

مجلة

# البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

## داخل العدد

- بناء المعنى في التسويق السياسي
- دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طالبات الجامعة ( دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة كفر الشيخ ) .
- اتجاه القراء نحو معالجة الصحف المصرية للانتخابات الرئاسية (دراسة ميدانية مقارنة بين صحف الأهرام والوفد والمصرى اليوم) .
- اتجاهات الصحفيين وممارسي العلاقات العامة في دولة الإمارات نحو استخدام وسائل التواصل الإلكتروني .
- معالجة الخطاب الديني الصحفي لأحداث الحرب اللبنانية - الإسرائيلية من ١٣ يوليو - ١٧ أغسطس ٢٠٠٦ (دراسة تحليلية) .
- احتياجات التدريب وتقييمه لدى العاملين في العلاقات العامة (دراسة على عينة من العاملين في إدارات العلاقات العامة والإعلام بمنظمات وشركات مصرية وخليجية) .
- علاقة الجمهور بالدعاة الجدد في ضوء نظريات الاتصال الإقناعي ونماذج التأثير الإعلامي .
- دور الاتصال الشخصي في التوعية بالمشاركة السياسية (دراسة ميدانية على إحدى قرى محافظة سوهاج) .
- دور الاتصال في توعية الجمهور بأضرار التدخين والمخدرات (دراسة ميدانية لعينة من الطلبة الجامعيين بمدينة جدة) .

العدد  
السابع والعشرون  
يناير ٢٠٠٧م

مجلة

# البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة

الأستاذ الدكتور: أحمد الطيب

رئيس التحرير

أ.د: محيي الدين عبد الحليم

مدير التحرير

أ.د: شعبان أبو اليزيد شمس

سكرتير التحرير

د/ أحمد منصور هيبه

توجه باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالي : جامعة الأزهر  
كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام ت ٥١٠١٤٦٦

المراسلات

**دار الاتحاد التعاوني**  
**للطببع والنشر والتوزيع**  
ش سيدى بلال من مصطفى حافظ  
جسر السويس  
ت ٢٩٩٩٥٤٥

**رقم الإيداع بدار الكتب المصرية**  
٦٥٥٥

**العدد السابع والعشرون**  
**يناير ٢٠٠٧ م**

إتجاهات القراء نحو معالجة الصحف المصرية

للاتخابات الرئاسية

(دراسة ميدانية مقارنة بين صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم)

بحث مقدم من

د/ غادة عبد التواب اليماني

مدرس بقسم الاعلام

بكلية الآداب - جامعة طنطا



## مدخل الدراسة:

تعد الانتخابات الرئاسية أحد المظاهر المعبرة عن المشاركة السياسية، مما يجعلها تحظى باهتمام الباحثين، ولقد شهد عام ٢٠٠٥ حدث سياسي هام على الساحة المصرية، وهو المبادرة التاريخية التي أطلقها الرئيس مبارك بشأن تعديل نص المادة ٧٦ من الدستور المصري من الاستفتاء إلى الانتخاب الخر المباشر بين أكثر من مرشح على منصب رئيس الجمهورية، وهذه المبادرة فتحت أفقاً سياسية وديمقراطية جديدة، حيث أجريت الانتخابات الرئاسية يوم ٧ سبتمبر ٢٠٠٥ ولأول مرة لاختيار رئيس الجمهورية بين عدد من المرشحين. وبالتالي فإن المعالجة الاعلامية والدور الذي تلعبه الصحف في تناولها لهذا الحدث السياسي هو دور يكتسب أهمية خاصة، نظراً للتأثير الذي تفرضه الصحافة على جماهير القراء.

وتعد وسائل الاعلام بصفة عامة والصحافة بصفة خاصة واحدة من المصادر الفعالة في مجال التنقيف السياسي في المجتمع الحديث، وفي إطار ذلك تقوم الصحف المختلفة بعرض وجهات النظر المؤيدة والمعارضة للسياسات المختلفة، بالإضافة إلى تقديمها للمعلومات السياسية التي يحتاجها الجمهور لكي يشارك في القرار السياسي. وهذا الدور الذي تقوم به الصحف يخلق درجة من الوعي السياسي لدى جمهور القراء ويحفزهم لمزيد من المشاركة السياسية في صنع القرار.

وتقوم مختلف الصحف بدور هام خلال فترات عدم الاستقرار السياسي، والتعديلات الدستورية، إذ تعمل على توصيل المعلومات الضرورية إلى أفراد الجمهور، كما تقوم بتفسير الأحداث، كما تسهم المعالجة الإخبارية بدور عظيم الأهمية في تحديد وتشكيل الإتجاهات نحو ما يحدث. وتزداد أهمية الصحافة مع تضخم المعلومات وتعقيدها، ومع تزايد قدرة هذه الوسيلة على توضيح وتحليل وشرح وتفسير المعلومات التي تنقلها وتبسيطها، ولا تقتصر على تفسير الأحداث وتحليلها فقط، بل تعمل على استقراء تلك الأحداث والوصول إلى توقعات مستقبلية.

وتمارس الصحف عادة تأثيراتها على جمهور القراء من خلال عدة عناصر، لعل أهمها إعطاء الجماهير أكبر قدر من المعلومات عن العملية الانتخابية والمرشحين للرئاسة بإنتماءاتهم الحزبية والسياسية المختلفة، فضلاً عن إقناع الجماهير بتغيير أو تعديل مواقفها وسلوكها من خلال عرض البرامج الانتخابية للمرشحين للرئاسة، وذلك من خلال مناقشة العملية الانتخابية ذاتها وعرض التيارات السياسية والفكرية المختلفة.

وواقع أن الدور الذي تلعبه الصحافة في الممارسة الديمقراطية مرتبط بمدى رغبة الأفراد في المشاركة السياسية، حيث تمثل المشاركة في العملية الانتخابية وخصوصاً الرئاسية أكبر مظهر من مظاهر التحضر والديموقراطية، حيث تعبر عن الأنشطة السياسية وممارسة الديمقراطية، وللصحافة دور رائد في التنقيف السياسي، حيث تعتبر من أهم المصادر الرئيسية للأفراد للحصول على معلومات الخاصة بالعملية الانتخابية والمرشحين (١).

كما أن السلوك الانتخابي وبالتحديد التصويت لمرشح معين في انتخابات الرئاسة يعد نتيجة لعدد من المؤثرات منها الضغوط السياسية والتي تؤثر بدورها على التغطية الصحفية، والتي أثبتت أغلب الدراسات إلى وجود علاقة إيجابية بينهما، إذ يعتبر الإعلام واحد من المحددات الأساسية للسلوك السياسي. (٢)

وتعتبر الانتخابات الرئاسية في المجتمعات الديمقراطية أحد سمات المجتمع المدني الذي يقوم أعضاؤه بالتعبير عن أفكارهم وإتجاهاتهم، من خلال ادإهم بصوتهم في هذه الانتخابات لمن يرون أنه يحمل معتقدات وإتجاهات وأفكار مماثلة، وعلى الرغم من صعوبة تأكيد أن وسائل الإعلام ومن بينها الصحافة هي المؤثر الرئيسي على قرار الناخب السياسي، إلا أنه يمكن القول أن لهذه الوسائل دوراً مهماً في هذا القرار من خلال ماتقدمه من معلومات سياسية، ولايتوقف دور الصحف على تقديم المعلومات السياسية، وإنما يتعدى ذلك إلى قدرتها على بناء الصورة الذهنية للمرشحين، وإلى

التأثير المباشر في تحديد أولويات القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية في أثناء الإنتخابات، وتشكيل إدراك واتجاهات الناخبين في تلك القضايا (٣).  
إن العلاقة بين الاعلام الصحفي والسلوك الانتخابي تعتبر من الموضوعات الجدلية، وانطلاقاً من ذلك تسعى هذه الدراسة الى التعرف على اعتماد الافراد على الصحف كمصدر رئيسي للمعلومات وإتجاهاتهم نحو المعالجة الاعلامية للصحف المختلفة تجاه الإنتخابات الرئاسية المصرية ٢٠٠٥.

ويمكن عرض عناصر الدراسة على النحو التالي:

- الدراسات السابقة في مجال الدراسة.
- الاطار النظري للدراسة.
- الاطار المنهجي للدراسة.
- النتائج العامة للدراسة.
- هوامش الدراسة.

#### الدراسات السابقة *Review of Literature*:

أن مراجعة الدراسات البحثية ومؤشرات الدراسات السابقة في مجال الدراسة من شأنه أن ييسر للباحث الاستفادة من تلك الخبرات السابقة ومتابعة المسيرة البحثية، حيث أثار موضوع اعتماد الافراد على الصحف أثناء الإنتخابات الرئاسية ودور الصحف المختلفة في تشكيل اتجاهات الجماهير تجاه القضايا السياسية اهتمام العديد من الباحثين، حيث أجريت العديد من الدراسات والأبحاث عليه، وحرصاً من الباحثة على التعمق في المشكلة البحثية قامت بإجراء دراسة مسحية للدراسات المرتبطة بالموضوع بدرجة أو بأخرى .

ويمكن عرض الدراسات السابقة وفقاً للتسلسل الزمني من الأقدم إلى

الأحدث تحت محورين هما:

أولاً: دراسات تناولت موضوع الدراسة.



ثانياً: الدراسات التي تناولت مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام.

اولاً : دراسات تناولت موضوع الدراسة :

(أ) الدراسات العربية:

(١) دراسة نادية حسن سالم (١٩٨٠) بعنوان تأثير وسائل الاعلام على عملية المشاركة السياسية عند المواطن المصري، تناولت الدراسة مدى تأثير وسائل الاعلام على عملية المشاركة السياسية لدى المواطن، وإعتمدت على عدة فروض منها أن وسائل الاعلام لها تأثير قوي على المشاركة السياسية للمواطن المصري الريفي، وإن كانت ليست سبباً أساسياً وحيداً ، كما أن وسائل الاعلام تزاوول أثراً على نظرة المواطن المصري الريفي إلى هويته . وتعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية، وتم إختيار عينة عشوائية من الريف المصري، وإتبعت الأسلوب الاحصائي في معالجة البيانات وتحليلها، وتوصلت إلى أن هناك علاقة طردية بين التعرض لوسائل الاعلام، ومعلومات المواطن المصري الريفي عن القضايا السياسية ، كما تبين من النتائج أن للوسيلة الاعلامية دوراً غير أساسي في إرتفاع نسبة المشاركة السياسية للمواطن المصري الريفي، وفيما يتعلّق بسلوك المواطن الريفي الفعلي توصلت الدراسة إلى أنه كلما تعرض المواطن للوسيلة الاعلامية، كلما زادت رغبته في المشاركة الفعلية. وتعتبر الدراسة من الدراسات الرائدة في هذا المجال ، والتي جذبت إنتباه الباحثين حول اهمية دراسة دور وسائل الاعلام في عملية مشاركة الجماهير للاحداث السياسية، والانتخابات الرئاسية على نحو ايجابي ومثمر كما ترجع أهميتها في اختيار قطاع مميز من الجمهور، هو قطاع الريفيين، وهو القطاع الذي تتجاهله معظم الدراسات المختلفة(٤).

(٢) دراسة بسيوني حمادة (١٩٨٦) بعنوان العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجماهير في إثارة وتحدد القضايا العامة في مصر، استهدفت الدراسة التعرف على مدى وجود علاقة متبادلة بين وسائل الاعلام المختلفة وجمهور المتلقين، في إثارة قضايا محددة دون غيرها، اعتمدت الدراسة على

تحليل مضمون بعض الصحف القومية والحزبية، كما تم استخدام استمارة استبيان طبقت على مبحوثي الدراسة، وتم كذلك استخدام الجداول التكرارية البسيطة والنسب المئوية، كما إشتملت على دراسة مسحية لعينة قوامها ٤٠٠ مفردة في النقابات المختلفة، وأبرزت نتائج الدراسة أن الصحف المصرية تمارس تأثيرات ذات دلالات إحصائية في تشكيل الإهتمامات البارزة بشأن القضايا العامة (٥).

(٣) دراسة ثروت مكي (١٩٩٣) بعنوان "وسائل الإتصال والمشاركة السياسية في الدول النامية دراسة حالة للتجربة المصرية من ١٩٥٢ - ١٩٨١" سعت الدراسة الى التعرف على دور وسائل الاعلام في الدول النامية في حفز الجماهير على المشاركة السياسية، اتخذت الفترة الزمنية من ١٩٥٢ إلى ١٩٨٠ إطاراً نظرياً للتعرف على مشاركة الجماهير تجاه الاحداث في تلك الفترة المدروسة، وخلصت الدراسة إلى أن لوسائل الإتصال المختلفة دوراً كبيراً في تدعيم المشاركة السياسية والتي تتمثل في تقديم المعلومات السياسية والمناقشات التي تهدف إلى رفع الوعي السياسي، فضلاً عن أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإتصال كلما زادت درجة المشاركة والتصويت في الإنتخابات (٦).

(٤) دراسة خالد صلاح الدين حسن (١٩٩٧)، بعنوان دور الصحافة في توجيه وترتيب إهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر - دراسة تحليلية، استهدفت الدراسة التعرف على دور الصحف القومية والحزبية المختلفة في توجيه إهتمامات القراء تجاه مختلف القضايا العامة في مصر، كذا الوقوف على دورها في ترتيب أولويات إهتمام الجمهور تجاه القضايا العامة في مصر، استندت الدراسة على نظرية الاجندة، تم استخدام تحليل المضمون من خلال تحليل عينة من الصحف القومية والحزبية، بالإضافة إلى استخدام استمارة استبيان للتعرف على آراء المبحوثين وترتيب إهتماماتهم تجاه القضايا العامة في مصر، تم إختيار عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة تمثل المتغيرات الديموجرافية للرأي العام المصري.

وأبرزت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام خاصة الصحف أكثر فعالية في تشكيل إهتمامات الرأي العام بشأن القضايا الملموسة في مقابل القضايا المجردة والقضايا المستمرة (٧).

(٥) دراسة أميمة محمد عمران (١٩٩٩) بعنوان دور الصحافة الحزبية في المشاركة السياسية، إستهدفت الدراسة التعرف على الدور الذي تقوم به الصحافة الحزبية في عملية المشاركة السياسية وذلك من خلال دراسة تحليلية تعكس حجم اهتمام الصحف الحزبية بالقضايا السياسية، وأخرى ميدانية تعكس تقييم القرار للدور السياسي للصحف الحزبية وتوضح العلاقة بين معدل تعرض الافراد للصحف الحزبية والمواد والمضامين السياسية المنشورة بها، وبين معدل اقبالهم على المشاركة في صنع القرار السياسي، استخدمت الدراسة مناهج المسح الاعلامي والميداني، والمنهج المقارن، كما تم استخدام تحليل المضمون والاستبيان كأدوات بحثية، طبقت الدراسة على عينة عشوائية من القراء في محافظة سوهاج، وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين تعرض الافراد للصحف الحزبية ومعدل مشاركتهم في صنع القرار السياسي، وان الافراد الأكثر تعرضاً للصحف الحزبية هم الأكثر مشاركة في الاجتماعات السياسية والأكثر إقبالاً على التصويت في الانتخابات (٨).

(٦) دراسة السيد بهنسي حسن (٢٠٠٠) حول إعتقاد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات والتعديلات السياسية تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث اعتمدت على مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام واستهدفت من خلال الاعتماد على نموذج الاعتماد على وسائل الاعلام إلى التعرف على مدى اعتماد الافراد على وسائل الاعلام المصرية المختلفة كالاذاعة والتليفزيون والفضائيات والانترنت في اوقات الازمات والاضطرابات والتعديلات السياسية، استخدمت الدراسة منهج المسح الاعلامي، واعتمدت على استمارة الاستبيان التي طبقت على عينة عشوائية من الجمهور قوامها ٤٠٠ مفردة، كما اعتمدت على المنهج الاحصائي،

وحساب معامل الاقتران للوصول الى دلالات ونتائج بشأن متغيرات الدراسة، توصلت الدراسة إلى مجيء التليفزيون ثم الصحف المصرية ثم الاذاعات المصرية في مقدمة وسائل الاعلام التي يعتمد عليها الجمهور موضع الدراسة أثناء الازمات، وخلصت إلى وجود درجة عالية من الاقتران بين درجة ثقة الجمهور في وسائل الإعلام المصرية ودرجة إعتماده عليها، فضلاً عن وجود عدة عوامل مؤثرة في شدة الإعتماد على وسائل الإعلام تتمثل في عدم توافر وسائل بديلة، وإعتياد الجمهور على التعرض لوسائل معينة أو رغبته في الاطمئنان على بيئته من خلال وسائله الوطنية. والدراسة اهتمت بالتعرف على دور اكثر من وسيلة وقت الازمات كمصادر للمعرفة والاعتماد عليها من جانب الأفراد وقت الازمات والاضطرابات السياسية (٩).

(٧) دراسة نوال الصفتي (٢٠٠١) بعنوان "أثر التعرض للصحف على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية - دراسة ميدانية" تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية، التي استهدفت التعرف على أثر تعرض جمهور القراء للصحف على ادراكهم للقضايا السياسية، وعلى مستوى معارفهم، تم تطبيق استمارة استقصاء على عينة عشوائية من جمهور الشباب المتمثل في طلاب الجامعة، لاستيفاء تساؤلات الدراسة وأهدافها، أظهرت نتائج الدراسة أنه بالرغم من تعدد مصادر المعلومات عن القضايا السياسية المختلفة لدى طلاب الجامعة الا أنه تعد الصحف الورقية من أهم مصادر المعلومات للقضايا السياسية، كما إرتبطت دوافع التعرض للقضايا السياسية بالدوافع النفعية، كما كشفت النتائج عن وجود إرتباط إيجابي معتدل بين مستوى المعرفة بالقضايا السياسية العربية، وبين التعرض للصحف الورقية المختلفة، وعدم وجود فجوة معرفية بين الذين يتعرضون للصحف الورقية وبين مستوى المعرفة بالقضايا السياسية (١٠).

