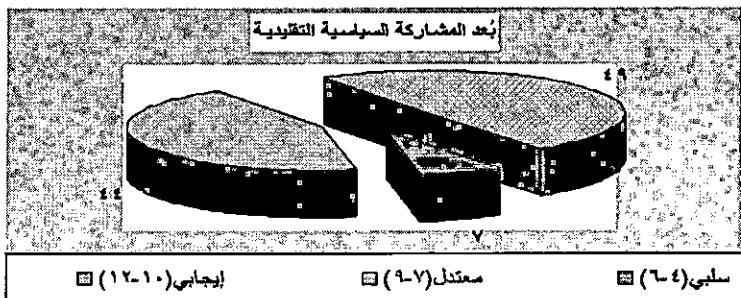
أوضحت نتائج الشكل أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه إيجابي نحو الانتخابات البرلمانية وذلك بمعدل (٢٧٨ تكرارا) بنسبة (٦٩,٥)، تلا ذلك وفي المرتبة الثانية مجيء من لديهم اتجاه معتدل نحو الانتخابات البرلمانية وذلك بمعدل (١٠ تكرارا) بنسبة (٢٧,٥)، وفي المرتبة الثالثة جاء أصحاب الاتجاه السلبي نحو الانتخابات البرلمانية وذلك بمعدل (١٢ تكرارا) بنسبة (٢,٥).



ثانياً: مقياس بُعد المشاركة السياسية التقليدية كأحد عناصر الديمقراطية:

شكل رقم (٧)

مقياس بُعد المشاركة السياسية التقليدية



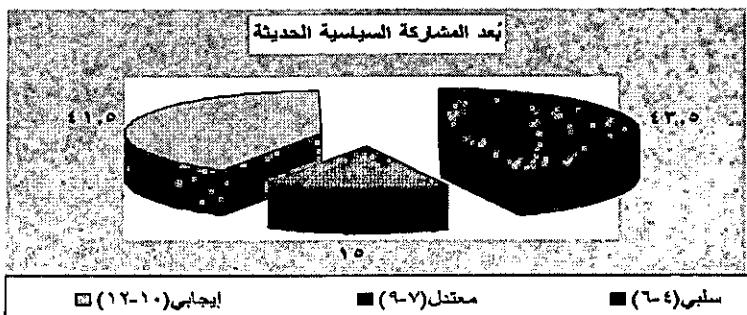
تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج أهمها:

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



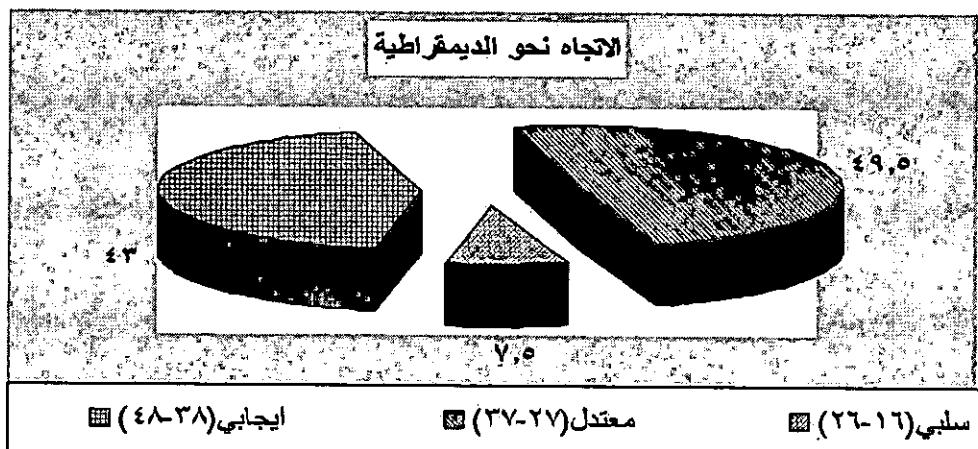
تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج أهمها:

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٪).

رابعاً: 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٪).

ثانياً: نتائج اختبارات الفروض:

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

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

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

يتضح من استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباط طردى موجب ودالة إحصائية بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية + برامج الرأى) واتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية، حيث كانت قيمة بيرسون (٠,١١٣) وهى دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، من ناحية أخرى وجدت أيضاً 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 إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠١)، وبذلك نقبل كلياً 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 طردی موجب - دالة إحصائياً 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". 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 وحدوث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية

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

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

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



الإعلام الجديدة (الإنترنت + الصحف الإلكترونية) وحدوث تأثيرات وجاذبية وسلوكية، حيث كانت قيمة بيرسون (٠٠١٥٣) وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠٠٠٥) وذلك بالنسبة للتأثيرات الوجاذبية، أما بالنسبة للتأثيرات السلوكية فقد كانت قيمة بيرسون (٠٠١٠٥) وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠٠٠٥)، أما في حالة التأثيرات المعرفية وجدت علاقة ولكنها غير دالة إحصائية، وبذلك نقبل الفرض جزئياً في حالة كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة وحدوث تأثيرات وجاذبية أو سلوكية فقط، أى أنه كلما زادت كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة زادت تأثير مستخدميها وجاذبيتها وسلوكيتها فقط.

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي المصري تبعاً للخصائص الديموغرافية الأتية: النوع (ذكور/إناث)، المستوى التعليمي الجامعي (خاص/حكومي)، المستوى الاجتماعي الاقتصادي ومتوسطات درجات الشباب على الدرجة الكلية لمقاييس اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية. وقد حاولت الباحثة من خلال هذا الفرض اختبار تأثير المتغيرات الشخصية على مدى وجود فروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقاييس الاتجاه نحو قضايا الديمقراطية، لذلك تم استخدام اختبار T-test لحساب الفروق للمتغيرات ثنائية المجموعات، وتحليل التباين أحادي الاتجاه Anova للمتغيرات متعددة الفئات كما يلي:

١. لحساب الفروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقاييس الاتجاه نحو قضايا الديمقراطية المصرية تبعاً لمتغير النوع، استخدمت الباحثة اختبار "ت" الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (١٤)

الفرق بين متوسطات درجات اتجاهات الشباب نحو قضايا الديمقراطية المصرية تبعاً للنوع

الاتجاهات	ن	النوع	المتوسط	الجraf	قيمة	الدالة
الاتجاه نحو الانتخابات	٢٠٠	الذكور	١٨,٣٩٠٠	٣,٨٦٦٨٧	١,٥٠٦	غير دالة
	٢٠٠	الإناث	١٧,٨٣٠٠	٣,٥٦١٥٣		
المشاركة السياسية	٢٠٠	الذكور	٨,٧٥٥٠	٢,١٤٨٩٧	١,٩٩٠	٠,٠٥
	٢٠٠	الإناث	٩,١٧٠٠	٢,٠٢٠٢٢		
المشاركة السياسية	٢٠٠	الذكور	٨,٧٩٠٠	٢,٤٤٦٦٠	٢,٤٤٠	٠,٠٥
	٢٠٠	الإناث	٨,١٩٠٠	٢,٤٧٠٧١		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

أظهر استخدام اختبار "ت" وجود فرق غير دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو الانتخابات البرلمانية تبعاً للنوع، أي أن عنصر النوع ليس له أي تأثير على الاتجاه نحو الانتخابات البرلمانية، في حين أظهر اختبار "ت" وجود فرق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو المشاركة السياسية التقليدية مقابل (٨,٧٥٥٠) للذكور، حيث كانت قيمة (ت) = ١,٩٩٠ وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، أي أن الإناث أكثر اتجاهها نحو المشاركة السياسية التقليدية عن الذكور، وأظهر اختبار "ت" أيضاً ثمة فرق 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 وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، أي أن الذكور أكثر اتجاهها نحو المشاركة السياسية الحديثة عن الإناث، وبذلك نقبل الفرض جزئياً حيث وجدت فرق دالة إحصائياً بين فئات العينة تبعاً 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

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

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 كلية 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

الدالة	قيمة (ف)	متوسط مجموع	درجات العزبة	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير
غير دالة	٠,٥٨٢	٨,٠٨١	٢	١٦,١٦٢	بين	الاتجاه نحو
		١٣,٨٩٢	٣٩٧	٥٥١٤,٩٩٨	داخل	الانتخابات
		٣٩٩		٥٥٣١,١٦٠	المجموع	البرلمانية
غير دالة	٠,٠٤٤	٠,١٩٤	٢	٠,٣٨٨	بين	المشاركة
		٤,٤٠٣	٣٩٧	١٧٤٨,٠٥٠	داخل	السياسية
		٣٩٩		١٧٤٨,٤٣٨	المجموع	التقليدية
٠,٠٥	٢,٤٨٧	٢١,٠٧٦	٢	٤٢,١٥٢	بين	المشاركة
		٦,٠٤٥	٣٩٧	٢٣٩٩,٨٠٨	داخل	السياسية
		٣٩٩		٢٤٤١,٩٦٠	المجموع	الحديثة