(٨) دراسة وليد فتح الله بركات (٢٠٠٣) حول مدى إعتماذ الشباب الجامعي على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا العربية والدولية، تبلورت مشكلة الدراسة في محاولة رصد خريطة لوسائل الاعلام التي يسعى الشباب

الجامعي إليها كمصادر للمعلومات التي يحتاجون إليها في مختلف المواقف ، سواء عندما تكون المعلومات المنشودة متعلقة بحدث عالمي مثل انتخابات الرئاسة الأمريكية أو حدث عربي مثل انتفاضة الأقصى في الأراضي الفلسطينية، أو حدث محلي ، وكذا رصد مدى وجود علاقة بين اختيار وسيلة معينة في موقف معين، وبعض المتغيرات الخاصة بالمبحوثين مثل النوع والتخصص الدراسي وكثافة استخدام وسائل الاعلام، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتم تجميع البيانات من خلال استمارتي استقصاء والمقابلة واخذت عينة قوامها ٥٠٠ مفردة من طلاب جامعة الكويت، وذلك خلال الفترة من ديسمبر ٢٠٠٢ وحتى يناير ٢٠٠٣ . واتخذ من مدخل اعتماد على وسائل الاعلام أساساً نظرياً، وتبين من النتائج أن صحيفة الوطن الكويتية كانت اهم مصدر صحفي محلي في كل الموضوعات ، كما أن من بين أسباب اختيار الوسيلة الاعلامية امكانية مراجعتها أكثر من مرة وهو ما ينطبق على الصحيفة والانترنت، وأشارت النتائج الى وجود علاقة ارتباط موجبة بين الوسيلة التي يعتمد عليها المبحوث للحصول على الاخبار بصفة عامة وبين كثافة استخدامه لوسائل الاعلام، وأثبتت الدراسة أن تليفزيون الكويت كان الوسيلة الاولى في معالجة الموضوعات، وأن الاذاعة مصدر متواضع الاهمية للحصول على الاخبار بصفة عامة. كما توجد علاقة ارتباط موجبة بين الوسيلة التي يعتمد عليها المبحوث للحصول على أخبار إنتخابات الرئاسة الأمريكية وبين نوع المبحوث. وبالرغم من أن هذه الدراسة تناولت احداث هامة إلا انها اهتمت بفئة الشباب الجامعي دون غيرها من الفئات الاخرى، وكان من الاخرى تناول قطاع آخر من المجتمع، متمثلاً في الرأي العام المنقّف الرائد في هذا المجال وتعد هذه الدراسة من الدراسات التي اهتمت بدور الصحف في توجيه انتباه الجماهير تجاه قضايا بعينها .(١١)

(٩) دراسة دينا يحيى (٢٠٠٣) بعنوان "تأثير أبعاد الإطار الإعلامي للصحف المصرية على معالجة قضايا الرأي العام ، تنتمي الدراسة الى

الدراسات الوصفية التحليلية الاستدلالية، واعتمدت على استخدام المقارنة المنهجية بهدف الوقوف على أوجه الشبه والاختلاف في التغطية الصحفية لكل من الصحف القومية والحزبية لموضوعات الدراسة، وكذا مقارنة جوانب الاهتمام وأساليب المعالجة الصحفية، وتصورات أطراف القضايا والقوالب الفنية، وأوجه الاتفاق والتباين بين مواقف واتجاهات الصحف مختلفة الأيديولوجيات ازاء القضايا عينة الدراسة، وقامت الباحثة بتحليل مضمون صحيفتي الأهرام والوفد بهدف التعرف على الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجتها الصحفية باستخدام المسح الشامل لاعداد الصحيفتين الصادرة في الفترة من ٥ مارس إلى ١٥ مايو ٢٠٠٣، حيث استهدفت الدراسة رصد أساليب المعالجة الصحفية المستخدمة في الصحيفتين في تناول موضوعات الدراسة، وخلصت إلى إختلاف الصحيفتين في أسلوب المعالجة، حيث اعتمدت الأهرام على أساليب عرض الجانب الواحد ووضوح الخلاصة، وكذلك أسلوب التكرار والتبرير، بالإضافة إلى أسلوب المساندة والتهدئة، في حين اعتمدت الوفد على أسلوب عرض أكثر من جانب، وضمنية الخلاصة، وكذلك أسلوب الهجوم المباشر والمضاد، بالإضافة إلى أسلوب إثارة المخاوف والإدانة، مما يشير إلى إختلاف الأطر الإعلامية لكل منها، كما أوضحت النتائج إختلاف الصحيفتين من حيث اتجاه المضمون الذي تتناوله في عرض قضايا موضوع الدراسة، كما اتضح ان الاستخدام الأكثر شيوعاً للقوالب الصحفية لكل من الصحيفتين يعكس اتجاه الصحف للموضوعات المقدمة (١٢).

(١٠) دراسة إيمان محمد سليمان وآخرون (٢٠٠٥) بعنوان أثر التغطية الصحفية لبرلمان ٢٠٠٥ على السلوك الإنتخابي للمصريين، حيث استهدفت الدراسة التعرف على تأثير هذه التغطية الصحفية على المعرفة السياسية، وذلك لقياس الفرض القائل بأن متابعة التغطية الصحفية ترفع من مستوى المعرفة السياسية خاصة بالمرشحين بقضايا الانتخابات بصفة عامة، وكذلك استهدفت التعرف على تأثير هذه التغطية الصحفية على الإتجاهات،

حيث أن الاتجاهات تتكون من خلال ما يحصل عليه الفرد من معلومات حول موضوع معين كما حاولت الدراسة التعرف على تأثير التغطية السياسية على السلوك أو الممارسة والمتمثل في عملية التصويت ومدى الارتباط بين المعرفة والاتجاه والسلوك الانتخابي، لذا فإن الأهداف الرئيسية للبحث تمثلت في دراسة قضايا الحملة الانتخابية كما تم التعبير عنها في الصحف، والكشف عن العلاقات بين استخدام وتفضيل صحيفة معينة والسلوك التصويتي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وذلك بغرض جمع المعلومات والبيانات من العديد من الأفراد خلال فترة زمنية معينة، وهي عبارة عن بيانات كمية تتعلق بمجموعة من المتغيرات وتستخدم المسوح لتحقيق مجموعة أهداف وهي وصفية وتفسيرية، وتمثل مجتمع الدراسة من طلاب جامعة القاهرة بكلياتها المختلفة وتم مراعاة سحب العينة لتمثل الطلبة في السنوات الدراسية المختلفة، وكذا أعضاء هيئة التدريس، وتمثلت العينة في ٢٤٠ مفردة، وتم تحليل مضمون صحف الأهرام والوفد والمصري اليوم، وقد تم سحب عينة متعددة المراحل ممثلة للمضامين الصحفية التي تناولت موضوع الانتخابات خلال الفترة المدروسة، واعتمدت الدراسة على اداتين لجمع البيانات هما استمارة الاستقصاء واستمارة تحليل المضمون، وإنتهت الدراسة إلى أن المعرفة نحو موضوع المشاركة السياسية تقود إلى بناء مكون إيجابي نحو المشاركة، وهذا بدوره يقود إلى بناء مكون سلوكي، أي أن المعرفة بالسياسة والقضايا السياسية تنتهي إلى قيام الفرد بالسلوك السياسي، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين المعرفة السلوكية والاتجاه نحو المشاركة السياسية وكذا وجود علاقة ارتباطية بين الاتجاه نحو المشاركة والسلوك الانتخابي الفعلي، وكذا وجود علاقة بين المستوى التعليمي والمشاركة السياسية، ووجود علاقة بين حجم التغطية لصالح مرشح معين والسلوك الإيجابي نحو هذا المرشح. وتعد الدراسة من الدراسات المميزة في هذا المجال لأنها اعتمدت على أكثر من أداة بحثية في قياس المعرفة السياسية والاتجاه نحو المشاركة والقيام بالسلوك التصويتي والتعرف على دور

التغطية الصحفية في امداد الجمهور بالمعلومات ومساعدته في اتخاذ قراره التصويتي (١٣).

(١١) دراسة أسيه ياسين أحمد (٢٠٠٥) بعنوان "رصد ومراقبة التغطية الإعلامية لانتخابات الرئاسة المصرية سبتمبر ٢٠٠٥ - دراسة تحليلية". تقع هذه الدراسة ضمن دراسات الاتصال السياسي والتي تقيم أداء وسائل الاعلام المسموعة والمرئية ومدى تأثيرها على السياسة المحلية، تدور الدراسة حول تساؤل رئيسي هو مدى مصداقية وحيادية وسائل الاعلام المصري فيما تقدمه عن الانتخابات الرئاسية، وحدود تأثير هذه التغطية على الرأي العام، وانعكاسات ذلك وتأثيره على الساوك الانتخابي، اهتمت الدراسة بتحليل مضمون التغطية الاعلامية للحملة الانتخابية للمرشحين على نحو متكامل، وكذا قامت بدراسة مسحية على عهينة عشوائية ممن لهم الحق في الانتخابات، لذا فالدراسة من الدراسات الجادة في هذا المجال. حيث تم رصد تغطية لجميع المرشحين عند عقد مؤتمراتهم الشعبية وخطبهم الافتتاحية، وخلصت الدراسة إلى أن التليفزيون المصري نجح في إعطاء كافة المرشحين الوقت والمساحة الكافية للتعرف عليهم ومعرفة توجهاتهم السياسية وشرح البرامج السياسية والاقتصادية وغيره الخاصة بأحزابهم (١٤).

(١٢) دراسة نائلة إبراهيم عمارة (٢٠٠٥) بعنوان "دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف وإتجاهات الجمهور نحو الانتخابات الرئاسية في مصر. حاولت الدراسة رصد تأثير تغطية وسائل الإعلام على معارف وإتجاهات الجمهور نحو المرشحين في هذه الانتخابات من ناحية، ونحو العملية الانتخابية من ناحية أخرى، ورصد العوامل والمتغيرات التي من الممكن أن تؤثر في معارف الجمهور، واستهدفت التعرف على دور وسائل الاتصال الجماهيري في تشكيل اتجاهات الافراد نحو الانتخابات الرئاسية في مصر، ، والتي اجريت عام ٢٠٠٥. تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية مكونة من ٤٠٠ مفردة، تم استخدام منهج المسح الميداني، والتحليل الاحصائي والجداول التكرارية، وكانت من أهم نتائجها وجود تباين بين



المعتمدين على وسائل الاعلام في مستوى المعرفة بالانتخابات الرئاسية، فالأكثر اعتماداً على القنوات الفضائية العربية أكثر عمقاً في المعرفة بالانتخابات الرئاسية، والأفراد الأكثر اعتماداً على الصحف مقارنة بالوسائل الاعلامية الاخرى كالراديو والتلفزيون أكثر معرفة بشكل عام بالانتخابات المصرية، والأكثر اعتماداً على وسائل الإعلام الحكومية أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية، بينما الأكثر اعتماداً على الصحف المستقلة والحزبية أكثر سلبية في اتجاهاتهم، كما أثبتت الدراسة أنه لا توجد علاقة بين مستوى المعرفة بالانتخابات الرئاسية وشدة الإتجاه لدى عينة الدراسة نحو العملية الانتخابية بشكل أو بآخر (١٥).

(١٣) دراسة خيرت معوض محمد عيادة (٢٠٠٦) بعنوان "الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية المصرية في الانتخابات البرلمانية ٢٠٠٥"، إستهدفت الدراسة وصف وتحليل الخطاب الصحفي للأحزاب والقوى السياسية المصرية في الانتخابات التشريعية التي أجريت في نوفمبر ٢٠٠٥، وتحديد الاستراتيجيات والتكتيكات الاتصالية التي تتبناها الاحزاب المختلفة والقوى في خطابها قبل وأثناء الانتخابات. استخدمت الدراسة منهج تحليل الخطاب أثناء الانتخابات الرئاسية والبرلمانية ، وتم إختيار ثلاثة أحزاب وقوى سياسية تمثل الإتجاهات السياسية المختلفة لتحليل خطابها في فترة الانتخابات، وهذه الأحزاب والقوى هي الحزب الوطني الديمقراطي الذي يمثل إتجاه الوسط وتم إختيار صحيفة أخبار اليوم، وحزب التجمع الوحدوي الذي يمثل الإتجاه اليساري وتم تحليل الخطاب الصحفي للصحيفة التي يصدرها وتعبّر عن سياسته وهي الأهالي، ثم جماعة الأخوان المسلمون التي تمثل تيار اليمين، وقد وقع الإختيار على صحيفة آفاق عربية التي تعد أقرب صحيفة تعبّر عن توجهات الجماعة وتعكس سياستها ، وتضمن تحليل الخطاب الصحفي في الانتخابات البرلمانية المصرية ٤٦ نصاً بالنسبة لاخبار اليوم، ٤٦ نصاً للاهالي، ٦٤ نصاً لآفاق عربية وبذا تكون عينة الدراسة ١٦٦ نصاً، وخلصت الدراسة إلى اعتماد خطاب الحزب الوطني على

الهجوم المبالغ فيه ، ولجأ خطاب جماعة الإخوان المسلمين إلى الإستراتيجية الدفاعية، وهو ما يتناقض مع وضع الجماعة كقوى معارضة، أما خطاب حزب التجمع في مجمل طروحاته كان خطاباً هجوماً سواء على الحزب الوطني أو على جماعة الإخوان المسلمين، وبالرغم من أهمية هذه الدراسة إلا أنها أغفلت الجانب الميداني ولم تحاول التعرف على آراء واتجاهات القراء تجاه الخطاب المقدم من جانب الصحف المدروسة (١٦).

### (ب) الدراسات الأجنبية :

(١) دراسة Funkhouser (1997) والتي استهدفت دراسة إتجاهات تغطية وسائل الإعلام لبعض قضايا الستينيات، حيث تم بتحليل مضمون وسائل الإعلام على مدار عام كامل من عام ١٩٦٠-١٩٧٠، وخلصت الدراسة إلى أن هناك مجموعة من العوامل التي تسهم في زيادة الإنتباه لقضية معينة، ومن أهم هذه العوامل إهتمام وسائل الإعلام بالأحداث المعروفة مسبقاً، والتي قامت الوسيلة بالتخطيط لتغطيتها، لما لها من قيمة خبرية، وفي المقابل يوجد موضوعات يتم الكتابة فيها بشكل إنتقائي، وقد تبالغ وسائل الإعلام في تغطية أحداث معينة، أو بالعكس قد تختصر من لم يوجد فيه أهمية خبرية جديدة (١٧)

(٢) دراسة ماكلويد وشوفيل وموي Mclead, Scheufele, Moy (1999) أجريت الدراسة في مدينة ماديسون بولاية ويسكونسن الأمريكية، حيث أجري الباحثان مسحاً تليفونياً ، بهدف التعرف على المتغيرات التي تؤثر في المشاركة السياسية للأفراد، على عينة قوامها ٣٨٩ مفردة من المبحوثين، وأشارت النتائج إلى وجود ارتباط إيجابي ودال إحصائياً بين الإتصال الشخصي أي مستوى النقاش بين الافراد في اطار الجماعات المرجعية من ناحية، والإهتمام السياسي بالقضايا المجتمعية من ناحية أخرى، وقد تفوق الإتصال الشخصي في هذا الشأن على متغير استخدام المبحوثون لبعض الوسائل الاعلامية المختلفة (١٨).

(٣) دراسة جاري ماركس Gary Marks ، (1999) إستهدفت دراسة الوسائل والاليات التي توظفها الصحف في تشكيل القرارات الانتخابية للمواطنين خاصة الحزبية، اجريت الدراسة في استراليا، واشتملت على أنشطة الاحزاب المختلفة خلال عامي ١٩٨٧، ١٩٩٠، وأظهرت نتائج الدراسة وجود إعتقاد متزايد من قبل الأحزاب السياسية على توظيف الإعلانات السياسية بالصحف لتشكيل قرارات الناخبين من خلال طرح المشكلات والقضايا ذات الأهمية المباشرة للمجتمع، والدراسة توصلت إلى وجود تأثيرات سلبية لمخرجات بعض الحملات الانتخابية في الناخبين بما لا يتفق ونوايا وأهداف بعض الأحزاب محل الدراسة (١٩).

(٤) دراسة Scott L. Althous, Reter F. Nordulle and Dorom ، (2000) عن المرشحين في انتخابات الرئاسة من عام ١٩٧٢-٢٠٠٠، تهدف الدراسة إلى معرفة تأثير تغطية حملات الرئاسة على الجمهور، وقد تبين أن الدراسات الحديثة تركز على تأثير تغطية حملات الرئاسة على الأفراد وأن الإعلان يعتبر كمفتاح لتغير إهتمامات الناخبين، وتبين ذلك من خلال التحليلات التجريبية، والتي طبقت على أنماط متعددة من سلوك الناخبين، وتبين تعدد التغيرات في هذه الأنماط، كما تبين أن بعض الأماكن تحتاج إلى مزيد من الإهتمام الانتخابي أكثر من غيرها (٢٠).

(٥) دراسة أيفلاند وشاه Eveland Shah. (2003) إستهدفت الدراسة إلى التعرف على إتجاهات الرأي العام بشأن الحيادية والموضوعية في تناول وسائل الإعلام الأمريكية للانتخابات الرئاسية، وقد أجري الباحثان دراسة مسحية على عينة قوامها ثلاثة آلاف مبحوثاً من المنتمين للأحزاب السياسية المختلفة خلال حملة الرئاسة الأمريكية عام ٢٠٠٠، وأشارت النتائج على أن الإلتفاء الحزبي يمثل بدوره متغيراً يعوق تأثيرات وسائل الإعلام في تشكيل آراء الناخبين (٢١).

### ثانياً: دراسات تناولت مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام:

أثار مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام اهتمام العديد من الباحثين منذ ظهورها، حيث اجريت العديد من الدراسات العربية والاجنبية لاختبارها وفيما يلي عرضاً لهذه الدراسات.

(١) دراسة عزة عبد العظيم (١٩٩٣) دراسة بعنوان الاعتماد على التلفزيون ومستوى المعرفة لدى البالغين المصريين عن تعاطي المخدرات ، تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي استهدفت التعرف على دور التلفزيون المصري كمصدر للامداد بالمعلومات والمعرفة لدى الافراد عن تعاطي المخدرات، تم اختيار عينة عشوائية من البالغين، وتعتبر الدراسة من أبرز الدراسات التي استخدمت مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام، خاصة لاختيارها عينة عمدية من المبحوثين هي عينة البالغين، ومدى تأثيرها واعتمادها على التلفزيون كمصدر للمعلومات عن تعاطي المخدرات، وإنتهت إلى نتائج أهمها وجود علاقة إرتباط موجبة بين التعرض للمضمون الذي يعرضه التلفزيون عن المخدرات والاعتماد على هذه الوسيلة لاكتساب معلومات معينة، ووجود علاقة إرتباط موجبة بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي ومستوى المعرفة بمشكلات تعاطي المخدرات (٢٢).

(٢) دراسة أمل جابر (١٩٩٦) بعنوان دور الصحف والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الأحداث الخارجية، اهتمت الدراسة بالتعرف على دور الصحف والتلفزيون كوسائل للإمداد بالمعلومات خلصت الدراسة إلى نتائج من أهمها أن الصحف جاءت في المركز الأول كأهم المصادر التي يعتمد عليها الأفراد في الحصول على معلومات عن الأحداث الخارجية علاوة، على أن الأفراد الذين يعتمدون على الصحف والتلفزيون يكتسبون مستوى مرتفع من المعرفة المتعمقة مقارنة بمن يعتمدون على الاتصال الشخصي (٢٣).

(٣) دراسة سوزان القليني (١٩٩٨) عن مدى إعتقاد الصفوة المصرية على التلفزيون أثناء أزمة حادث الأقصر، تنتمي الدراسة الى الدراسات

الوصفية، حيث استهدفت التعرف على حجم الوسائل الإعلامية التي تعتمد عليها صفوة المجتمع وقادة الرأي أثناء أزمة حادث الأقصر، وتم اختيار عينة عمدية من الصفوة المصرية قوامها ١٢٥ مبحوثاً، وكانت تأثيرات الاعتماد على التلفزيون الوطني التأثيرات الوجدانية ثم التأثيرات السلوكية ثم التأثيرات المعرفية، وإنتهت إلى نتائج منها تقاسم كل من التلفزيون المصري وشبكة C.N.N الإخبارية الأمريكية المرتبة الأولى في اعتماد الصفوة المصرية عليهم كأهم مصادر المعلومات خلال الحادث، كما أظهرت وجود ارتباط قوي بين الصفوة الإعلامية والاعتماد على التلفزيون الوطني (٢٤).

(٤) دراسة محمود خليل (١٩٩٨) بعنوان دور الصحف الحزبية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الاداء الحكومي بمصر. استهدفت الدراسة التعرف على دور صحف الاحزاب في مصر في تكوين اتجاهات جماهير الشباب نحو الاداء الحكومي، تم اختيار عينة عشوائية من الشباب، وإنتهت إلى نتائج منها ظهور إتجاه سلبي من جانب قراء الصحف اليومية نحو الاداء الحكومي، كما أشارت إلى أن جريدة الوفد الحزبية تأتي في مركز متقدم بين الصحف الأكثر مقروئية لدى عينة الدراسة (٢٥).

(٥) دراسة عزة الكحكي ورباب الجمال (٢٠٠١) بعنوان الآثار المعرفية لقضية إنتفاضة القدس دراسة مسحية على جمهور الصحف والتلفزيون المصري، استهدفت معرفة تأثير التفاوت الطبقي وكثافة التعرض على مستوى معرفة الجمهور بقضية إنتفاضة الأقصى، وإعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وطبق الاستبيان على ٤٠٠ مفردة من البالغين من أبناء مدينة المنصورة، وخلصت الدراسة إلى وجود فروق دالة احصائياً بين مجموعات العينة لوجود تفاوت في المستوى الاجتماعي والاقتصادي في مستوى المعرفة بالقضية المدروسة لصالح المستوى الاساسي، فضلاً عن وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين كثافة التعرض بالصحف ومستوى المعرفة العامة، في حين لم توجد دالة بين كثافة مشاهدة التلفزيون ومستوى المعرفة بالقضية، ولم توجد فروق دالة احصائية بين الذكور والاناث في

مستوى المعرفة العامة بالقضية، كذا وجود فروق دالة احصائياً بين مستوى المعرفة وفقاً لاهتمام المبحوثين بالقضية لصالح الفئة الاعلى اهتماماً ، وبالرغم من اهمية الدراسة، الا انها اهتمت بشريحة واحدة من شرائح المجتمع هي شريحة البالغين، مع تجاهل الشرائح الاخرى (٢٦).

(٦) دراسة جيهان يسري (٢٠٠١) عن مصادر معلومات الجمهور المصري عن إنتفاضة الأقصى، وإنتهت من خلالها إلى وجود علاقة إرتباط موجبة بين معدل تعرض الجمهور للصحافة المطبوعة ومعدل الإهتمام بموضوع الدراسة، ووجود علاقة إرتباط معنوية بين التعرض للوسائل الاعلامية وبين اعتماد الجمهور على هذه الوسائل كمصادر للمعلومات عن الإنتفاضة (٢٧).

(٧) دراسة محمد الفقيه (٢٠٠٢) بعنوان العلاقة بين الاعتماد على القنوات التليفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الاخبارية في المجتمع اليمني، وقد أجرى الباحث دراسة ميدانية على ٤٦٢ مبحوثاً من حائزي الدش في مدينة صنعاء، استخدمت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في اطارها النظري وإستهدفت التعرف على مدى اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية، استهدفت الدراسة منهج المسح الاعلامي، وإنتهت إلى عدة نتائج من أهمها أن القنوات الفضائية العربية جاءت في المرتبة الاولى من المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون لاكتساب المعلومات، يليها الاذاعات العربية، فالصحف العربية، كما أن الاعتماد على القنوات الفضائية في اكتساب المعرفة بالقضايا والشئون العامة قد ترك أثراً معرفية وسلوكية ووجدانية على الترتيب (٢٨).

(٨) دراسة وليام لوجيس وساندرا بول روكينش، والتي إستهدفت إلقاء المزيد من الضوء على أنماط قراءة الصحف ذات الصلة ببعض المتغيرات مثل السن ومستوى التعليم والدخل والنوع والانتماء المعرفي، استخدمت الدراسة منهج المسح الاعلامي من خلال تطبيق استمارة استبيان، تم اختيار عينة عشوائية من المبحوثين، وانتهت إلى عدة نتائج أهمها عدم ثبوت تأثير

مستوى التعليم على مستوى الاعتماد على الصحف، وقد فسر الباحثان ذلك بأنه يرجع إلى ثقة المبحوثين الحاصلين على مستوى تعليمي مرتفع في أنهم حققوا مستوى مرتفع من الإدراك الاجتماعي لاحتاج إلى أي إضافة عاجلة يحصلون عليها من الصحف (٢٩).

### رؤية تحليلية لنتائج الدراسات السابقة:

تكشف النظرة الأولية عن قدر واضح من الاهتمام بموضوع الدراسة سواء في مصر أو في الخارج، ومن خلال الاطلاع على الدراسات السابقة يمكن إستخلاص عدة مؤشرات هامة هي:

- قدمت الدراسات العديد من الأدلة على صحة الإعتماد على الصحف كمصدر من مصادر الاعتماد عليها، أثناء الأزمات والتعديلات السياسية، فضلاً عن تفسيرها لكيفية تشكيل آراء وإتجاهات الجمهور نحو قضية بعينها.

- اهتمت الدراسات السابقة بعدة محاور منها تأثير وسائل الاعلام على الرأي العام أثناء الازمات والاضطرابات السياسية، الاتصال السياسي بين المواطنين خلال الحملات الانتخابية، فضلاً عن دور وسائل الاعلام في اكتساب المعرفة، ومدى ادراك الافراد للواقع السياسي كما تعكسه وسائل الاعلام.

- أن معظم الدراسات الاجنبية اعتمدت على تأثير الحملات الانتخابية والجماعات المرجعية والاشكال الاتصالية، كما اهتمت بدراسة تأثير البيانات الصحفية والاعلانات السياسية واستخدام شعارات الحملات الانتخابية، دون الاهتمام بكيفية معالجة وسائل الاعلام للحملات الانتخابية، خاصة الصحف.

- الدور الفعال الذي تلعبه الصحف في تناول القضايا المختلفة ، وخلق الجدل حولها، وبناء تصورات لأطراف تلك القضايا وتطبيقها وفقاً لأيدولوجية الصحيفة وإتجاهاتها.

- أبرزت بعض الدراسات السابقة نزوة الإهتمام من قبل الباحثين في مجال الرأي العام والإتصال السياسي، برصد ودراسة القوى الاجتماعية التي

تؤثر في عملية تشكيل معارف الرأي العام في المجتمعات المختلفة وإتجاهاته نحو القضايا المجتمعية البارزة.

• تميز المجال البشري للدراسات بالتنوع ما بين جمهور عام أو جمهور نوعي يتمثل في طلاب مدارس وجامعات.

• تعددت الدراسات العربية والاجنبية التي تناولت مضامين الطرح الاعلامي للصحف المختلفة بشأن انتخابات الرئاسة ، مقابل ندرة الدراسات التي حاولت رصد اتجاهات القراء تجاه معالجة الصحف لهذه الانتخابات وبيان فعاليتها وصدى تأثيرها لدى جمهور القراء.

لذا فهناك حاجة إلى دراسة رصد اتجاهات الجمهور نحو معالجة الصحف على اختلاف توجهاتها لانتخابات الرئاسة والمقارنة بينهم من حيث المحتوى ووسائل الابرار وكذا من حيث الشكل الذي تناولت به الصحف الاخبار والمعلومات وهذا ماتناولته الدراسة الراهنة مع محاولة الكشف عن أهم الصحف التي اعتمد عليها المبحوثون أثناء الانتخابات الرئاسية ، كما اهتمت الدراسة باختيار عينة عمدية من القراء، تمثلت في صفوة المجتمع أو قادة الرأي، وهي تلك الشريحة التي تغفلها معظم الدراسات. لذا فالدراسة تقع ضمن دراسات الاعلام السياسي.

### الإطار النظري للدراسة :

مما لا شك فيه أن تصور وتكوين اطار نظري يعد هو الركيزة النظرية التي يستند إليها البحث. وبصفة عامة تستند الدراسة على نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency) باعتباره أحد المداخل التي تشكل علاقة الجمهور بوسائل الاعلام، حيث تعد درجة اعتماد الافراد على معلومات وسائل الاعلام هي الأساس لفهم تأثير الوسائل الاعلامية على أفكار الافراد واتجاهاتهم وسلوكهم، حيث يقوم هذا المدخل بالتركيز على الوسيلة ودرجة اهميتها لدى الفرد، لكي يستقي معلوماته منها، كما أنه يولي اهمية لوسائل الاتصال كمصادر للمعلومات، ويقصد بها درجة أهمية الوسيلة الإعلامية للأفراد كمصدر للمعرفة والادراك عن الأحداث والقضايا المثارة.



ويعرف الاعتماد اجرائياً بالمصدر الذي يعتمد عليه الفرد للحصول على معلومات حول السياسات والاحداث الجارية، فالاعتماد يعني درجة أهمية الوسيلة للفرد كمصدر لمعلوماته ومدى تفعيله لها وتتوقف درجة اعتماد جمهور المتلقين على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام على نقطتين أولهما درجة الإستقرار داخل المجتمع، حيث تفترض النظرية زيادة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات في حالات الأزمات، إذ لا تتوافر لهم وسائل مباشرة في مثل هذه الأحداث، وثانيهما حجم وأهمية المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام، فكلما ازدادت أهمية المعلومات التي تقدمها الوسيلة زاد اعتماد الأفراد عليها، ويقصد بالأهمية عمق التحليلات المقدمة، وكثافة الصور، وسرعة تقديم الأخبار وغيرها، مما يدعم وسيلة إعلامية دون الأخرى كمصدر للمعلومات والأخبار الهامة (٣٠).

وقدم كل ساندر بول، روكيتش وديفلور عام (١٩٧٦) أول إطار لنموذج تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام، وتقوم فرضية الأساس على أن الاتصال الجماهيري يتضمن علاقات معقدة بين عدد كبير من المتغيرات المتفاعلة مع بعضها والتي يمكن تحديدها ببساطة في ثلاثة مصطلحات هي وسائل الاعلام، الجمهور، المجتمع (٣١).

وتعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام نظرية بيئية ، حيث تركز على الانظمة المختلفة، إنطلاقاً من أن المجتمع تركيب عضوي تتعدد فيه الانظمة المختلفة صغيرة أو كبيرة، وتترابط وتتفاعل سوياً، ومن بينها وسائل الاعلام التي ترتبط بالافراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى بعلاقات متبادلة. ويشكل متطور اعتماد الفرد على وسائل الاعلام جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الاعلام والنظم الاجتماعية ، والذي يشكل بدوره علاقات الجمهور بوسائل الاعلام، ويقوم هذا المنظور الخاص على دعامين رئيسيين، أولهما أن هناك أهدافاً للأفراد متمثلة في الفهم والتوجيه والتسلية يقوم بتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة، سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو إجتماعية، ثانيهما

اعتبار وسائل الاعلام نظم معلومات تتحكم في مصادر تحقيق الاهداف الخاصة بالافراد وتتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها. وتتبع نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام من العديد من الجذور الفكرية المشابهة مثل الاستخدامات والاشباعات، فكلاهما بالدرجة الاولى مداخل وظيفية جماعية وكلاهما يركز على العلاقة بين الاهداف الفردية والنظام الاعلامي برمته.

وتؤثر درجة الإضطراب الاجتماعي ودرجة التغيير الاجتماعي في المجتمع ، فعندما يحدث التغيير الاجتماعي بشكل مطرد تكون هناك درجة عالية من الغموض وعدم الوضوح لدى الجمهور لما يدور حولهم ، مما يزيد الحاجة إلى المعلومات ، وبالتالي ترتفع درجة اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام (٣٢).

ويبني نموذج الاعتماد على عدة افتراضات منها (٣٣).

• أن الصفوة أكثر ميلاً للاعتماد على مصادر مختلفة، كما يؤثر السن ومستوى الاهتمام والخبرات السابقة على نوع وطبيعة هذا الاعتماد.

• يزداد اعتماد الافراد على مصادر معلومات ووسائل الاعلام في أوقات الصراع والتغير الاجتماعي والسياسي، فكلما زاد التهديد والازمات والكوارث والجدل والتقلبات زادت الحاجة إلى المعلومات والتوجيه وزادت كثافة الاعتماد.

• يزداد تأثير الجمهور كلما زاد مستوى اعتمادهم، فهناك علاقة مباشرة بين مستوى الاعتماد ومستوى التأثير وتتنوع التأثيرات مابين تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية.

وترى نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام أن التأثير يعتمد على العلاقات المتداخلة بين الوسائل والجمهور والمجتمع، فرغبة الفرد في الحصول على المعلومات هي المتغير الرئيسي الذي يفسر التأثيرات المعرفية والنفسية لوسائل الاتصال، كما ان الاعتماد على وسائل الاعلام يقوى عندما

يرى الفرد أن اهدافه قد تتفق من خلال المعلومات التي يحصل عليها، فمدى الثقة التي تمثلها الوسيلة الاعلامية للمتلقى تؤدي بالمتلقي الى استيفاء معلوماته من خلال تلك الوسيلة، ومنها يكون تأثير وسائل الاتصال والاعلام بصفة عامة (٣٤).

ويرى ملفين ديلفير وساندرابول وروكينش وجود مكونات أو تأثيرات ثلاث حول بناء الإتجاه، وبمعنى آخر وجود مجموعة من الاثار تنتج عند إعتقاد الأفراد على وسائل الإعلام وهي (٣٥).

الاثار المعرفية Cognitive effects: ويشمل هذا المكون المعلومات والحقائق والمعارف ذات الصلة بموضوع الإتجاه، والتي تشتمل على كشف الغموض عن الأحداث الهامة والطارئة وتكوين الإتجاهات نحو هذه الأحداث الهامة والموضوعات المختلفة وترتيب الأولويات الخاصة بالجمهور في فترات معينة.

الاثار العاطفية والوجدانية Affective effects: وتتضمن كل المشاعر كالحب والإعجاب والإهتمام والتقدير والفخر، فضلاً عن مشاعر الفتور واللامبالاه والتبذل التي يتعرض لها الفرد نتيجة لكثرة تعرضه لوسائل الإعلام.

الآثار السلوكية Behavioral effects: وتتضمن كل أنواع السلوك والتصرفات التي يتخذها الفرد في حياته، والتي تتمثل في تحفيز المتلقين على القيام بالأفعال المطلوبة أو العكس، فالنصويت الإنتخابي والمشاركة في الدعاية الانتخابية وكل الاختيارات التي يقوم بها أمثلة للمكون السلوكي.

وتكمن قوة وسائل الاعلام طبقاً لنظرية الاعتماد في سيطرة وسائل الاعلام على مصادر المعلومات التي يحقق من خلالها الفرد اهدافه الرئيسية، وهذه الأهداف يمكن أن تتسع وتتزايد كلما زاد المجتمع تعقيداً.

وبصرف النظر عما إذا كانت وسائل الإعلام تنقل معلومات حقيقية أم زائفة لكنها تجعل المتلقي اكثر فهماً، كما أن المعلومات التي يحصل عليها

الفرد من وسائل الاعلام تساعد في إتخاذ القرارات والمواقف، ونظراً لاختلاف الأفراد في أهدافهم فإنهم يختلفون في درجة الاعتماد على نظم وسائل الاعلام التي ترتبط بالأهداف والحاجات الفردية.

ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحياناً تأثيرات قوية ومباشرة، وأحياناً أخرى لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما (٣٦).

ويعتبر مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام من أنسب المداخل لدراسة اتجاهات القراء تجاه المعالجة الاعلامية للصحف المصرية ازاء انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠٠٥ .

### المشكلة البحثية :

تؤثر درجة التغييرات خاصة التغييرات أو التعديلات السياسية على المجتمع، فعندما يحدث التعديل يكون هناك درجة عالية من الغموض وعدم الوضوح لدى الجمهور بما يدور حولهم، مما يزيد الحاجة إلى المعلومات وبالتالي ترتفع درجة اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام خاصة الصحف، والتي اهتمت اهتماماً ملحوظاً بموضوع الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠٠٥، ومن ثم أمكن تحديد المشكلة البحثية من خلال ما لاحظته الباحثة من تزايد الاهتمام الصحفي بموضوع الانتخابات الرئاسية المصرية، وكذا في ضوء الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة على عدد من الصحف القومية والحزبية والمستقلة، والتي أعطت دلالات عن تباين مرتكزات الخطاب الاعلامي للصحف المختلفة بتباين رؤى وأفكار ومبادئ منتجي هذا الخطاب، والتي عادة ماتعبر هذه الرؤى عن معاني ذات أبعاد سياسية، وتزداد درجة هذا التباين في أوقات الانتخابات ، حيث تسعى كل جريدة إلى تمييز خطابها الاعلامي وتقديمه في أطر محددة، الأمر الذي أدى إلى أن تكون دراسة اتجاهات القراء تجاه الصحف المختلفة لموضوع الانتخابات الرئاسية المصرية ضرورة بحثية.

حيث تعتبر الانتخابات الرئاسية من أبرز أحداث عام ٢٠٠٥ السياسية، ومن أهم تجلياتها وقد أثارت هذه الانتخابات إهتمام الرأي العام المصري والعالمى، ووسائل الإعلام بكافة أشكالها وأنواعها، لذا حظيت هذه الانتخابات بمعالجة إعلامية مكثفة من قبل الصحافة المصرية، وإن تباينت الصحف المصرية في موقفها العام تجاه هذه الانتخابات.

ومن ثم تبلورت مشكلة الدراسة في محاولة الكشف عن مدى اعتماد القراء على الصحف المصرية أثناء فترة الانتخابات الرئاسية وإتجاهاتهم نحوها، بمعنى آخر دراسة اتجاهات القراء تجاه المعالجة الاعلامية التي تقدمها صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم المصرية تجاه موضوع الدراسة والمقارنة بينهم، ومحاولة التعرف على الصحف التي يعتمد القراء عليها كمصادر للمعلومات التي يحتاجون إليها، خاصة عندما تكون المعلومات المنشودة متعلقة بحدث هام مثل إنتخابات الرئاسة المصرية.

#### أهمية الدراسة :

شكلت الانتخابات الرئاسية أكتوبر ٢٠٠٥ نقطة تحول في تاريخ مصر، وشهدت إهتماماً إعلامياً شديداً، سواء على المستوى المحلى أو العالمى، كما حملت هذه الانتخابات مؤثرات وظواهر جديدة مثلت خصوصية مميزة لها، وكذلك لما شهدته من تغطية ومعالجة مكثفة . وقد حاولت معظم الصحف المصرية أن تسهم في الحراك السياسي الذي ينتج عن هذا التعديل الدستوري وأن تكون طرفاً فاعلاً في العملية الإنتخابية. من هنا كانت أهمية الدراسة حيث تعد من أوائل الدراسات التي ترصد اتجاهات القراء تجاه معالجة الصحف المختلفة لانتخابات الرئاسة. حيث تشير نتائج الدراسات السابقة إلى وجود علاقة موجبة بين تعرض الأفراد لوسائل الاعلام وإدراكهم للقضايا السياسية ومشاركتهم في وضع القرار السياسي.

وتتمثل أهمية الدراسة التطبيقية في أنها تهتم بالدور الذي تلعبه الصحافة في مجال تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية والانتخابات الرئاسية، وبالتالي فهي تعكس مسئولية الصحافة تجاه المجتمع. كما أنها هذه

الدراسة تكتسب بعداً آخر هاماً متمثلاً في خدمة العلم لقضايا المجتمع، حيث أنها تتناول الدور الذي يمكن أن تقوم به الصحافة في التنقيف السياسي من خلال ما طرحه من موضوعات وآراء، ومن ثم فهي تدخل ضمن الدراسات التطبيقية لكونها تهتم بجوانب عدة منها:

• الكشف العلمي المنظم عن مدى اعتماد عينة من الجمهور المصري على الصحف القومية بجانب الصحف الحزبية والصحف الخاصة.

• التوصل إلى بعض المؤشرات أثناء التعديلات السياسية، التي تساعد القائمين بالإتصال على فهم خصائص عينة من القراء في التعامل مع الصحف المختلفة والتعرف على إحتياجاتهم ورغباتهم من الرسائل الصحفية في ضوء التطورات التي تشهدها بنية الإتصال في مصر.

• عمل تحليل مقارن ثلاثي الأبعاد والاتجاهات للصحف الثلاثة (الأهرام - الوفد - المصري اليوم).

أما الأهمية الأكاديمية فتكمن فيما تسفر عنه الدراسة من مؤشرات ودلائل يمكن الاستفادة منها في مجال تشكيل وتكوين الرأي العام، وكذا دور الصحف في تشكيل إتجاهات الجمهور تجاه الأحداث الجارية، والتغيرات التي يشهدها المجتمع، كمصادر للمعلومات والادراك والمعرفة يمكن الاعتماد عليها.

#### أهداف الدراسة وتساؤلاتها :

تهدف الدراسة إلى الكشف عن إتجاهات القراء نحو المعالجة الاعلامية لصحف الأهرام والوفد والمصري اليوم أثناء إنتخابات الرئاسة المصرية ٢٠٠٥، والوقوف على العلاقة بين اعتماد المبحوثين على هذه الصحف والاتجاه المكون لديهم نحوها.