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 ٥٠٠، وبذلك نقل الفرض جزئياً حيث وجدت فروق دالة إحصائياً 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 مرتفع المستوى الاجتماعي الاقتصادي (٢٧٣) مفردة بنسبة (٦٨,٣٪)، ومنخفضى المستوى الاجتماعي الاقتصادي (٢٨) مفردة بنسبة (٢٤,٨٪)، ومتوسطى المستوى الاجتماعي الاقتصادي (٩٩) مفردة بنسبة (٧٪)، ولمعرفة مصدر دلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدى 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	مستوى مرتفع
المشاركة السياسية الحديثة	مستوى منخفض	-	-	-	-
	مستوى متوسط	-	٠,١١	-	-
	مستوى مرتفع	*٠,٧٢	٠,٦٠	-	-

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 الإعلامي لبرامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة إلى عدداً من الأطر التي سعى من خلالها إلى إبراز بعض جوانب القضية بما يتفق وخصوصية موقفه منها مركزاً على عدد من الأطروحات، حيث اهتمت برامج الرأى والصحف الإلكترونية عينة الدراسة بإبراز جوانب القضية محل التحليل (الانتخابات البرلمانية) وتأثيرها 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 التي يطروونها في برامجهم الانتخابية، وبين مؤيدى المرشحين فكل من يؤيد مرشح يدعوه له بكل الطرق وبكل ما يملك من قوة سواء بالرشاوى الانتخابية ودفع المال حتى ولو أخذ الناخب من مرشح آخر من أجل أن ينتخب مرشحه أو بالوعود بتوظيف ابنائه أو بالتحايل والتوجيه، وهذا ما حدث ورأته الباحثة شخصياً عندما ذهبت للانتخاب فوجدت أحد أقرباء أحد المرشحين يقف أمام اللجنة الانتخابية وقام بتوجيه أحد الناخبين لانتخاب مرشح بعينه، معتقداً في ذلك على كثرة عدد المرشحين وعدم معرفة الناخب بهم. وترى الباحثة أن ذلك أمر طبيعى فتلك ثقافة الشعب المصرى منذ قديم الأذل وليس بشيء جديد. وقد تمثلت أبرز أطروحات هذا الإطار في: "تسابق العديد من مؤيدى بعض المرشحين لكسب الأصوات لمرشح دائرتهم الانتخابية".

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



لقصیر المرشحين فی التعريف بأنفسهم وبرامجهم الانتخابية وتارة أخرى يرجعها إلى الناخب نفسه الذي لم يتعجب نفسه في البحث عن مرشحين دائماته ومعرفة معلومات عنهم، وتارة يرجع مسؤولية عدم المشاركة للجنة العليا للانتخابات التي لم تمد فترة الدعاية الانتخابية فكانت المدة قصيرة للغاية، وأحياناً يرجع المسئولية للإعلام الذي يعمل على تشوية صورة بعض المرشحين، وقصور التغطية الإعلامية الحكومية والخاصة في التوعية والتعریف بالمرشحين وبرامجهم، أما المسئولية الجماعية أو الموضوعية فقد تمثلت في المرشح والناخب واللجنة العليا والإعلام معاً.

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، وتحدث أطروحتات أخرى عن أهمية كثافة 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 أيضاً إلى جانب وجود بعض من الأفراد خارج اللجان يقومون بتوجيه الناخبين لاختيارهم والتصويت لمرشح معين، ووجود بعض المشادات بين مؤيدي بعض المرشحين، ووجود بعض الحالات الفردية تم فيها التصويت مرتين ولكن تم ضبط من فعل ذلك، أيضاً وجود بعض الأفراد من قاموا بتصوير البطاقة الانتخابية وطبعها وتوزيعها على مؤيدي بعض المرشحين، أما عن أبرز سلبية تم رصدها 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:

- 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، مثيرةً إلى أن المناخ العام السياسي بدءاً من قانون الناظر 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 الآلة الأهم في تفاعل الحزب مع قواعده الجماهيرية المؤمنة بأفكاره وقيمه التي يتبعها، ويعود ذلك لعاملين أساسيين الأول: ضعف الانتماء الحزبي داخل المجتمع المصري، والذي يرتبط بعدم الانخراط في عضوية الأحزاب لافتتاح 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، وتبني مرشح بعينه والتعرض لمرشحين آخرين والمساس بسمعتهم عن طريق ظهور المذيع بتأييده لمرشح ويتحدث وبهاجم هجوم حاد مرشح آخر، بالإضافة إلى العويل واللطم والتطاول على الهواء.