وفي ضوء الاطار النظري للدراسة والمشكلة البحثية وأهدافها تسعى الدراسة للإجابة على عدة تساؤلات أهمها:

- ما مكانة الصحف بين الوسائل الاعلامية المختلفة كمصادر للمعرفة أثناء إنتخابات الرئاسة المصرية؟
- ما الصحف المصرية المختلفة القومية والحزبية والمستقلة التي إعتد عليها المبحوثون كمصادر للمعرفة أثناء الإنتخابات الرئاسية المصرية؟
- ما ترتيب الكتاب الصحفيين وفقاً لاعتماد عينة الدراسة عليهم كمصادر للمعلومات؟
- ما إتجاهات عينة الدراسة نحو دور الصحف المصرية المختلفة كوسائل يمكن الاعتماد عليها في تشكيل معارف القراء بشأن موضوع الدراسة؟
- ما إتجاهات المبحوثون نحو المعالجة الاعلامية لصفح الاهرام والوفد والمصري اليوم؟
- ما مستوى الثقة في مصادر الاخبار المقدمة من جانب الصحف المدروسة؟
- ما طبيعة إتجاه المبحوثين تجاه المعالجة الاعلامية لصفح الاهرام والوفد والمصري اليوم تجاه القضية موضع الدراسة؟
- ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد المبحوثين على صحف الدراسة المختلفة أثناء الانتخابات الرئاسية؟
- ما سمات المعالجة الاعلامية المستقبلية للصحف؟
- ما العلاقة بين اعتماد المبحوثين على الصحف موضع الدراسة أثناء انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠٠٥ والاتجاه المكون لديهم نحوها؟

## الإطار المنهجي للدراسة:

### • مناهج الدراسة:

(١) منهج المسح الاعلامي: تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية Descriptive التي تدخل ضمن نطاق الإعلام السياسي، لذا فهي تعتمد على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي Descriptive Survey والتحليلي Analytical Survey للإجابة على تساؤلات البحث.

(٢) المدخل المقارن : وقد وظف هذا المدخل للمقارنة بين صحف الاهرام - الوفد - المصري اليوم وبيان أوجه التباين والتشابه بين إتجاهات المبحوثين نحوها، وذلك على مستويين:

(أ) المستوى الرأسي والذي يتم بمقارنة بين الفئات الفرعية التي تكون محوراَ عاماً مثل المقارنة بين الاستراتيجيات، ومضامين الطرح الصحفي ، والقوى الفاعلة، وأهداف المعالجة الصحفية ووسائل التوعية المستخدمة، وفنون الكتابة ، والعناصر التبوغرافية المستخدمة،

(ب) المستوى الافقي: الذي يتم بالمقارنة على مستوى الصحف الثلاث في جميع المتغيرات الاساسية بهدف الوقوف على أوجه الشبه والاختلاف بين صحف الدراسة على مختلف انتماءاتها.

وتم استخدام اختبار مربع كاي للمقارنة بين اتجاهات المبحوثين تجاه معالجة الصحف الثلاث للانتخابات الرئاسية، كذلك تم استخدام المنهج الإحصائي لمعرفة الجوانب الكمية لبيانات ومعلومات الدراسة التي تم الحصول عليها من إستمارة الإستبيان Questionnaire.

### • أدوات الدراسة :

اعتمدت الدراسة على عدة أدوات منها:

١- المقابلة الشخصية مع المبحوثين: تم استخدام المقابلة على مستويين مقابلة مقننة للحصول على اجابات اكثر دقة، من خلال الحرص على التواجد مع المبحوثين اثناء الاجابة على صحيفة الاستبيان، ومقابلة حرة





- أولاً: الصحف التي اعتمد عليها المبحوثون أثناء الانتخابات الرئاسية.
- ثانياً: اتجاهات المبحوثين نحو دور الصحف في تشكيل معارف القراء بشأن الانتخابات الرئاسية.
- ثالثاً: اتجاهات المبحوثين تجاه المعالجة الاعلامية للصحف المختلفة للانتخابات الرئاسية المصرية.
- رابعاً: العلاقة بين اعتماد المبحوثين على الصحف موضع الدراسة والاتجاه المكون نحوها.

### الثبات والصدق Reliability and Validity :

لقياس صدق الاستمارة تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري Face validity من خلال عرض بيانات الاستمارة على مجموعة من المحكمين من خبراء وأساتذة الاعلام والاحصاء الذين أشاروا بصلاحياتها للتطبيق بعد تعديل صياغة بعض الفئات وازافة البعض الاخر. ووفقاً لرأي المحكمين فلقد تم الإبقاء على اسئلة الاستبيان التي حصلت على ٧٥% فأكثر من رأي المحكمين وتم تغيير الاسئلة الأخرى، وهذا الأمر الذي إعتبرته الباحثة كافياً لتحقيق الصدق الظاهري للاستبيان.

ولأهمية إختبار الاستقصاء قبل الاستخدام الفعلي أعدت الباحثة صحيفة استقصاء ميدانية، تم تجريبها على عينة من المبحوثين قوامها ١٠% من إجمالي العينة الأصلية (٢٠ مفردة) من نفس مجتمع البحث، وروعي في هذه المجموعة أن تكون متفقة في خواصها وصفاتها مع المبحوثين موضع الدراسة، من أجل الوقوف على مدى وضوح الأسئلة وقياسها للبيانات المطلوب قياسها. وتم تدوين كافة الملاحظات على أسئلة الاستمارة ومن خلال مراجعة هذه الإجابات والملاحظات تم تنقيح الاستمارة وإدخال تعديلات عليها تمثلت في حذف بعض الأسئلة وتعديل كلمات أسئلة أخرى وإضافة اسئلة جديدة، ثم تم صياغة الاستبيان في صورته النهائية (الاختبار القبلي) Pre-test.

أما الصدق الذاتي Intrinsic Validity فقد تم حسابه استناداً إلى المعادلة الآتية :

معامل الصدق الذاتي = معامل الثبات

ولقياس ثبات البيانات استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار على عينة عشوائية، وبفاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، وتم تحليل مضمون كل سؤال على حدة لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق في الإجابة في فترتي التطبيق، وبإستخراج النسب المئوية للاتفاق وحساب هذه النسبة. وجد انها تراوحت بين (٨٦% : ٩٢%) وهي نسبة يمكن الاعتماد عليها كمعامل ثبات، حيث اتفق علماء الاحصاء على أن ٨٥% فما فوق هي نسبة مرتفعة لتحقق الثبات. ولقد تم تطبيق معادلة كوبر لحساب النسبة المئوية للاتفاق بين التطبيق الاول والثاني وقد حدد كوبر نسبة الثبات بدلالة نسبة الاتفاق فذكر أنه إذا كانت نسبة الاتفاق ٨٥% فاكتر فهذا يدل على ارتفاع الثبات. وبحساب نسبة الاتفاق بين التطبيقين باستخدام معادلة كوبر وجدت الباحثة أنها تزيد عن ٨٦% مما يشير إلى وجود ثبات مناسب طبقاً لما حدده كوبر. (٣٧)

معادلة كوبر المستخدمة هي:

عدد مرات الاتفاق

نسبة الاتفاق =  $\frac{\text{عدد مرات الاتفاق}}{\text{عدد مرات الاختلاف}}$

عدد مرات الاتفاق - عدد مرات الاختلاف

أما حساب الاتساق فقد اعتمد على ما يسمى بالصدق الظاهري وذلك من خلال التأكد من وضوح الاستبيان ومراجعة بنوده للتأكد من أنها تقيس ما يهدف البحث لقياسه من متغيرات، وكذا ملاحظة الاتساق الداخلي وعدم التناقض بين إجابات المبحوثين ، ومن خلال مقارنة النتائج التي توصلت إليها الدراسة بما هو معروف وشائع.

العينة الزمنية: تحدد المجال الزمني Time Frame لإجراء الدراسة

الميدانية لمدة ثلاثة أشهر بداية من شهر أغسطس ٢٠٠٦.

### أسلوب اختيار العينة :

استهدفت طبيعة الدراسة إختيار عينة عمدية Purposive Sample من قراء الصحف، وذلك في اطار العينات غير الاحتمالية Non probability Samples روعي فيها ان يكونوا جميعهم من قراء مختلف الصحف المصرية بصفة عامة ودائمة، بمختلف توجهاتها السياسية. خاصة صحف الازهرام والوفد والمصري اليوم. ومن ثم وقع الاختيار على هذه الصحف لتمثيل مختلف السياسات الفكرية والانتماءات الايديولوجية المختلفة، حيث استهدفت الدراسة انتقاء عينة من الصحف المصرية تمثل الصحف القومية والصحف الحزبية والصحف المستقلة، حيث تمثل جريدة الازهرام الجريدة الرسمية الاولى في مصر، والتي تتكلم بلسان الحزب الحاكم، فضلاً عن إعتبرها من أقدم الصحف القومية من حيث الصدور ويوجد لديها عدد كبير من كتاب الرأي مقارنة بالصحف الأخرى، في حين جاء اختيار جريدة الوفد باعتبارها جريدة حزبية معارضة تصدر عن حزب الوفد، ويأتي اختيارها في اطار تكاملية الادوار بين الصحف والاحزاب، وماتمليه الصحف الحزبية عن أيديولوجية الحزب ازاء مختلف القضايا وتحديد اولويات معالجتها الصحفية للقضايا المختلفة وفقاً لأيديولوجية الحزب وفكره ومواقفه تجاه مختلف القضايا السياسية، فضلاً عن إرتفاع نسبة مقروئيتها لدى الافراد لما تتميز به من اسلوب نقدي لاذع، أما جريدة المصري اليوم فتم اختيارها باعتبارها من أكثر الصحف المستقلة قراءة، وتتميز بالحدثة النسبية من حيث الصدور، ولاتوجد دراسات علمية كافية عنها، فضلاً باعتبارها تفسح المجال دائماً على صفحاتها لمختلف الاراء السياسية والاتجاهات الفكرية المختلفة، وهي صحيفة يومية مستقلة تصدر عن مؤسسة المصري للصحافة والطباعة والنشر والاعلان والتوزيع .

وبلغ إجمالي عينة الدراسة ٢١٠ مبحوثاً يمثلون أساتذة الجامعة ورجال القضاء والحزبيين وبعض أعضاء مجلسي الشعب والشورى والقادة المحليين، وتم اختيارهم من ثلاث محافظات هي الاسكندرية والغربية وكفر الشيخ،

حيث تم توزيع العينة بالتساوي على المحافظات الثلاث، وتم استبعاد عشر إستمارة لعدم استيفائها البيانات المطلوبة، وبذا أصبح حجم عينة الدراسة ٢٠٠ مبحوثاً.

ولابد من الإشارة إلى أن الدراسة الراهنة لم تهدف إلى رصد معالجة الصحف المصرية للانتخابات الرئاسية المصرية، حيث تعددت الدراسات في هذا الصدد، وإنما تهدف إلى رصد اتجاهات القراء نحو مضامين الطرح الصحفي التي قدمتها الصحف المختلفة والمقارنة بينهم.

#### حدود الدراسة :

على الرغم من إتباع الاجراءات والاساليب العلمية في الدراسة الحالية، ومحاولة الوصول إلى نوع من التقييم فيها، إلا أنه لا بد من تفسير نتائج الدراسة ونحدها في الوقت ذاته في ضوء عدة محددات منها:

- طبيعة عينة الدراسة الميدانية، حيث اقتصرت الدراسة على عينة عمدية قوامها ٢٠٠ مبحوثاً يمثلون الرأي العام المثقف في المجتمع.
- طبيعة موضوع الدراسة، حيث لا تهدف إلى الرصد التاريخي لمواقف الصحف الثلاث، ولا تهدف إلى تحليل مضامينها المختلفة، وإنما تهدف إلى تقديم رؤية واضحة لرصد اتجاهات القراء تجاه معالجة الصحف لموضوع الدراسة، لذا تم تفضيل استخدام مصطلح المعالجة بدلاً من مصطلح التغطية، وذلك راجع إلى اهتمام مصطلح المعالجة بالجوانب الموضوعية وبالمضمون وبالمحتوى بجانب الاساليب الفنية والتحريرية.

#### • المعالجة الاحصائية للنتائج:

استخدمت عدة أساليب احصائية بما يخدم الهدف من البحث تمثلت في

الآتي:

- ١- الجداول التكرارية Frequency Tables والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية.

٢- اختبار مربع كاي Chi-Square Test وكذا معامل التوافق  
Contingency Coefficient.

٣- مقياس ليكرت لقياس شدة الاتجاه ، وتم قياس الاتجاه من خلال مقياس تجميعي مكون من مجموعة عبارات نصفها عبارات ايجابية والنصف الآخر عبارات سلبية لقياس اتجاهات المبحوثين نحو معالجة الصحف للانتخابات الرئاسية المصرية، وحسب الدرجة التي يحصل عليها المبحوث يتم وضعه في الفئة المناسبة له، وذلك من خلال ثلاث درجات موافق (٣) محايد (٢)، معارض (١) ، وتتكون الدرجة الكلية لفرد ما من مجموع درجاته بالعبارات المختلفة التي يتكون منها المقياس، وتتخذ درجات المبحوث مقياس لتقدير اتجاهه.

٤- معامل ارتباط بيرسون Person Correlation Coefficient .

وتم تحليل بيانات الدراسة على البرنامج الاحصائي SPSS. مع التركيز على عديد من المعاملات الاحصائية لاكتشاف دلائل البحث.

\*\*\*

### نتائج الدراسة :

#### الخصائص العامة للعينة :

جدول رقم (١): توزيع عينة المبحوثين وفقاً للنوع والعمر والحالة التعليمية

تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من القراء لقياس اتجاهاتهم تجاه معالجة الصحف المختلفة لانتخابات الرئاسة المصرية، ويمكن اجمالي خصائص عينة الدراسة في الجدول التالي:

توزيع العينة	ك	%
أولاً: نوع المبحوث		
ذكر	١٣٤	٦٧
أنثى	٦٦	٣٣
ثانياً: الفئة العمرية		
أقل من ٤٠ سنة	٤٢	٢١
من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة	٦٩	٣٤,٥
من ٥٠ إلى أقل من ٦٠ سنة	٦٥	٣٢,٥
٦٠ سنة فأكثر	٢٤	١٢
ثالثاً: الحالة التعليمية		
فوق المتوسط	٧	٣,٥
جامعي	١١٤	٥٧
فوق جامعي	٧٩	٣٩,٥

• تضمنت العينة ٢٠٠ مبحوثاً، بلغ إجمالي عدد الذكور نحو ١٣٤ مبحوثاً بنسبة ٦٧%، في حين بلغت نسبة الإناث ٣٣% بواقع ٦٦ مبحوثة، ويرجع هذا إلى عزوف بعض الإناث السيدات عن المشاركة في الدراسة لارتباطها ببعض القضايا السياسية مما يثير مخاوفهن وامتناعهن عن المشاركة.

• وفيما يتعلق بعمر المبحوثين وكما هو موضح في الجدول ذاته جاء نسبة نحو ٣٤,٥% في الفئة العمرية (من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة) تلتها نسبة ٣٢,٥%، الفئة العمرية (من ٥٠ إلى أقل من ٦٠ سنة)، ثم نسبة ٢١% في الفئة العمرية (أقل من ٤٠ سنة)، وجاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة (فئة من ٦٠ سنة فأكثر) بنسبة ١٢%.

• أما عن المستوى التعليمي للمبحوثين فبلغ نحو ٥٧% من جملة أفراد العينة من الحاصلين على الشهادات الجامعية، مقابل نحو ٣٩,٥% من الحاصلين على شهادات فوق الجامعي، وجاء نسبة نحو ٣,٥% من مجموع المبحوثين من الحاصلين على شهادات فوق المتوسط.

### المحور الأول :

الصحف التي اعتمد عليها المبحوثون أثناء الانتخابات الرئاسية:

يشكل منظور اعتماد الافراد على وسائل الاعلام جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الاعلام والنظم الاجتماعية، والذي يشكل بدوره علاقات الجمهور بوسائل الاعلام، وحيث يقوم هذا المدخل على أن هناك أهداف للفرد متمثلة في الفهم والتوجيه والتسلية يقوم بتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة، سواء كانت هذه الاهداف شخصية أو اجتماعية.

لذا سعت الدراسة الى التعرف على أهم الصحف التي اعتمد عليها المبحوثون أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية من خلال عدة محاور أهمها (مكانة الصحف بين الوسائل الاعلامية المختلفة كمصادر للمعرفة ، أهم الصحف المختلفة ، أهم الصحف المصرية ، اهم الصحف القومية ، أهم الصحف الحزبية ، أهم الصحف المستقلة التي اعتمد عليها المبحوثون أثناء الانتخابات الرئاسية ، ترتيب الكتاب الصحفيين كمصادر أساسية للامداد بالمعلومات يمكن الاعتماد عليها).

• مكانة الصحف بين الوسائل الاعلامية المختلفة كمصادر للمعرفة:



جدول رقم (٢):

الوسائل الاعلامية	ك	%
الصحف المصرية	١٦٩	٨٤,٥
محطات الاذاعة المصرية	٧٧	٣٨,٥
قنوات التلفزيون المصري	١٤٥	٧٢,٥
الفضائيات العربية	٨٢	٤١,٥
الانترنت	٨٢	٤١,٥

\* بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل

تختلف وتتعدد وسائل الاعلام التي يعتمد عليها الجمهور كمصادر اساسية تمده بالمعلومات عن الاحداث المهمة والقضايا السياسية الحية، وتختلف من حيث أهميتها ودرجات الاعتماد عليها بالنسبة لهم ويوضح ذلك الجدول رقم (٢) . إذ تأتي الصحافة في مقدمة هذه الوسائل التي يمكن الاعتماد عليها كمصادر للمعرفة والمعلومات بنسبة ٨٤,٥%، يليها في الترتيب التلفزيون المصري بنسبة ٧٢,٥%، وجاء في الترتيب الثالث الفضائيات العربية بنسبة ٤١,٥%، تساوي معها الانترنت، وجاءت في الترتيب الخامس محطات الإذاعة المصرية بنسبة ٣٨,٥% من حيث درجة الاعتماد عليها.

وتود الباحثة الإشارة الى عدة استنتاجات لعل أهمها:

• تقوم وسائل الاتصال الجماهيري بدور كبير في خلق المعرفة والوعي والادراك لدى الجماهير بشأن الانتخابات الرئاسية ، خاصة الصحف ، والتي مازالت تعتبر المصدر الاول للمعرفة والادراك السياسي لمختلف القضايا ، على الرغم من استخدام مصادر جديدة للمعرفة كالكومبيوتر والانترنت، وهذا يتفق مع دراسة جيهان يسري ، حيث أكدت الدراسة على أن نسبة عالية من المبحوثين ترى أن الصحف تأتي في مقدمة وسائل الاتصال التي يلجأون إليها للحصول على المعلومة، وذلك لأهميتها في توفير المعلومات والتحليلات وتوثيقها ومدى ماتمثلة من مصداقية لديهم (٣٨).

• تعتبر الصحافة من أولى المصادر التي يمكن الاعتماد عليها كمصادر للمعرفة تجاه الموضوعات السياسية، وهذا يرجع إلى ما تتمتع به الصحف من مميزات منها أن القارئ يستطيع الرجوع إليها في أي وقت ويقرأها بالسرعة التي تناسبه، إلى جانب اهتمام الصحف بالجانب التفسيري والتحليلي للأحداث والقضايا السياسية.

• تشير النتائج إلى وجود تنافساً بين الصحافة والتلفزيون كوسائل إعلامية ومصادر للمعلومات لدى الأفراد، تجاه القضايا السياسية المختلفة، وهو ما يدفعنا إلى ضرورة إعادة النظر في المادة الإخبارية المقدمة عبر مختلف وسائل الإعلام الأخرى خاصة الإذاعة، حيث تمثل مصدراً متواضعاً للحصول على الأخبار والمعلومات.

• بدأ يظهر تأثير تأكيد تكنولوجيا الاتصال الحديثة على مجتمع الأفراد الذي يتعامل مع الكمبيوتر، بحيث أصبحت ضمن الوسائل التي يعتمد عليها للحصول على المعلومات، وذلك لما توفره له من مصادر عديدة بسهولة ويسر بمجرد دخوله على الشبكة.

### جدول رقم (٣)

اتجاهات المبحوثين نحو الصحف كمصدر أساسي للمعرفة

الاتجاه	ك	%
موافق	١٠٣	٥١,٥
محايد	٥٧	٢٨,٥
معارض	٤٠	٢٠

يشير الجدول رقم (٣) إلى اتجاهات المبحوثين نحو الصحف كمصدر أساسي للمعرفة حيث أبدت نسبة نحو ٥١,٥% موافقتها إلى أن الصحف مصدر أساسي للمعرفة، مقابل نحو ٢٨,٥% أبدت حيادتها، ونحو ٢٠% أبدت معارضتها، وعلل المبحوثون الذين أبدوا معارضتهم على أن الصحف مصدر أساسي ووحيد للمعرفة يمكن الاعتماد عليه أثناء الانتخابات الرئاسية

إلى عدة مبررات تتطلب جميعها من الصحف ضرورة إعادة النظر في طريقة عرضها وتقديمها للأخبار، وذلك من خلال نشر المضامين والحقائق بطريقة موضوعية صادقة، وعرض العديد من وجهات النظر، مع الحرص على الابتعاد عن التعقيم الاعلامي، وتقديم المزيد من التعليقات والتحليلات لفهم القضايا بشكل أفضل مع عدم المبالغة في تضخيم الاحداث أو تصغيرها، فضلاً عن النزول إلى الجماهير لمعرفة الرأي العام حول مايقدم وبشكل دائم، وزيادة عدد المراسلين لمعايشة الأحداث بصورة أوقع، مع مراعاة اختيار المراسلين المتخصصين والاكثر خبرة في مخاطبة القاريء.

تم تكوين مقياس باسلوب ليكرت الثلاثي مكون من عدة عبارات، ويبلغ مجموع درجات المقياس ٣٠ درجة، وبناءً عليه تم تقسيم المبحوثون على النحو التالي (أقل من ١٢ درجة) إتجاه معارض ومن (١٢ : ١٨) إتجاه محايد، (وأكثر من ١٨) إتجاه إيجابي ويلاحظ من ذلك إرتفاع متوسط درجات المبحوثون مما يدل على ميل الاتجاهات نحو الإيجابية. أهم الصحف التي اعتمد عليها المبحوثون أثناء الانتخابات الرئاسية:

جدول رقم (٤):

الصحف	ك	%
الصحف المصرية	١٥٧	٧٨,٥
الصحف العربية	٣٢	١٦
الصحف الاجنبية	١١	٥,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

أما عن أهم الصحف التي اعتمد عليها المبحوثون أثناء فترة الانتخابات الرئاسية جاءت الصحف المصرية في الترتيب الاول بمختلف توجهاتها الايديولوجية بنسبة ٧٨,٥%، تلتها الصحف العربية كالرأي العام الكويتية وصحيفة الشرق الأوسط، والرياض السعودية بنسبة ١٦%، في حين جاءت الصحف الاجنبية في الترتيب الثالث والاخير بنسبة ٥,٥% كصحف

لواشنطن بوست، نيوزويك، والتايمز وغيرها. كما هو موضح في الجدول رقم (٤).

وهذه النتيجة تعني أنه كلما زاد إدراك الفرد بالتغيير وعدم الاستقرار، كلما زاد الاعتماد المكثف على وسائل الاعلام الوطنية، ومن ثم يظهر اعتماد الافراد دائماً على الصحف الوطنية المختلفة من أجل المعرفة والادراك والوعي بمتغيرات الامور وبمجريات الاحداث الجارية.

أهم الصحف المصرية التي اعتمد عليها المبحوثون أثناء الانتخابات الرئاسية

جدول رقم (٥):

الصحف المصرية	ك	%
الصحف القومية	١٧٨	٨٩
الصحف الحزبية	١٠٣	٥١,٥
الصحف المستقلة	١٣٦	٦٨

\* بإمكان المبحوث إختيار أكثر من صحيفة.

وكما يظهر الجدول رقم (٥) ان الصحف القومية تصدرت مجموعة الصحف المصرية كصحف يمكن الاعتماد عليها كمصادر للمعرفة والالمام بالاحداث الجارية، وذلك بمتوسط ٨٩% من جملة العينة، وجاءت الصحف المستقلة في الترتيب الثاني بنسبة ٦٨% من مجموع العينة ثم الصحف الحزبية بنسبة ٥١,٥%.

وتود الباحثة الاشارة الى عدة نتائج منها:

• يوجد اعتماد لدى عينة الدراسة على الصحف القومية مقارنة بالصحف الحزبية والخاصة أزاء تغطيتها للاحداث السياسية والقضايا العامة، وربما تعود لعدة عوامل تتصدرها إهتمام الصحف القومية بشكل مكثف بالقضايا ذات الإهتمام العام، وهو ما لا يمكن تحقيقه بالنسبة لبعض الصحف الاخرى، نظراً لاتساع وتشتت إهتماماتها والموضوعات التي تغطيها فضلاً

عن تأثرها ببعض الضغوط التجارية والسياسية، كما قد يغلب عليها أحياناً عدم وضوح في المعالجة الصحفية، والتباين في عرض الموضوع الواحد وفقاً لوجهة نظر الكاتب، كما تتميز بعضها أحياناً بالتكرار والتهميش.

• تحتل الصحف القومية مركز الصدارة من بين الصحف الأخرى، على اعتبارها أشهر الصحف المملوكة للدولة وأوسعها إنتشاراً بحكم قرار تأميم الصحف المصرية الكبرى المعروفة بإسم قانون تنظيم الصحافة، ومن ثم يقع دائماً عليها عبء شرح السياسات وتفسير الاحداث وتحليل أبعاد التعديلات الدستورية.

• تعتبر الصحف الحزبية دائمة التعبير عن أيديولوجية الحزب ومواقفة ازاء مختلف القضايا، وينبع ذلك من كون الحزب مالك للجريدة، وهو الذي يقوم بتحديد سياستها التحريرية والتي قد لا تتلائم مع فكر وإتجاهات الكثيرين من القراء، أما الصحف المستقلة فهي صحف خاصة تعبر عن إتجاهات معينة، وتتطلب شرائح محددة من القراء ذات أهداف واحتياجات اعلامية تتلائم مع سياسات تلك الصحف التحريرية وأطرها الاعلامية.

أهم الصحف القومية التي اعتمد عليها المبحوثون أثناء الانتخابات الرئاسية

جدول رقم (٦):

ترتيب الصحف القومية	ك	%
جريدة الاهرام	١٥٢	٨٥,٤
جريدة الأخبار	٨٨	٤٩,٤
جريدة الجمهورية	٢١	١٩,٩

النسبة محسوبة لاجمالي الذين يقرأون الصحف القومية.

من الملاحظ تصدر جريدة الاهرام الجرائد القومية كمصدر لاعتماد الافراد عليها، وذلك بنسبة ٨٥,٤% من إجمالي العينة، في المرتبة الثانية جاء اعتمادهم على جريدة الأخبار وذلك بنسبة ٤٩,٤% من مجموع العينة،

اما المرتبة الثالثة فكانت لجريدة الجمهورية بنسبة ١٩,٩%، كما هو مبين في الجدول رقم (٦).

وتؤكد النتائج السابقة على تصدر جريدة الاهرام الترتيب الاول من حيث اعتماد القراء عليها كمصادر للمعلومات باعتبارها الصحيفة الرسمية الاولى، التي تهتم بعرض الاحداث والقضايا والموضوعات السياسية، ويرجع ذلك لطبيعتها الاعلامية الجادة وتوجهاتها السياسية، فضلاً عن خصائصها الصحفية وقدرتها على إلقاء الضوء على التغيرات السياسية والاقتصادية الجديدة التي يشهدها المجتمع.

وعلى الجانب الآخر تعكس النتائج وجود قصور في اعتماد القراء على جريدة الجمهورية في هذا المجال، وربما يرجع ذلك لطبيعتها الصحفية الخفيفة وأسلوبها الذي يبعد بعض الشيء عن الموضوعات السياسية الثقيلة، فقد يتركز إهتمامها بشكل أكثر حول القضايا الاجتماعية والثقافية والرياضية والفنية بشكل أو بآخر.

أهم الصحف الحزبية التي اعتمد عليها المبحوثون أثناء الانتخابات الرئاسية

جدول رقم (٧):

ترتيب الصحف الحزبية	ك	%
جريدة الوفد	٨٩	٨٦,٤
جريدة الغد	٤٣	٤١,٧
جريدة الاحرار	١١	١٠,٦
جريدة الاهالي	٢٥	٢٤,٣
جريدة العربي الناصري	٨	٧,٨

• بإمكان المبحوث اختيار أكثر من جريدة.

جاءت جريدة الوفد في المرتبة الأولى في التحليل من حيث اعتماد الأفراد عليها في الاحاطة بالقضايا السياسية بنسبة ٨٦,٤% من مجموع

العينة ، تلتها جريدة الغد بنسبة ٤١,٧%، وجاء في المرتبة الثالثة في التحليل جريدة الاهالي بنسبة ٢٤,٣%، ثم جاءت جريدة الأحرار في الترتيب الرابع بنسبة ١٠,٦%، تلتها جريدة العربي الناصري بنسبة ٧,٨%.

وتعكس النتائج السابقة اختلاف افضلية القراء للصحف الحزبية المختلفة، واعتمادهم على صحف دون غيرها، وربما يرجع ذلك لتوجهاتهم الايديولوجية، أو انتمائاتهم الحزبية، حيث تعبر الصحف الحزبية عن أيديولوجية الحزب وفكره واتجاهاته ازاء القضايا المثارة ، كما تعبر تلك الصحف عن العديد من الاتجاهات والسياسات والتيارات الفكرية المختلفة في المجتمع.

أهم الصحف المستقلة التي اعتمد عليها المبحوثون أثناء الانتخابات الرئاسية

جدول رقم (٨):

ترتيب الصحف المستقلة	ك	%
جريدة المصري اليوم	١٢٧	٩٣,٤
جريدة الأسبوع	١٠٢	٠,٧٥
جريدة الدستور	٧٣	٥٣,٧
جريدة صوت الأمة	٩١	٦٦,٩
جريدة النبأ	٥	٣,٧

\* بإمكان المبحوث اختيار أكثر من جريدة.

جاءت جريدة المصري اليوم المستقلة في المرتبة الأولى في التحليل بنسبة ٩٣,٤%، من مجموع الصحف المستقلة المقروءة لدى عينة الدراسة ، تلتها جريدة الاسبوع بنسبة ٧٥%، وجاءت جريدة صوت الأمة في الترتيب الثالث بنسبة ٦٦,٩%، تلتها جريدة الدستور بنسبة ٥٣,٧% ، وجاءت في المرتبة الخامسة صحف أخرى بنسبة ٣,٧% من اجمالي العينة.

لوحظ تباين اعتماد الافراد على الصحف المستقلة بمختلف انواعها وتوجهاتها كمصادر اعلامية لاستقصاء المعلومة وكوسائل للدراك والمعرفة تجاه الاحداث فمن المعروف أن الصحف المستقلة لا تنتمي إلى أي إتجاه معين ولا تتبنى أي سياسة أو أيديولوجية خاصة، ولكنها تعبر عن الآراء السياسية والتوجهات الفكرية للقائمين عليها، إلى جانب أنها يغلب عليها صحافة الخبر، ولكن هذا لا يعني عدم مقروئيتها فلكل صحافة جمهورها الخاص وقرائها المستهدفين. حيث تصدرت صحيفتي المصري اليوم والاسبوع الترتيب الاول والثاني لما لها من جماهيرية وشعبية لدى جمهور القراء لتميزهما بالجرأة الاعلامية وبالاثارة الصحفية وكشف ما وراء الاحداث.

ترتيب الكتاب الصحفيين وفقاً لاعتماد عينة الدراسة عليهم كمصادر للمعلومات ومبررات التفضيل



جدول رقم (٩)

الكتاب الصحفيين ومبررات التفضيل	ك	%
أولاً: الكتاب الصحفيين		
ابراهيم نافع	٣٤	١٧
ابراهيم سعدة	٥١	٢٥,٥
مصطفى بكري	٣٣	١٦,٥
سمير رجب	٢٩	١٤,٥
صلاح منتصر	٢١	١٠,٥
أنيس منصور	٢٢	١١
مكرم محمد أحمد	١٩	٩,٥
عباس الطرابيلي	٤٩	٢٤,٥
أحمد رجب	٣١	١٥,٥
كتاب آخرون	١٦	٨
ثانياً: المبررات لتفضيل الكاتب الصحفي		
الجرأة والطرح الاعلامي	٧٢	٣٦
واقعية الرسالة المعروضة	١٠٤	٥٢
العمل على طرح بدائل للقضايا المطروحة	٤٤	٢٢
المصادقية في تناول	٧٠	٣٥
الاقناع والبعد عن التهويل	٤٤	٢٢
مبررات اخرى	٢٢	١١

\* بإمكان المبحوث إختيار أكثر من كاتب ومبرر.

وباستعراض نتائج جدول رقم (٩)، يتضح وبسؤال عينة الدراسة عن أكثر الكتاب الصحفيين اعتماداً عليهم في الاحاطة بالقضايا السياسية المختلفة، والاحداث الجارية، جاء ابراهيم سعدة في الترتيب الأول من وجهة نظرهم بنسبة ٢٥,٥%، يليه عباس الطرابيلي بنسبة ٢٤,٥%، وجاء ابراهيم نافع في الترتيب الثالث بنسبة ١٧%، يليه مصطفى بكري بنسبة ١٦,٥%، وجاء في المرتبة الخامسة أحمد رجب بنسبة ١٥,٥%، وجاء في المرتبة السادسة سمير رجب بنسبة ١٤,٥% يليه أنيس منصور بنسبة ١١%، وجاء في المرتبة

الثامنة صلاح منتصر بنسبة ١٠,٥% ، وجاء في المرتبة التاسعة مكرم محمد أحمد بنسبة ٩,٥%.

أما عن مبررات تفضيل عينة الدراسة لكاتب صحفي معين دون آخر ، وكما هو مبين في بيانات نفس الجدول ، أوضحت النتائج تصدر مبرر واقعية الرسالة المعروضة، وذلك بنسبة ٥٢%، تلتها مبرر الجراءة وسهولة الطرح الاعلامي بنسبة ٣٦%، وجاء في الترتيب الثالث وينسب متقاربة المصادقية في التناول والعرض بنسبة ٣٥% وتساوت بعد ذلك كل من مبررات العمل على طرح بدائل للقضايا المطروحة ، والاقناع والبعد عن التهويل، حيث جاء بنسبة ٢٢% لكل منهما.

### المحور الثاني :

إتجاهات المبحوثين نحو دور الصحف في تشكيل معارف القراء بشأن الانتخابات الرئاسية:

يقوم مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام على وجود مجموعة من الاثار التي تنتج عن اعتماد الافراد على وسائل الاعلام، لعل أهمها الاثار المعرفية، والذي تشمل المعلومات والحقائق والمعارف ذات الصلة بموضوع ما، والتي تقوم بكشف الغموض عن الاحداث الهامة والطارئة ، وتكوين الاتجاهات نحو هذه القضايا الهامة والموضوعات المختلفة، وترتيب الاولويات الخاصة بالجمهور في فترات معينة، وهي فترات عدم الوضوح، لذا سعت الدراسة الراهنة الى التعرف على اتجاهات عينة الدراسة تجاه دور الصحف الثلاث في تكوين معارف القراء واتجاهاتهم بشأن الانتخابات الرئاسية. من خلال عدة محاور (إبراز إيجابيات التعديل - مضمون الطرح الصحفي - استراتيجيات الصحف وموقفها - اهداف المعالجة الصحفية - القوى الفاعلة في المعالجة الصحفية - وسائل التوعية المستخدمة).

إبراز إيجابيات التعديل السياسي الجديد:

جدول (١٠)

صحيفة المصري اليوم		صحيفة الوفد		صحيفة الاهرام		ابرار الایجابیات
%	ك	%	ك	%	ك	
٢١	٤٢	٢٨,٥	٥٧	٥٦	١١٢	موافق
٣٠,٥	٦١	٣٩	٧٨	٣٨,٥	٧٧	محايد
٤٨,٥	٩٧	٣٢,٥	٦٥	٥,٥	١١	معارض
١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الاجمالي

وبسؤال المبحوثين عن اتجاهاتهم نحو تأكيد الصحف المصرية على إبراز إيجابيات التعديل السياسي الجديد بشأن إنتخاب رئيس الجمهورية، تشير النتائج إلى أن نحو ٥٦% من مبحوثي الدراسة أبدت موافقتهم على أن صحيفة الاهرام أكدت إلى حد كبير على إيجابيات هذا التغيير على الأداء الاقتصادي والسياسي (موافق) نحو ٢٨,٥% بالنسبة لصحيفة الوفد، أما صحيفة المصري اليوم فجاءت بنسبة ٢١% أما نسبة المبحوثين الذين أبدوا محايدتهم بمعنى أن الصحف أكدت إلى حد ما على هذه الإيجابيات فجاءت بنحو ٣٨,٥% ، ٣٩% ، ٣٠,٥% لصحف الاهرام والوفد والمصري اليوم على التوالي وعلى الجانب الثالث ابدت نحو ٥,٥ من جملة المبحوثين معارضتها عن ان صحيفة الاهرام أبرزت ايجابية التعديل، ونحو ٣٢,٥% لصحيفة الوفد، ٤٨,٥% لصحيفة المصري اليوم .

وتعكس هذه النتائج اختلاف الانتماءات الايدلوجية للصحف بتوجهاتها السياسية المتنوعة، فجريدة الاهرام تتكلم بلسان حال الحكومة والحزب الحاكم فهي توضح دائماً الانعكاسات الايجابية لهذا التعديل، وتبرزه بأنه خطوة للإصلاح السياسي الشامل، وتبرز جريدة الوفد على الجانب الآخر المخاوف والتوجسات وراء هذا التعديل، أما جريدة المصري اليوم فتحاول إتهام الحزب الحاكم بأنه فرغ التعديل الدستوري من مضمونه بشكل أو بآخر.

وبإجراء إختبار مربع كاي لمدى تأكيد الصحف المختلفة على الانعكاسات الايجابية للتعديل السياسي الجديد بشأن انتخاب رئيس الجمهورية ودورها على الأداء السياسي والاقتصادي، اتضح أن قيمة كاي المحسوبة تفوق نظيرتها الجدولية ، مما يشير إلى وجود فروق معنوية احصائياً عند مستوى ١% ودرجة ثقة ٩٥% ويشير إلى التأكيد المختلف من جانب الصحف المختلفة (القومية - الحزبية - المستقلة) على هذه الانعكاسات. كما بلغ قيمة معامل التوافق الذي يوضح شدة العلاقة نحو ٠,٣٨١.

مضمون الطرح الصحفي:

جدول (١١)

صحيفة المصري اليوم		صحيفة الوفد		صحيفة الاهرام		المضمون
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٨	٧٦	٢٣,٥	٤٧	١٠	٢٠	عرض الرؤى المختلفة
٢٣,٥	٤٧	١٦,٥	٣٢	٥٠,٥	١٠١	عرض مناقشات الحوار الوطني
٢١,٥	٤٣	٢١,٥	٤٣	٣٥	٧٠	عرض قضايا الاصلاح السياسي
١٢,٥	٢٥	٤١	٨٢	١٩,٥	٣٩	عرض تغيير قانون الأحزاب

يوضح جدول (١١) مضمون عرض وطرح القضايا من جانب الصحف المختلفة بشأن انتخاب رئيس الجمهورية حيث يتضح من تحليل النتائج البحثية الخاصة أنه جاء في الترتيب الأول بالنسبة لصحيفة الاهرام عرض مناقشات الحوار الوطني بنسبة ٥٠,٥%، تلتها عرض قضايا الاصلاح السياسي بنسبة نحو ٣٥%، وجاءت في المرتبة الثالثة عرض تغيير قانون الاحزاب بنسبة نحو ١٩,٥%، وجاء عرض الرؤى المختلفة في المرتبة الأخيرة بنسبة لا تتعدى ١٠%.

أما بالنسبة لصحيفة الوفد جاءت في المرتبة الأولى عرض تغيير قانون الاحزاب بنسبة ٤١%، تلتها عرض الرؤى المختلفة بنسبة ٢٣,٥%، وجاء في الترتيب الثالث عرض قضايا الاصلاح السياسي بنسبة ٢١,٥%، وجاء مناقشات الحوار الوطني في الترتيب الرابع والأخير بنسبة ١٦%.