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

ثانياً: 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 محاصراً بكم هائل من الرسائل الإعلامية التي تتفق في بعضها مع قيمه وأخلاقياته وثقافته ولكنها في الجانب الأكبر منها تقدم مضموناً ومعلومات وصوراً مشوهةً 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، وفضلاً عن ذلك ما تروجه هذه الوسائل من مضمون إيجابية يمكن أن تسهم في تدمير منظومة القيم التربوية والأخلاقية عند الشباب والمرأة والآباء 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 والمرأة والأطفال من التأثيرات السلبية للرسائل الضخمة المنقولة عبر الفضائيات والإنترنت.

٢. أوضحت أيضاً 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 إحصائية بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة واتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية، وبذلك نقبل الفرض 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 اخترت 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 معظمها يعتمد على المعاملات الامثلية-Non-Parametric.



المراجع

- (١) غادة ممدوح سيد. "دور القنوات التليفزيونية والإعلام الجديد في تشكيل المهارات النقدية للشباب نحو الممارسة الديمقراطيّة 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 لـ عام ٢٠٠٠. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد ٢٢، عدد ١، يناير / مارس. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠١). ص ٢٣٢.
- (٣) نائلة إبراهيم عماره. دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر (سبتمبر ٢٠٠٥). بحث ورد في: المؤتمر العلمي السنوي الـ ١٢ بعنوان: الإعلام وتحديث المجتمعات العربية في الفترة من ٤-٢٠٠٥ مليون. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الأول، ٢٠٠٦). ص ٢٥٧.
- (٤) مناور بيان الراجحي. أثر التغطية الإخبارية لاستجابات البرلمانية في الصحف الكويتية: دراسة تحليلية في الفترة من يناير ٢٠٠٠ حتى ديسمبر ٢٠٠٩. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد ٩، عدد ٤، يوليوب / 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 من ١٤٨-١٤٩.
- (٦) غادة ممدوح سيد (٢٠١٧). مرجع سابق. ص ٢٠٢.
- (٧) وحدة تطمين السياسات. تحديات أمام الانتخابات التشريعية في مصر. سلسلة (ملفات). (الدودة: 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).

^(١) من هذه الدراسات أيضا على سبيل المثال لا الحصر:

- عادل عبد الغفار. العلاقة بين متابعة الشباب الجامعي لتطورات الإصلاح السياسي كما يعرضها التليفزيون واتجاهاتهم نحو مستقبل العمل السياسي في مصر. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*, العدد ٣٤، يوليو/ديسمبر. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩). ص ٤٤-١.
- عيسى عبد الباقي. "الصحافة والإصلاح السياسي: دراسة في تحليل الخطاب". (القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٩).
- رباب عبد الرحمن هاشم خليفة. المعالجة التليفزيونية والصحفية لقضايا الإصلاح السياسي في المجتمع المصري ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها". رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، ٢٠٠٨).
- حنان أحمد سليم. علاقة الفضائيات الإخبارية والصحف والجماعات المرجعية بتشكيل الاهتمامات نحو قضايا الإصلاح السياسي. بحث ورد في: المؤتمر العلمي السنوي الـ ١٢ بعنوان: الإعلام وتحديث المجتمعات العربية في الفترة من ٤-٢٤ مايو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الأول، ٢٠٠٦). ص ١٦٧-٢٥٦.

^(١٠) 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.

^(١١) 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 الانترنت وعلاقته بالتحول الديمقراطي في مصر: دراسة تطبيقية". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة أسيوط: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٥).

^(١٣) 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 الواقع 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.