وجاء عرض الرؤى المختلفة في المركز الأول في التحليل بالنسبة لصحيفة المصري اليوم من وجهة نظر عينة الدراسة بنسبة ٣٨%، تلتها عرض لجلسات الحوار الوطني بنسبة ٢٣,٥%، وجاء في الترتيب الثالث عرض قضايا الاصلاح السياسي بنسبة ٢١,٥%، في حين جاء عرض تغيير قانون الأحزاب بنسبة ١٢,٥%.

وتود الباحثة الإشارة الى انه من الملاحظ تبين مضامين الطرح الاعلامي التي تناولتها الصحف بشكل أو بآخر ، وبالرغم من هذا التباين فالأمر يتطلب ضرورة حرص مختلف الصحف على عرض كافة الآراء والتوجهات المختلفة بهدف الوصول إلى الشمول والتكامل في أداء الرسالة الصحفية. وحتى يكون المجتمع على بينة بما يدور حوله من أحداث وأن تقدّر الصحف المصلحة العليا للمجتمع ، والتي تتحقق من خلال المبدأ الاعلامي الهام والذي ينص بأن الصحافة تؤثر على الرأي العام وأن الرأي العام يؤثر بدوره على المحتويات الاعلامية في الصحف.

وبإجراء اختبار مربع كاي إتضح ان قيمة كاي المحسوبة تفوق نظيرتها عند مستوى معنوية ٥%، ودرجة ثقة ٩٩%، مما يشير إلى وجود فروق بين الصحف الثلاثة في طبيعتها لطرح القضايا المتعلقة بموضوع الدراسة. كما بلغ قيمة معامل التوافق الذي يوضح شدة العلاقة نحو ٠,١٩.

إستراتيجيات الصحف ومواقفها :

جدول (١٢)

صحيفة المصري اليوم		صحيفة الوفد		صحيفة الاهرام		تأكيد الصحف
%	ك	%	ك	%	ك	
٥,٥	١١	٤,٥	٩	٨٤	٦٨	استراتيجية الدفاع
٤٠,٥	٨١	٢٤	٤٨	١٦	٣٢	استراتيجية الحياد
٥٤	١٠٨	٧١,٥	١٤٣	-	-	استراتيجية الهجوم
١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الاجمالي

اختلفت استراتيجيات الصحف الثلاث ومواقفها تجاه الانتخابات الرئاسية المصرية، حيث جاء اعتماد صحيفة الاهرام على استراتيجية الدفاع بنسبة ٨٤% من جملة المبحوثين، مقابل نحو ١٦% من المبحوثين مما يرون أن الاهرام لجأت في كثير من الأحيان إلى إتباع سياسة الحياد الظاهري. في حين جاء اعتماد صحيفة الوفد على استراتيجية الهجوم بنسبة ٧١,٥%، تلتها استراتيجية الحياد بنسبة ٢٤%، ثم استراتيجية الدفاع بنسبة ٤,٥% وجاء استراتيجية الهجوم في الترتيب الاول بالنسبة لصحيفة المصري اليوم بنسبة ٥٤%، تلتها استراتيجية الحياد بنسبة ٤٠,٥%، ثم استراتيجية الدفاع بنسبة ٥,٥%.

ويمكن القول بوجه عام أن جريدة الاهرام مالت الى تبني الدور المحايد في تغطيتها للانتخابات ورغم ذلك فانها لم تخفي موقفها المؤيد للتعديل الدستوري بشأن الانتخابات الرئاسية، ولعل هذا يرجع إلى نمط الملكية وعلاقتها بالسياسة التحريرية للصحيفة فالصحف القومية صحف حكومية واداة من أدوات السلطة، وليس لديها الحرية الكافية للتعامل مع القضايا السياسية إلا في النطاق الذي حدته الدولة لها. والامر الذي قد يبدو واضحاً عند مقارنته بصحف الوفد والمصري اليوم، والتي تسعى كل منهما إلى التواصل مع الجماهير الشعبية وبناء جسور تفاهم واتفاق مع الجماهير، وذلك كوسيلة لتحقيق شرعيتها وأداة من أدوات اكتساب القوة السياسية والنفوذ الجماهيري. فصحيفتي الوفد والمصري اليوم كانت أكثر وضوحاً في مواقفها الهجومية تجاه التعديل السياسي، وكانت أكثر مباشرة في التعبير عن اتجاهات الحدث.

وبإجراء تحليل إختبار مربع كاي إتضح وجود فروق جوهرية بين الصحف الثلاث الاهرام والوفد والمصري اليوم في الاتجاه السائد في المضمون الاعلامي حيث اتضح ان قيمة مربع كاي المحسوبة أكثر من نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ٥% ودرجة ثقة ٩٥%. وبلغ قيمة معامل التوافق الذي يوضح شدة العلاقة نحو ٠,٤٦.

## أهءاف المعالعة الصءففة :

ءءول (١٣)

صءففة المصرف		صءففة الوفء		صءففة الاهراف		أهءاف المعالعة
الفوم						
%	ك	%	ك	%	ك	
١٣,٥	٢٧	٣٩,٥	٧٩	٤٤	٨٨	أهءاف ءعائفة
٣٩,٥	٧٩	٥١	١٠٢	٢٠	٤	أهءاف نقءفة
٤٧	٩٤	٩,٥	١٩	٣٦	٧٢	أهءاف تفسفرفة
١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الاعمالف

ءاء اعفماء ءرفءة الاهراف على المضامفن الفف فءفوفى على أهءاف ءعائفة فف الفرففب الأفول فف الفءلفل بنسبة ٤٤% فلفها الأفءاف الففسفرفة بنسبة ٣٦% ثم الأفءاف الفقففة بنسبة ٢٠%. وكان إعفماء ءرفءة الوفء على المضامفن الفف فءفوفى على الأفءاف الفقففة فف المقام الأفول بنسبة ٥١%، فلفها المضامفن ءاف الأفءاف ءعائفة بنسبة ٣٩,٥%، ثم الففسفرفة بنسبة ٩,٥%. أما ءرفءة المصرف الفوم فكان إعفماءها على المضامفن ءاف الأفءاف الففسفرفة بنسبة ٤٧% فلفها الأفءاف الفقففة بنسبة ٣٩,٥%، وءاء فف الفرففب الأففر المضامفن ءاف الأفءاف ءعائفة بنسبة ١٣,٥%. ومن الملاحظ فبافن أهءاف المعالعة الصءففة للصف موفع ءراسة بشأن انءخابات الرئاسة المصرفة ماففن أهءاف ءعائفة ونقففة وففسفرفة، الأمر الءف لا فمكن ففسفره إلا فف ضوء، فبافن الاففءولوففاف والففوءهاف الفكرفة لكل صءففة، وءرفصها على فءقفق وظائفها الاعلامفة لءمهورها فف الاعلام والففوفه والففسفر والنقفء، بشكل فءفلف عن الصف الأففرى، وفلفف ففمفباف ءمهورها المسفءهفء، وفشبع اءففاففهم الاعلامفة.

وشفر ففائف اءفبار (كأ<sup>٢</sup>) إلى وءوء علافة معنوفة اءصائفاف بفن أهءاف المعالعة الصءففة والصف المءفلفة ءفء فافف ءفمة (كأ<sup>٢</sup>) المءسوبة نفظرئها الءءولفة عنء مسفوف معنوفة ١% ومسفوف ففة ٩٩%، مما فؤكء

كذلك على وجود فروق حقيقية في اهداف المعالجة الصحفية في الصحف المختلفة (القومية - الحزبية - المستقلة). كما بلغ معامل التوافق ٠,٥١ والذي يوضح شدة العلاقة المذكورة.

القوى الفاعلة في المعالجة الصحفية:

جدول (١٤)

صحيفة المصري اليوم		صحيفة الوفد		صحيفة الاهرام		القوى الفاعلة
%	ك	%	ك	%	ك	
٢٤	٤٨	٢٤	٤٨	٤٣	٨٦	القضاء
١٥,٥	٣١	١٧	٣٤	٥٦	١١٢	مسئولون رسميون
٢٣,٥	٤٧	٤٩	٩٨	١٩	٣٨	مسئولون حزبيين
٤٥,٥	٩١	٢٤	٤٨	٢٣,٥	٤٧	المتخصصون
٣٦,٥	٧٣	٣٣,٥	٦٧	٣٦	٧٢	أساتذة الجامعات
٢٦	٥٢	٢٤,٥	٤٩	٤٦	٩٢	رجال السياسة

• بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل.

يوضح جدول (١٤) حرص معظم الصحف على الاستعانة بالشخصيات البارزة والقيادات المختلفة كإحدى الأطر المرجعية التي توضح الرؤى المختلفة، وبالنسبة لاستعراض وجهات نظر المبحوثين في هذا الصدد، جاءت استعانة جريدة الاهرام بالمسؤولين الرسميين في المرتبة الأولى في التحليل بنسبة ٥٦%، تلتها رجال السياسة بنسبة ٤٦%، وجاء القضاء في الترتيب الثالث بنسبة ٤٣,٥%، تلتها أساتذة الجامعات بنسبة ٣٦%، وجاء المتخصصون في الترتيب الخامس بنسبة ٢٣,٥%، تلتها المسؤولين الحزبيين بنسبة ١٩%.

اما بالنسبة لجريدة الوفد جاء المسؤولون الحزبيون في الترتيب الأول في التحليل بالنسبة لجريدة الوفد من وجهة نظر عينة الدراسة بنسبة ٤٩%، يليها أساتذة الجامعات بنسبة ٣٣,٥%، ثم رجال السياسة بنسبة ٢٤,٥%،



تقاربت معها كل من فئة القضاة والمتخصصين بنسبة ٢٤% لكل منهما، وجاء المسئولون الرسميون بنسبة ١٧%.

وعلى الجانب الثالث جاء المتخصصون بالنسبة لجريدة المصري اليوم في الترتيب الأول بنسبة ٤٥,٥%، تلتها أساتذة الجامعة بنسبة ٣٦,٥%. ثم رجال السياسة بنسبة ٢٦%، وجاء في الترتيب الرابع القضاة بنسبة ٢٤%، تقاربت معها فئة المسئولون الحزبيون بنسبة ٢٣,٥%، وجاء في الترتيب الأخير المسئولون الرسميون بنسبة ١٥,٥%.

وبصفة عامة يمكن عرض بعض الحقائق عن النحو التالي:

• اهتمت الصحف المصرية بتوظيف مصادر معلوماتها كقوى فاعلة في المعالجة الاعلامية وفقاً لايدولوجياتها السياسية وسياساتها التحريرية، فقد اعتمدت جريدة الاهرام على المسئولين الرسميين ورجال السياسة والقرارات الرسمية للحزب الوطني، على العكس من ذلك جاء اعتماد صحيفة الوفد على المسئولين الحزبيين وأساتذة الجامعات، مقابل اعتماد صحيفة المصري اليوم على المتخصصين وأساتذة الجامعات.

• حرصت الصحف المختلفة على الاستعانة بالمتخصصين من رجال الفكر والسياسة والقضاة واساتذة الجامعات، للتوعية بالقضية موضع الدراسة، وذلك لتوجيه القاريء من جهة، وتنوع مصادر المعلومات لديه من جهة اخرى.

وتوضح نتائج التحليل الاحصائي لمربع كاي أن قيمة كاي<sup>٢</sup> المحسوبة تفوق نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ٥% ودرجة ثقة ٩٥%، وبلغ قيمة معامل التوافق الذي يوضح شدة العلاقة نحو ٠,٤٢٧ ويشير ذلك الى وجود علاقة بين القوى الفاعلة في المعالجة الصحفية والصحف المختلفة، وهذه العلاقة معنوية احصائياً.

## وسائل التوعية المستخدمة:

جدول (١٥)

صحيفة المصري اليوم		صحيفة الوفد		صحيفة الاهرام		وسائل التوعية
%	ك	%	ك	%	ك	
٥١,٥	١٠٣	٥١,٥	١٠٣	٦٢	١٢٤	الادلاء بالصوت
٢٩,٥	٥٩	٣٧,٥	٧٥	٢٤,٥	٤٩	متابعة
١٩	٣٨	١١	٢٢	١٣,٥	٢٧	التطورات الاطلاع والمعرفة
١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الاجمالي

وبسؤال عينة الدراسة عن وسائل توعية الصحف المصرية المختلفة للجماهير من أجل الاهتمام بتأييد التعديل السياسي جاء حرص الصحف على ضرورة توعية الجماهير من خلال الإذلاء بالصوت في المرتبة الأولى في التحليل بنسبة ٦٢%، ٥١,٥%، ٥١,٥% لكل من صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم على الترتيب. تلتها من خلال السؤال والمتابعة بنسبة ٢٩,٥%، ٣٧,٥%، ٢٤,٥% بالنسبة لصحف الاهرام والوفد والمصري اليوم على التوالي ثم من خلال الاطلاع والمعرفة بنسبة ١٣,٥%، ١١%، ١٩% بالنسبة للصحف الثلاث على التوالي، كما هو مبين في الجدول رقم (١٥).

ويشير تحليل اختبار مربع كا ٢ إلى وجود علاقة دالة احصائية بين وسائل التوعية المستخدمة والصحف المختلفة، حيث فاقت قيمة (كا) المحسوبة نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ٥% ودرجة ثقة ٩٥% وبلغ قيمة معامل التوافق ٠,٣٧٤.

### المحور الثالث:

اتجاهات المبحوثين نحو معالجة الصحف لانتخابات الرئاسة المصرية: يفترض مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام أنه تتوقف درجة اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام على حجم وأهمية المعلومات المستمدة من تلك الوسائل ، فكلما زادت أهمية المعلومات التي تقدمها الوسيلة، زاد اعتماد الافراد عليها، ويقصد بالأهمية عمق التحليلات المقدمة، وكثافة الصور، وسرعة تقديم الاخبار وغيرها، مما يدعم وسيلة اعلامية دون الأخرى كمصدر للمعلومات والاخبار الهامة . لذا سعت الدراسة إلى رصد اتجاهات القراء تجاه المعالجة الاعلامية للصحف بشأن موضوع الدراسة، حيث يقصد بالمعالجة الصحفية كيف تعاملت الصحف المختلفة مع المعلومات الخاصة بانتخابات الرئاسة، فالمعالجة تشمل كافة فنون الكتابة الصحفية والمعالجة الصحفية أعم من التغطية الصحفية، لأنها لا تقتصر على الاهتمام بالشكل الذي تناولت به الصحيفة المضمون التحريري وإنما تهتم بطريقة تقديم المضمون، وسبل التركيز عليه ووسائل الابرار المستخدمة.

وتم رصد اتجاهات الجمهور نحو هذه المعالجة من خلال عدة محاور (فنون الكتابة المستخدمة -العناصر التبوغرافية- اساليب المعالجة الاعلامية - وظائف المضامين المثارة - مسارات الأفئاع المستخدمة - درجة الرضا عن المضامين المقدمة - اسباب عدم الرضا - مستوى الثقة في المعالجة - سمات المعالجة الاعلامية المستقبلية للصحف).

## فنون الكتابة المستخدمة:

جدول رقم (١٦)

صحيفة المصري اليوم		صحيفة الوفد		صحيفة الاهرام		فنون الكتابة المستخدمة
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٩,٥	٩٨	٢٣	٤٦	٥٦,٥	١١٣	الأخبار الصحفية
٣٥	٧٠	٥٤	١٠٨	٤٨,٥	٩٧	التحليلات الاخبارية
٣٧	٧٤	٤٠,٥	٨١	٤٤,٥	٨٩	التحقيقات الصحفية
٣٨	٧٦	٣٢	٦٤	٤١,٥	٨٣	الاعمدة الصحفية
٢٩,٥	٥٨	١٨	٣٦	٢٢	٤٤	الحوارات والاحاديث الصحفية
٤١	٨٠	٣٤,٥	٦٩	٤٢	٨٤	المقالات الصحفية

\* بإمكان المبحوث إختيار أكثر من بديل.

يلاحظ من الجدول رقم (١٦) جاء اعتماد صحيفة الاهرام على الأخبار الصحفية في المقام الأول بنسبة ٥٦,٥% ، تلتها التحليلات بنسبة ٤٨,٥%، ثم التحقيقات الصحفية بنحو ٤٤,٥%، وجاء المقال في الترتيب الرابع بنسبة ٤٢%، تقارب معه الاعمدة الصحفية بنسبة ٤١,٥%، وجاء في الترتيب الأخير استخدام الحوارات والاحاديث الصحفية بنسبة ٢٢%.

وبلغت نسبة استخدام التحليلات الاخبارية في صحيفة الوفد بنسبة ٥٤%، حيث جاءت في مقدمة الأشكال الفنية المستخدمة، تلتها التحقيقات الاخبارية بنسبة ٤٠,٥%، وجاءت المقال في الترتيب الثالث بنسبة ٣٤,٥%، يليه الأعمدة بنسبة ٣٢%، وجاء في الترتيب الخامس الأخبار السياسية بنسبة ٢٣%، وجاء في المرتبة الأخيرة استخدام الحوار والحديث بنسبة ١٨%.

ومن الملاحظ غلبة المضامين الاخبارية المستخدمة لدى صحيفة المصري اليوم، حيث جاءت بنسبة ٤٩,٥%، تليها المقالات الصحفية بنسبة ٤١%، ثم استخدام الاعمدة الصحفية بنسبة ٣٨% فالتحقيقات الصحفية بنسبة ٣٧%، وجاء في الترتيب الخامس استخدام التحليلات الصحفية بنسبة ٣٥%، وجاءت الحوارات والاحاديث الصحفية في الترتيب الأخير بنسبة ٢٩,٥%

وتود الباحثة الإشارة الى عدة نتائج أهمها:

• يعكس الاستخدام الأكثر شيوعاً للقوالب الصحفية للصحف المختلفة لتناول موضوع الدراسة رؤية الجريدة واختياراتها نحو الاداء الأكثر فعالية في تحقيق اهدافها، وأدوارها المختلفة، ومن ثم فهو يمثل إحدى سمات الاطر الاعلامية لكل منها.

• تبين مفردات المعالجة الاعلامية في الصحف الثلاث من أجل تقديم شرح وتفسير للحدوث والقضايا المختلفة، وقد تكون هذه النتيجة نظراً لحدثة هذا الحدث التاريخي الهام، والذي في حاجة إلى شرح وتفسير وتحليل من جانب الصحف المختلفة.

• غلب قالب الخبري على المعالجة الصحفية لصحيفتي الاهرام والمصري اليوم مقارنة بصحيفة الوفد والتي اهتمت بالتحليلات الصحفية .

• ومن الملاحظ ندرة استخدام الحوارات والاحاديث الصحفية في الصحف المختلفة حيث جاءت في مؤخرة التحليل لدى الصحف الثلاث مما يعكس مؤشرات لوجود فجوة اعلامية في الاتصال.

وبإختبار مربع كاي للأشكال والفنون الصحفية التي تناولتها الصحف الثلاث موضع الدراسة، إتضح ان قيمة مربع كاي المحسوبة تفوق نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ٥%، بدرجة ثقة ٩٥%، وهذا يشير إلى وجود فروق جوهرية في الأشكال الفنية التي تناولتها الصحف المختلفة في تغطيتها للانتخابات الرئاسية.

## العناصر التبوغرافية:

جدول (١٧)

صحيفة المصري اليوم		صحيفة الوفد		صحيفة الاهرام		العناصر التبوغرافية المستخدمة
%	ك	%	ك	%	ك	
٥٨,٥	١١٧	٥٦	١١٢	٧٧	١٥٤	استخدام العناوين العريضة والممتدة
٤١	٨٢	٤٤,٥	٨٩	٢٣	٤٦	الصور والرسوم
٢٥,٥	٥١	٢٠,٥	٤١	١٤,٥	٢٩	كاريكاتير
٣٥,٥	٧١	٢٩,٥	٥٩	٣٣,٥	٦٧	الالوان
٤١,٥	٨٣	٣٩,٥	٧٩	٤٥,٥	٩١	الاطارات
٢٣	٤٦	٣٢	٦٢	٢١	٤٢	الشبكات

\* بإمكان المبحوث إختيار أكثر من بديل.

يلاحظ تنوع استخدام صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم للعناصر التبوغرافية المختلفة، كوسائل للابراز، حيث بلغت نسبة استخدام العناوين العريضة والممتدة لصحيفة الاهرام نحو ٧٧%، مقابل نحو ٥٦% لصحيفة الوفد، ٥٨,٥% لصحيفة المصري اليوم، وبالرغم أنه لا يوجد فروق ذات دلالة واضحة بين الصحف المختلفة في سيطرة العناوين المستخدمة، إلا أنه يبدو اعتماد الصحف القومية عليها بشكل مرتفع مقارنة بالصحف الأخرى. وجاء استخدام الصور والرسوم بنسب ٢٣%، ٤٤,٥%، ٤١% لدى صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم على التوالي. في حين جاء استخدام الكاريكاتير بنسب ١٤,٥%، ٢٠,٥%، ٢٥,٥% لدى صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم على التوالي.

كما بلغت نسبة استخدام الالوان في جريدة الاهرام نحو ٣٣,٥%، مقابل نسبة ٢٩,٥% في صحيفة الوفد، ٣٥,٥% في صحيفة المصري اليوم، أما استخدام الاطارات فجاء بنحو ٤٥,٥%، ٣٩,٥%، ٤١,٥% لدى صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم على الترتيب. وجاءت نسبة استخدام

الصحف للشبكات بنحو ٢١%، ٣٢%، ٢٣% بالنسبة لصحف الاهرام والوفد والمصري اليوم على الترتيب .

وتشير النتائج السابقة إلى حقيقتين هما:

• أن وسائل الابرار المصاحبة لموضوع الدراسة تمثلت على مستوى مختلف الصحف على عدة وسائل مختلفة، كما أن توظيف وسائل الابرار المصاحبة للقضية المدروسة ارتبطت باهداف كل صحيفة على حدة.

• إهتمت الصحف بتتوع وسائل الابرار المصاحبة لموضوع الدراسة وزاد اعتمادها على العناوين العريضة والممتدة، وتدني اعتمادها على فن الكاركاتير .

كشفت التحليل عن اهتمام كل صحيفة بابرار موضوع الدراسة وفقاً لسياستها الاخبارية العامة.

وتشير نتائج التحليل الاحصائي الى وجود علاقة دالة احصائياً بين وسائل الابرار الصحفي التي تستخدمها الصحف إزاء معالجتها للانتخابات الرئاسية، حيث فاقت قيمة كاي المحسوبة نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ١% درجة ثقة ٩٩% وبلغ قيمة معامل التوافق الذي يوضح شدة العلاقة نحو ٠,٣٩٤.

أساليب المعالجة الصحفية :

جدول (١٨)

صحيفة المصري اليوم		صحيفة الوفد		صحيفة الاهرام		اساليب المعالجة
%	ك	%	ك	%	ك	
٢٩,٥	٥٩	٢٦	٥٢	٦٠,٥	١٢١	لسلوب المبالغة والتضخيم
٣٣	٦٦	١٩	٣٨	٢٩,٥	٥٩	أسلوب الواقعية والاقناع
٢١	٤٢	٣٨	٧٦	٣٦	٧٢	اسلوب التخويف والتحذير
١٩	٣٨	٤٣,٥	٨٧	٦,٥	١٣	أسلوب الهجوم والنقد

وتشير نتائج جدول رقم (١٨) إلى طرق واساليب المعالجة الاعلامية المستخدمة من جانب الصحف المختلفة بشأن موضوع الدراسة ، حيث جاء

اعتماد جريدة الاهرام في المقام الأول على أسلوب المبالغة والتضخيم بنسبة ٦٠,٥%، تلتها أسلوب التخويف والتحذير بنسبة ٣٦%، ثم أسلوب الواقعية والاقناع بنسبة ٢٩,٥%، وجاء في الترتيب الرابع والأخير أسلوب الهجوم والنقد بنسبة ٦,٥%.

أما بالنسبة لجريدة الوفد فجاء في الترتيب الأول في التحليل أسلوب الهجوم والنقد بنسبة ٤٣,٥%، ثم أسلوب التخويف والتحذير بنسبة ٣٨%، ثم المبالغة والتضخيم بنسبة ٢٦%، تلتها الواقعية والاقناع بنسبة نحو ١٩%. وعلى الجانب الثالث بالنسبة لجريدة المصري اليوم جاءت الواقعية والاقناع في الترتيب الأول في التحليل بنسبة ٣٣%، تلتها المبالغة والتضخيم بنسبة ٢٩,٥%، ثم التخويف والتحذير بنسبة ٢١% وجاء الهجوم والنقد في مؤخرة التحليل بنسبة ١٩%.

من الملاحظ اختلاف اساليب المعالجة الصحفية لدى الصحف المختلفة فالصحافة في كل الانظمة السياسية تلعب دوراً اساسياً في حياة قرائها من خلال توظيف اساليبها الاعلامية لخدمة اهدافها، ذلك أن رسالتها هي التعبير عن الرأي العام وكل مايجيش في صدور الافراد من أفكار، وحققهم في التعبير عن آرائهم، فضلاً عن دورها في صنع الرأي العام من خلال ما تستخدمه من أساليب اعلامية عند معالجة موضوعات، لذا فالأمر يقتضي مراجعة وضع الصحف بحيث تصير سلطة فعالة في تكوين الرأي العام وتوجيهه فلا يمكن للصحف أن تحقق وظائفها الاجتماعية الا اذا كانت المعلومات المنقولة صادقة وموضوعية بشكل يبعد عن المبالغة والتضخيم.

وبدراسة اختبار مربع كاي للأساليب الصحفية التي تناولها الصحف الثلاث اتضح وجود فروق جوهرية، حيث اتضح أن قيمة كاي المحسوبة أكبر من نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ١%، ودرجة ثقة ٩٩%، مما يشير إلى وجود فروق معنوية بين الاساليب الصحفية المتبعة في الصحف المختلفة كما بلغ قيمة معامل التوافق نحو ٠,٣٧٩.



## وظائف المضامبن المئارة :

ءءول (١٩)

المصري اللم		الوفء		الاهرام		المضامبن المئارة
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٨,٥	٧٧	٤٤,٥	٧٩	٤٨,٥	٩٧	عرض وءهه نظر واحءه
١٦	٣٢	٢٠	٤٠	٣٠,٥	٦١	عرض مضامبن ءبر واضءه
٤٥,٥	٨١	٣٥,٥	٧١	٢١	٤٢	عرض اكءر من وءهه نظر
١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الاجمالى

اهءمء ءرلءه الاهرام بعرض وءهه نظر واحءه وهى ءائماً وءهه النظر الرسمى فى القضىه؁ من ءلال المصطلءاء المسءءمة وااءءار الشءصلاء اللى ءءصص لها مساءاء واسعه؁ مما يساعءها على عرض موافقها وإبراز سلساءها؁ وفرض ءصاراً فءرىاً على القارىء. وءاء فى الءرءلء الءانى مضامبن ءناولء المواقف والاراء بشكل ءبر واضء وءبر مبلن لءوءهائها ٣٠,٥%؁ ءم عرض المضامبن اللى ءوضء اكءر من وءهه نظر بنسبه ٢١%. وءرى نءو ٤٤,٥% من ءمله العلنه أن ءرلءه الوفء ءعرض القضىه من ءلال عرض وءهه نظر واحءه هى وءهه نظر الءرب وهو الرأى المعارض ءم عرض وءهءى النظر الرأى والرأى الأءر. بنسبه ٣٥,٥% ءم عرض المضامبن ءبر الواضءه بنسبه ٢٠%؁ وءاء عرض اكءر من وءهه نظر لءى صءلفه المصرى اللم فى الءرءلء الأول فى الءللل بنسبه ٤٥,٥%؁ ءلءها عرض وءهه نظر واحءه بنسبه ٣٨,٥% ءم عرض مضامبن ءبر واضءه بنسبه ١٦% .

والبضء من الءناء أن صءلفه الاهرام ءهءم بعرض وءهه نظر الواءه؁ من ءانب انها صءلفه قومله ومن المفءرض فىها أن ءقوم بابراز القضىه مع اءفاء ءوءهائها؁ اء ءسءعلن ببعض العلماء الءلن يؤلءون وءهه نظر الءولة فى القضىه المءروسة؁ أما صءلفه الوفء واللى ءمءل الصءف الءربله فءءعمء على الاسءشءاءاء والءءء والبراهلن اللى ءبء من ءلالها ءوءه الءرلءه من منءلق السلساه العامه للءرب اللى ءعمل فى اءاره. أما

صحيفة المصري اليوم فجاء اعتمادها على عرض أكثر من وجهة نظر، إنطلاقاً من مفاهيم التنوع في المحتوى ، وعرض الرؤى المختلفة والاتجاهات المتباينة من أجل تحقيق حرية الرأي والفكر والتعبير.

وترى الباحثة أن تقديم بعض الأخبار المتوازنة وأن كانت قليلة في خضم الاخبار غير المتوازنة والتي تمثل عرض وجهة النظر الواحدة، وعرض مضامين غير واضحة قد يؤثر بالإيجاب على اتجاهات القارئ ، خاصة القارئ غير المدرك لأهداف الصحيفة، وغير الواعي لفلسفتها الاعلامية التي أنشئت من أجلها وتسعى لتحقيقها على أكمل وجه.

وتبين نتائج التحليل الاحصائي الى وجود فروق حقيقية في وظائف المضامين المثارة في الصحف المختلفة عند تناولها للانتخابات الرئاسية حيث فاقت قيمة كاي<sup>2</sup> المحسوبة نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ٥% درجة ثقة ٩٥% وبلغ قيمة معامل التوافق الذي يوضح شدة العلاقة نحو ٠,٣٩١.

#### الدلائل ومسارات الاقناع المستخدمة :

##### جدول (٢٠)

المصري اليوم		الوفد		الاهرام		مسارات الاقناع
ك	%	ك	%	ك	%	
٥٢	٢٦	٥٦	٢٨	٤٢	٢١	الاستشهاد بالحجج والبراهين
٦٣	٣١,٥	٣٥	١٧,٥	٥٧	٢٨,٥	الارقام والاحصائيات
٤٦	٢٣	٧٣	٣٦,٥	٧١	٣٥,٥	الوصف والمبالغة
٣٩	١٩,٥	٣٦	١٨	٣٠	١٥	عرض حقائق
٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	الاجمالي

تباين استخدام الصحف المختلفة لمسارات الاقناع حيث جاء استخدام اسلوب الوصف والمبالغة في الترتيب الاول لصحيفة الاهرام بنسبة ٣٥,٥%، تلتها استخدام الأرقام والاحصائيات بنسبة ٢٨,٥%، ثم الاستشهاد بالحجج بنسبة ٢١%، وجاء اسلوب عرض الحقائق في الترتيب الاخير بنسبة ١٥%.

كما جاء اعتماد صحيفة الوفد على اسلوب الوصف والمبالغة في المرتبة الأولى بنسبة ٣٦,٥%، وجاء الاستشهاد بالحجج في المرتبة الثانية

بنسبة ٢٨% تليها عرض الحقائق بنسبة ١٨%، تقاربت معها استخدام الأرقام والاحصائيات بنسبة ١٧,٥%.

وجاء استخدام الأرقام والاحصائيات في الترتيب الأول من حيث اعتماد صحيفة المصري اليوم عليها بنسبة ٣١,٥%، تلتها الاستشاد بالحجج بنسبة ٢٦%، ثم الوصف والمبالغة بنسبة ٢٣%، وجاء عرض الحقائق في الترتيب الأخير بنسبة ١٩,٥%.

تشير نتائج التحليل الاحصائي إلى أن قيمة كاي المحسوبة فاقت نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ١%، ودرجة ثقة ٩٩%، مما يشير إلى وجود فروق معنوية بين الصحف المختلفة في الدلائل ومسارات الإقناع المستخدمة حول القضية المثارة. كما بلغ قيمة معامل التوافق الذي يوضح شدة العلاقة نحو ٠,٢٤٧.

### درجة الرضا عن المعالجة الاعلامية للصحف :

جدول (٢١)

المصري اليوم		الوفد		الاهرام		درجة الرضا
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٨,٥	٧٧	٩	١٨	٢٨,٥	٥٧	راضي إلى حد كبير
٥٣	١٠٦	٦١,٥	١٢٣	٥٠,٥	١٠١	راضي إلى حد ما
٨,٥	١٧	٢٤,٥	٤٩	٢١	٤٢	غير راضي على الاطلاق
١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الاجمالي

يلاحظ ارتفاع درجة الرضا النسبي على المضامين المقدمة من جانب صحيفة الاهرام بشأن موضوع الدراسة (راضي الى حد ما)، حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٥٠,٥%، يليها نسبة (راضي إلى حد كبير) بنحو ٢٨,٥%، ثم (غير راضي على الاطلاق) بنسبة ٢١%.

وجاءت نسبة عالية من المبحوثين (راضية إلى حد ما) عن المضامين المقدمة من صحيفة الوفد بنسبة ٦١,٥%، تلتها غير راضي على الإطلاق

بنسبة ٢٤,٥%، تقاربت معها نسبة المبحوثين الذين لديهم الرضا التام (راضي الى حد كبير) بنسبة ٩%.

أما بالنسبة لصحيفة المصري اليوم جاءت فئة (راضي إلى حد ما) في الترتيب الأول بنسبة ٥٣%، تلتها (راضي الى حد كبير) بنسبة ٣٨,٥%، ثم (غير راضي على الاطلاق) بنسبة ٨,٥%.

ويلاحظ من النتائج السابقة إرتفاع نسبة الرضا النسبي من جانب المبحوثين عن معالجة الصحف موضع الدراسة بشأن انتخابات الرئاسة المصرية (راضي الى حد ما) حيث جاءت في الترتيب الاول على مستوى الصحف الثلاث ثم جاءت فئة (راضي الى حد كبير) في الترتيب الثاني بالنسبة لصحيفتي الاهرام والمصري اليوم، في حين جاءت فئة (غير راضي على الاطلاق) في الترتيب الثاني بالنسبة لصحيفة الوفد، مما يعكس تباينا في درجة رضا الافراد عن معالجة الصحف الثلاثة لموضوع الدراسة، الامر الذي يستلزم الوقوف على مبررات عدم الرضا، من أجل تجنبها والقضاء عليها.

وبإجراء اختبار مربع كاي إتضح أن قيمة كاي المحسوبة أكبر من نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥، ودرجة ثقة ٩٥%، مما يشير إلى وجود فروق جوهرية في درجة رضا المبحوثين عن هذه المعالجة في الصحف المختلفة (القومية - الحزبية - المستقلة) كما بلغ قيمة معامل التوافق

## أسباب عدم الرضا عن المعالجة الاعلامية للصحف :

جدول (٢٢)

المصري اليوم		الوفد		الاهرام		مبررات عدم الرضا
%	ك	%	ك	%	ك	
٢٩,٤	٥	٢٨,٦	١٤	٣٠,٩	١٣	شديدة المبالغة
١١,٨	٢	٣٦,٧	١٨	٢٦,٢	١١	التناقض في المضامين
٥,٩	١	١٦,٣	٨	١١,٩	٥	الاستخفاف بعقول القراء
٤٧,١	٨	١٠,٢	٥	١٩	٨	الإثارة الواضحة
٥,٩	١	٨,٢	٤	١١,٩	٥	غياب الموضوعية والاقناع
١٠٠	١٧	١٠٠	٤٩	١٠٠	٤٢	الاجمالي

النسبة محسوبة لإجمالي المبحوثين الذين أبدوا عدم رضاهم التام.

يتبين من جدول (٢٢) أسباب عدم رضا افراد العينة عن تناول الاعلامي للصحف المختلفة بشأن القضية موضع الدراسة ودارت الأسباب حول شدة المبالغة بنسبة ٣٠,٩%، ٢٨,٦%، ٢٩,٤% بالنسبة لصحف الاهرام والوفد والمصري اليوم على التوالي، بالإضافة إلى التناقض في المضامين والمعالجة والتركيز على بعض الجوانب دون الأخرى بنسب ٢٦,٢%، ٣٦,٧%، ١١,٨%، بنفس الترتيب، فضلاً عن الاستخفاف بعقول القراء بنسب ١١,٩%، ١٦,٣%، ٥,٩% في صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم على الترتيب، وجاءت من ضمن الأسباب الإثارة الواضحة في تناول الاعلامي بنسب ١٩%، ١٠,٢%، ٤٧,١% للصحف الثلاث على الترتيب، فضلاً عن غياب الموضوعية والاقناع بنسب ١١,٩%، ٨,٢%، ٥,٩% بالنسبة لصحف الاهرام والوفد والمصري اليوم على الترتيب.

مستوى الثقة في مصادر المعلومات:

يفترض مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام، ان الاعتماد على الوسيلة الاعلامية يقوى عندما يرى الفرد ان اهدافه تتحقق من خلال المعلومات التي يحصل عليها ، فمستوى الثقة الذي تمثله الوسيلة الاعلامية يؤدي بالفرد

المتلقي الى استيفاء معلوماته من خلال تلك الوسيلة، ومنها يكون تأثير وسائل الاتصال بوجه عام.

جدول رقم (٢٣)

المصري اليوم		الوفد		الاهرام		مستوى الثقة
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٦	٩٢	١٩	٣٨	٢٧	٥٤	أثق إلى حد كبير
٣١	٦٢	٥٨	١١٦	٤٩,٥	٩٩	أثق إلى حد ما
٢٣	٤٦	٢٣	٤٦	٢٣,٥	٤٧	لا أثق على الاطلاق
١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الاجمالي
اسباب عدم الثقة						
٤٣,٨	١٦	٣٢,٦	١٥	٤٢,٥	٢٠	كلام جرائد
٣٦,٩	١٧	١٩,٥	٩	٢٥,٥	١٢	تضخيم الاحداث
٢١,٧	١٠	٢٣,٩	١١	١٩,١	٩	تلميع كبار الشخصيات
٦,٥	٣	٢٣,٩	١١	١٢,٨	٦	تحقيق مصالح خاصة
١٠٠	٤٦	١٠٠	٤٦	١٠٠	٤٧	الاجمالي

\* النسبة منسوبة لإجمالي المبحوثين الذين أبدوا عدم ثقتهم على الاطلاق.

ترتبط درجة إهتمام القاريء بجريدته بدرجة ثقته في هذه الجريدة. وتوضح نتائج جدول رقم (٢٣) مستوى الثقة لدى عينة الدراسة في مصادر المعلومات التي تقدمها الصحف المدروسة بشأن انتخابات الرئاسة المصرية، حيث جاءت فئة (أثق إلى حد كبير) في مصادر المعلومات المقدمة بنحو ٢٧%، ١٩%، ٤٦% لدى صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم على الترتيب، وجاءت فئة (إلى حد ما) بنسب ٤٩,٥%، ٥٨%، ٣١%، بالنسبة للصحف الثلاث على الترتيب، وجاء عدم الثقة على الاطلاق بنسب بنحو ٢٣,٥%، ٢٣%، ٢٣% بالنسبة لصحف الاهرام والوفد والمصري اليوم .

وأعزت نسبة نحو ٤٢,٥%، ٣٢,٦%، ٤٣,٨% من جملة العينة عدم الثقة في المضامين الصحفية المقدمة للصحف المختلفة إلى أنه مجرد كلام

جرايد، مقابل نحو ٢٥,٥%، ١٩,٥%، ٣٦,٩% من جملة المبحوثين أعزت ذلك إلى المبالغة والتهويل إلى تضخيم الاحداث والقضايا، وجاء سبب من أجل تلميع كبار الشخصيات بنسب نحو ١٩,١%، ٢٣,٩%، ٢١,٧%، لصفح الاهرام والوفد والمصري اليوم على الترتيب، وجاء من أجل تحقيق مصالح خاصة بنسب نحو ١٢,٨%، ٢٣,٩%، ٦,٥% للصفح المدروسة على الترتيب.

وتعني هذه النتائج أنه قد تتحدد درجة ثقة القاريء في قدرة المادة الصحفية على استشارة استجابات القاريء، ودفعه الى الاحساس بصدقها وتوافقها مع خبراته السابقة، فالرسالة الصحفية تتحقق فيها المصادقية عندما تقدم اسباباً منطقية وعقلانية للاحداث، حيث يتحقق صدق الرسالة بالاعتماد على الارقام واسناد المعلومات إلى مصادرها.