- (١٥) 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.
- (١٦) **Jailan Sharaf. 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.
- (١٧) Devichand, Alok. **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 المواطن والديمقراطية في البرامج الجوارية بالقنوات الفضائية وعلاقتها بإدراك المراهقين لها. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**, العدد ٣٦، يونيو/يسمبر. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٠). ص ٢١٩-٢٩٠.
- (١٩) خالد صلاح الدين حسن. دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية، وتحدياتها في مصر: في إطار تحليل الخطاب الإعلامي، ونظرية الاعتماد. بحث ورد في: المؤتمر العلمي الدولي الـ ١٥ بعنوان: الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات في الفترة من ٩-٧ يونيو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الثاني، ٢٠٠٩). ص ٨٢١-٩١.
- (٢٠) حازم أنور محمد البنا، إبراهيم محمد أبو المجد فرج. **تقييم الصفة المصرية للتغطية الإعلامية في الصحافة والتلفزيون لأحداث التحول الديمقراطي في المنطقة العربية.** **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**, الـ عدد ٣١، يونيو/سبتمبر. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٨). ص ٧٥-١٨٤.
- (٢١) صابر حارص محمد. دور الاتصال في تحديث القرار الديمقراطي: أول انتخابات سعودية نموذجاً. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**, العدد ٢٧، يونيو/سبتمبر. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٧). ص ١٣١-١٨٧.
- (٢٢) حسين أبو شنب. دور الانتخابات التشريعية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي والممارسة الديموقратية. بحث ورد في: المؤتمر العلمي السنوي الـ ١٢ بعنوان: الإعلام وتحديث المجتمعات العربية في الفترة من ٤-٢ مايو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الثالث، ٢٠٠٦). ص ١٣٣-١٣٦.

- (٢٣) Paul.D, Angels. News Framing. *Journal of Communication*, Vol.52, N.4, 2002.Pp.875-876.
- (٢٤) 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..
- (٢٥) 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, October 13-14.**(university of south Carolina, 1997). p.18.
- (٢٦) جمال عبد العظيم أحمد. أثر إنتاج الخطاب الخبرى فى الواقع الإلكترونى على الأزمات الدولية: دراسة حالة لموقعى (بى بي سي و العالم) بالتطبيق على أزمة احتجاز البحارة البريطانين. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣٤، بوليه/ ديسمبر. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩) ص ٢٠٠-٢٣٠.
- (٢٧) 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 في معرفة مشكلات المجتمع المصري. بحث ورد في: المؤتمر العلنيالـ ١٣ بعنوان: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي في الفترة من ٢٠٠٧-٢٠١٠مليو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٧). ص ١٢٢٥-١٣٠.
- (٢٩) سمية عرفات. العلاقة بين استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية والإنترنت خلال ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ 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 ٢٠١١). (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٢). ص ٢٧٧-٣٥١.
- (٣٠) <http://www.alexa.com/topsites/countries/EG.8/7/2016,4:33pm>.
- (٣١) أسماء السادة الأساتذة المحكمين (طبقاً للترتيب المجهائي 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 والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة وعميد كلية الإعلام جامعة النهضة.

٤. أ.د/ فوزي عبد الغنى أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام جامعة فاروس بالاسكندرية.

٥. أ.د/ محمد المرسى أستاذ الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.

٦. أ.د نجوى كامل الأستاذ بقسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة.

(٣٢) أسماء المرمذن حسب الترتيب الهجائي:

١. د. السيد أبو شعيبش/ المدرس بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

٢. أ. دينا محمود/ المدرس المساعد بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الأداب جامعة أسيوط.

(٣٣) أسماء السادة الأساتذة المحكمين (طبقاً 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 والتليفزيون ووكيل الكلية لشئون الدراسات العليا والبحوث بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

٣. أ.د/ خالد صلاح الدين حسن الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.

٤. أ.د/ سامي محمد نصار الأستاذ بقسم أصول التربية بمعهد الدراسات التربوية جامعة القاهرة.

٥. أ.د/ عادل عبد الغفار أستاذ الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة وعميد كلية الإعلام جامعة بنى سويف.

٦. أ.د/ على عبد السلام الأستاذ بقسم علم النفس كلية الأداب جامعة بنها.

٧. أ.د/ محمد المرسى أستاذ الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.

٨. أ.د/ محمود يوسف الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة.

٩. أ.د/ محي 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 التي يعرضها التليفزيون المصرى لقضايا الفساد فى المجتمع وعلاقتها بيدراك الجمهور واتجاهاته نحوها". رسالة دكتوراه غير منشورة.

(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، ٢٠٠٩). ص. ٣١٥.

- (٣٥) نوال عبدالله على الحزورة. "ال تعرض للدراما العربية في القنوات الفضائية وعلاقتها بإدراك الجمهور اليمني لأدوار المرأة في 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 الرعد. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا: كلية الإعلام، ٢٠١٢). ص ٣-٢.
- (٣٨) على سيد رضا. التربية الإعلامية ضرورة في 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.