وبإجراء اختبار مربع كاي إتضح أن قيمة كاي المحسوبة أكبر من نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥، ودرجة ثقة ٩٥%، مما يشير إلى وجود فروق بين درجة ثقة القراء في الصحف المصرية المختلفة عند تغطيتها للقضية المطروحة كما بلغ قيمة معامل التوافق والذي يوضح شدة العلاقة نحو ٠,٣٩١ .

العلاقة بين اعتماد المبحوثين على الصحف وثقتهم في مصادر المعلومات المقدمة

جدول (٢٤)

ن	p	الاعتماد على الوسيلة معامل ارتباط بيرسون (r)	الصحيفة
١٥٢	٠,٠١	٠,٥٣	صحيفة الاهرام
٨٩	٠,٠١	٠,٤٧	صحيفة الوفد
١٢٧	٠,٠١	٠,٥١	صحيفة المصري اليوم

(r) تشير الى معامل ارتباط بيرسون.

(P) درجة المعنوية

(ن) عدد المبحوثين.

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين اعتماد المبحوثين على صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم، ومصادر المعلومات المختلفة التي تقدمها تلك الصحف بشأن انتخابات الرئاسة المصرية، إذ بلغ معامل ارتباط بيرسون لصحيفة الاهرام نحو ٠,٥٣، ولصحيفة الوفد نحو ٠,٤٧، وصحيفة المصري اليوم ٠,٥١ وجميع هذه التقديرات معنوية عند مستوى معنوية ١% ومستوى ثقة ٩٩%، وهذا يعني قوة اقتران متغير الثقة في الصحيفة بمتغير الاعتماد عليها، بمعنى انه كلما زادت درجة الثقة أو انخفضت ازدادت معها أو انخفضت درجة اعتماد المبحوثين عليها.

### سمات المعالجة الاعلامية المستقبلية للصحف :

ختاماً لاسئلة الاستبيان طرح الاستفسار عن اهم مقترحات عينة الدراسة وتصوراتهم حول كيفية تحسين مستوى الاداء الاعلامي للصحف وسمات المعالجة الاعلامية المقدمة من أجل الوصول إلى واقع أفضل مسقبلاً للاداء الصحفي السياسي ويوضح الجدول التالي هذه المقترحات.

جدول (٢٥)

المقترحات	ك	%
التعامل مع الاحداث بموضوعية	١٧٨	٨٩
تدعيم المضامين بالشواهد والحجج المنطقية	٥٥	٢٧,٥
الاهتمام بالعناصر التحريرية والخراجية	٢٥	١٢,٥
عرض مختلف الرؤى	٦٠	٣٠
الاهتمام بقياس رد فعل الجماهير	١٤٣	٧١,٥

\* بإمكان المبحوث إختيار أكثر من اقتراح.

تكشف النتائج عن بعض التصورات التي تمثل رؤى مستقبلية للمعالجة الاعلامية التي يسعى اليها المبحوثون لالتماسها كمصدر للمعلومات خاصة أثناء أوقات عدم الاستقرار السياسي، حيث أكد معظم المبحوثين على أهمية هذه السمات والمقترحات، كما تكشف النتائج عن درجة عالية من تجاوب



المبحوثين مجتمع البحث حيث تعددت مقترحاتهم وأفكارهم وقدم العديد منهم أكثر من مقترح ، بما أفاد إلى التوصل إلى آراء ومقترحات ذات قيمة ملموسة.

والانطباع العام يشير إلى أن مسألة التعامل مع الاحداث بموضوعية تأتي في مقدمة الاقتراحات ، حيث حظيت بأعلى نسبة من التكرارات بنسبة ٨٩%، كما توافقت نسبة من الآراء حول ضرورة الاهتمام بقياس رد فعل الجماهير بنسبة ٧١,٥%، وركزت مجموعة أخرى على ضرورة عرض مختلف الرؤى بنسبة ٣٠%، وكذا تدعم المضامين الاعلامية بالشواهد والحجج المنطقية بنسبة ٢٧,٥%، والاهتمام بالعناصر التحريرية والخراجية المختلفة بنسبة ١٢,٥%.

ولاشك في أهمية العمل على القضاء على معوقات الاداء الاعلامي للصحف وهو ما يستدعي تنبيه وحث القائمين بالاتصال وتفهمهم أكثر بطبيعة العمل الصحفي ومتطلباته من حيث الاحتياج إلى الموضوعية والدقة والكفاءة، وهو في الوقت ذاته ما يعني ضرورة زيادة اعتماد الصحف على قرائها في معالجتها الصحفية لمختلف الموضوعات وذلك من أجل حرص الصحف على إتاحة الفرص لقرائها للتعبير عن وجهة نظرهم وزيادة القاعدة الجماهيرية للصحف المصرية المختلفة.

## التأثيرات المترتبة على اعتماد المبحوثين على صحف الدراسة بشأن الانتخابات الرئاسية :

جدول (٢٦)

اجمالي المبحوثين	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة	
	%	ك	%	ك	%	ك		
٢٠٠	٣,٥	٧	١١	٢٢	٨٥,٥	١٧١	- التعرف على أبعاد الانتخابات الرئاسية	التأثير المعرفي
٢٠٠	٥	١٠	١٠,٥	٢١	٨٤,٥	١٦٩	- التعرف على أهداف التعديل الدستوري	
٢٠٠	١٠,٥	٢٠	١٦,٥	٣٣	٧٣,٥	١٤٧	- التعرف على أهمية التعديل الدستوري	
٢٠٠	٢,٥	٥	٦	١٢	٩١,٥	١٨٣	- التعرف على الاجراءات الخاصة بالتعديل الدستوري	
٢٠٠	٥,٥	١١	١٦	٣٢	٧٨,٥	١٥٧	- الاړتياح للتعديل الدستوري	التأثير الوجداني
٢٠٠	٩,٥	١٩	١٧,٥	٣٥	٧٣	١٤٦	- التعاطف مع فكرة الترشيح للرئاسة	
٢٠٠	٣	٦	٢١,٥	٤٣	٧٥,٥	١٥١	- المشاركة في العملية الانتخابية	التأثير السلوكي
٢٠٠	١	٢	٣٢,٥	٦٥	٦٦,٥	١٣٣	- الحرص على متابعة الاحداث	
٢٠٠	١١	٢٢	٢٧	٥٤	٦٢	١٢٤	- الحرص على مناقشة التعديل الدستوري	

يفترض مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام وجود تأثيرات ثلاث حول بناء الاتجاه، أو بمعنى آخر وجود مجموعة من الآثار تنتج عند اعتماد الافراد على وسائل الاعلام وهي الآثار المعرفية وتشمل المعلومات والحقائق والمعارف ذات الصلة بموضوع الاتجاه والتي تشمل على كشف الغموض عن الاحداث الهامة، والاثار العاطفية والوجدانية والتي تشمل مشاعر الاعجاب والاهتمام والفتور واللامبالاه نتيجة تعرضه للمضمون الاعلامي، والاثار السلوكية، والتي تشمل كل انواع السلوك والتصرفات، والتي تتمثل في تحفيز المتلقين على القيام بالافعال المطلوبة.

وتوضح بيانات الجدول السابق إرتفاع درجة التأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد الافراد على صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم مجتمعة، حيث جاءت (فئة موافق) في الترتيب الاول لكل التأثيرات المختلفة،

والتي شملت التعرف على أبعاد الانتخابات الرئاسية، التعرف على أهداف التعديل الدستوري، التعرف على أهمية التعديل الدستوري، التعرف على الاجراءات الخاصة بالتعديل الدستوري بنسب ٨٥,٥%، ٨٤,٥%، ٧٣,٥%، ٩١,٥%، كما لوحظ ارتفاع التأثيرات الوجدانية لدى المبحوثين، حيث جاء الارتباح للتعديل الدستوري بنسبة ٧٨,٥% (موافق)، والتعاطف مع فكرة الترشيح للرئاسة (موافق) بنسبة ٧٣%.

أما التأثيرات السلوكية المترتبة على الاعتماد على صحف الدراسة كمصادر للمعلومات فجاءت على النحو التالي، المشاركة في العملية الانتخابية بنسبة ٧٥,٥%، والحرص على متابعة الاحداث بنسبة ٦٦,٥% والحرص على مناقشة التعديل الدستوري بنسبة نحو ٦٢%.

وتشير هذه النتائج إلى أن التأثيرات المترتبة على متابعة المبحوثين لاحداث الانتخابات في صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم جاءت مجتمعة في التأثيرات المعرفية ثم التأثيرات الوجدانية، ثم السلوكية، وهذا يعني أن تتابع التأثيرات المعرفية ثم الوجدانية يؤثر بدوره على سلوكيات الافراد، خاصة في الاوقات التي يعطي فيها الجمهور اهتماماً وانتباهاً ملحوظين للاحداث، وهو ماينطبق على فترات التعديلات السياسية وعدم الاستقرار السياسي، وهذا مايفسر مجيء التأثيرات المعرفية في مستوى متقدم بالمقارنة بالتأثيرات الوجدانية والسلوكية.

#### المحور الرابع:

العلاقة بين الاعتماد على الصحف المصرية أثناء الانتخابات الرئاسية والاتجاه المكون نحوها:

يتناول هذا الجزء: (١) دراسة العلاقة بين العوامل الديموجرافية والمتمثلة في نوع المبحوث والعمر والحالة التعليمية والاتجاه المكون لدى المبحوثين نحو المعالجة الاعلامية للصحف أثناء انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠٠٥، (٢) دراسة العلاقة بين اعتماد المبحوثين على صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم والاتجاه المكون لديهم نحوها.

وتم قياس متغير مستوى الاعتماد من خلال سؤال المبحوثين عن الصحف التي اعتمدوا عليها في الحصول على معلوماتهم وترتيب هذه الصحف بالنسبة لهم، وبلغ مجموع درجات القياس ست درجات، وتم توزيع المبحوثين عليها كالاتي، مستوى اعتماد مرتفع: وهم الحاصلون (على خمس أو ست درجات) ، مستوى اعتماد متوسط: وهم المبحوثون الحاصلون (على درجتين حتى أربع درجات) مستوى اعتماد منخفض: وهم المبحوثون الحاصلون (على درجة واحدة في أقل).

وتم قياس المتغير التابع والمتمثل في الاتجاه المكون لدى المبحوثين نحو المعالجة الاعلامية لصحف الاهرام والوفد والمصري اليوم أثناء انتخابات الرئاسة المصرية، وذلك من خلال مقياس ليكرت لقياس الاتجاه ، وذلك من خلال عدة عبارات ، وبلغ مجموع درجات المقياس ٣٠ درجات وأمكن توزيع المبحوثين عليها كالاتي، اتجاه ايجابي وهم الحاصلون على مجموع درجات تراوحت بين ٢٣ حتى ٣٠ درجة، اتجاه محايد وهم الحاصلون على درجات تراوحت من ١٥ حتى ٢٢ درجة، اتجاه سلبي وهم الحاصلون على مجموع درجات من ست حتى ١٤ درجة.

العلاقة بين نوع المبحوث والاتجاه المكون نحو معالجة الصحف لانتخابات الرئاسة المصرية

جدول رقم (٢٧)

الاتجاه المكون		ايجابي		محايد		سلبي		الاجمالي
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	%
٥٨	٤٣,٣	٦٣	٤٧,١	١٣	٩,٧	١٣٤	١٠٠	ذكور
٢٧	٤٠,٩	٣١	٤٦,٩	٨	١٢,١	٦٦	١٠٠	اناث
٨٥	٤٢,٥	٩٤	٤٧	٢١	١٠,٥	٢٠٠	١٠٠	الاجمالي

بدراسة العلاقة بين نوع المبحوث والاتجاه المكون لدى الأفراد نحو معالجة الصحف المصرية لانتخابات الرئاسة المصرية، اتضح أن الاتجاه المحايد احتل المرتبة الاولى بنسبة ٤٧%، بنسبة ٤٧,١% للذكور، ٤٦,٩%

للانات، تلاه الاتجاه الايجابي بنسبة ٤٢,٥% وبنسبة ٤٣,٣% للذكور، ٤٠,٩% للانات، واحتل الاتجاه السلبي المرتبة الاخيرة بنسبة ١٠,٥%، وأن ارتفعت لدى الاناث عن الذكور إذ بلغت ١٢,١% للانات، مقابل ٩,٧% للذكور.

وقد أظهر التحليل بشأن قياس علاقة بين نوع المبحوث والاتجاه المكون عدم وجود علاقة دالة احصائياً بين المتغيرين، إذ فاقت قيمة كآ الجدولية نظيرتها المحسوبة عند مستوى معنوية ٥%، ومن ثم يمكن القول بعدم وجود علاقة بين نوع المبحوث والاتجاه المكون، بمعنى أن متغير النوع لم يكن محدداً أساسياً في هذه العلاقة.

العلاقة بين المستوى العمري للمبوحوثين والاتجاه المكون نحو معالجة الصحف لانتخابات الرئاسة المصرية

جدول رقم (٢٨)

الاتجاه المكون		ايجابي		محايد		سلبي		الاجمالي	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
المستوى العمري									
أقل من ٤٠ سنة		٢٦,٩	١١	٥٧,١	٢٤	١٦,٧	٨	٤٢	١٠٠
من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة		٣٩,١	٢٧	٤٢,٠	٢٩	١٨,٨	١٣	٦٩	١٠٠
من ٥٠ سنة إلى أقل من ٦٠ سنة		٤٣,١	٢٨	٤٧,٧	٣١	٩,٢	٦	٦٥	١٠٠
٦٠ سنة فأكثر		٥٠,٠	١٢	٢٩,٧	٧	٢٠,٨	٥	٢٤	١٠٠
الاجمالي		٣٩,٠	٧٨	٤٥,٥	٩١	١٥,٥	٣١	٢٠٠	١٠٠

وبدراسة العلاقة بين متغير عمر البحوثين والاتجاه المكون لديهم نحو معالجة الصحف لانتخابات الرئاسة المصرية أشارت النتائج إلى اختلاف الاتجاه المحايد الترتيب الاول في التحليل بنسبة ٤٥,٥%، وجاءت فئة أقل من ٤٠ سنة في الترتيب الاول، تلتها فئة من (٥٠ سنة إلى أقل من ٦٠ سنة)، ثم فئة (من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة) وجاءت فئة من ٦٠ سنة فأكثر في الترتيب الاخير في التحليل.

أما الاتجاه الايجابي في الترتيب الثاني بنسبة ٣٩%، وجاءت فئة (من ٦٠ سنة فأكثر) في الترتيب الاول ثم فئة (أقل من ٤٠ سنة) في الترتيب الثاني في التحليل، ثم فئة (من ٥٠ سنة إلى أقل من ٦٠ سنة) تلتها فئة من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة).

وجاء الاتجاه السلبي لدى المبحوثين في الترتيب الثالث والأخير بنسبة ١٥,٥%، حيث جاءت فئة (من ٦٠ سنة فأكثر) في الترتيب الأول، ثم (من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة)، ثم (أقل من ٤٠ سنة) وجاءت فئة من (٥٠ سنة إلى أقل من ٦٠ سنة) في الترتيب الاخير.

وتشير نتائج اختبار مربع كاي إلى وجود علاقة دالة احصائياً بين المستوى العمري للمبحوثين والاتجاه المكون لديهم نحو معالجة الصحف لانتخابات الرئاسة المصرية، حيث فاقت قيمة كاي<sup>٢</sup> المحسوبة نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ٥%، ودرجة ثقة ٩٥%، وبلغ قيمة معامل التوافق الذي يوضح شدة العلاقة ٠,٤١، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن معالجة الصحف لانتخابات الرئاسة المصرية استحوذت على إهتمام غالبية الافراد واثرت فيهم، وان اختلفت درجة التأثير باختلاف مستوى الاعتماد، إذ كان متوسطو العمر (أقل من ٤٠ سنة) (من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة) أقل ايجابية مقارنة بالفئتين الاخيرتين، نظراً لتزايد فرص الاطلاع والتعرض لديهم لمصادر عدة بديلة للمعلومات والمعرفة، كالانترنت والفضائيات ومراكز المعلومات، ووسائل الاتصال الشخصي.

العلاقة بين المستوى التعليمي للمبحوثين والاتجاه المكون نحو معالجة الصحف لانتخابات الرئاسة المصرية

جدول رقم (٢٩)

الاتجاه المكون		ايجابي		محايد		سلبى		الاجمالي	
المستوى التعليمي		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تعليم فوق متوسط		٤	٥٧,١	٢	٢٨,٦	١	١٤,٣	٧	١٠٠
تعليم جامعي		٦٨	٥٩,٦	٣٥	٣٠,٧	١١	٩,٦	١١٤	١٠٠
تعليم فوق جامعي		٤١	٥١,٩	٢٩	٣٦,٧	٩	١١,٤	٧٩	١٠٠
الاجمالي		١١٣	٥٦,٥	٦٦	٣٣	٢١	١٠,٥	٢٠٠	١٠٠

اشارت النتائج إلى أن الإتجاه الايجابى هو السائد عند مستويات التعليم المختلفة بنسبة ٥٦,٥%، وأن ارتفعت لدى المبحوثين الحاصلين على شهادات جامعية، وجاء الإتجاه المحايد في الترتيب الثانى بنسبة ٣٣%، بلغت أقصى حداً لها لدى المبحوثين الحاصلين على شهادات فوق المتوسطة، وجاء الإتجاه السلبى في الترتيب الاخير بنسبة ١٠,٥%.

وعلى مستوى العلاقات الارتباطية التي تقيس وجود العلاقة بين المستوى التعليمي والاتجاه المكون لدى المبحوثين تجاه معالجة الصحف لموضوع الدراسة وأشارت نتائج تحليل اختبار مربع كاي إلى عدم وجود علاقة دالة احصائياً بين هذين المتغيرين، إذ قلت قيمة كاي المحسوبة عن نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ٥%. بمعنى أن متغير مستوى التعليم لم يكن محدداً أساسياً في هذه العلاقة، ربما يرجع ذلك لطبيعة عينة الدراسة، والتي تم اختيارها بطريقة عمدية تمثل قارئى الصحف والرأى العام المثقف في المجتمع.

العلاقة بين مستوى الاعتماد على صحيفة الاهرام أثناء انتخابات الرئاسة المصرية واتجاهات المبحوثين نحوها

جدول رقم (٣٠)

الاتجاه المكون		ايجابي		محايد		سلبي		الاجمالي	
مستوى الاعتماد		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مستوى اعتماد مرتفع		٣٦	٤٩,٣	١٧	٢٣,٤	٢٠	٢٧,٤	٧٣	١٠٠
مستوى اعتماد متوسط		٢١	٤٥,٦	١٧	٣٦,١	٨	١٧,٤	٤٦	١٠٠
مستوى اعتماد منخفض		١٢	٣٦,٤	١٣	٣٩,٤	٨	٢٤,٢	٣٣	١٠٠
الاجمالي		٦٩	٤٥,٤	٤٧	٣٠,٨	٣٦	٢٣,٧	١٥٢	١٠٠

\* الاجمالي منسوب إلى الافراد الذين يعتمدون على صحيفة الاهرام كمصدر للمعلومات.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن ٤٩,٣% من الأفراد شديدي الاعتماد على صحيفة الاهرام أثناء انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠٠٥ لديهم اتجاه ايجابي مكون نحو المعالجة الاعلامية التي قدمتها الصحيفة، بينما ٢٣,٤% من شديدي الاعتماد لديهم اتجاه محايد، ونسبة نحو ٢٧,٤% لديهم اتجاه سلبي.

وجاء نحو ٤٥,٦% من الافراد متوسطي الاعتماد على صحيفة الاهرام لديهم اتجاه سلبي، وبنسبة ٣٦,١% لديهم اتجاه محايد، مقابل نسبة ١٧,٤% لديهم اتجاه سلبي أما الافراد منخضسي الاعتماد على صحيفة الاهرام فجاءت نسبة نحو ٣٦,٤% من المبحوثين لديهم اتجاه محايد، ونحو ٣٩,٤% لديهم اتجاه محايد مقابل ٢٤,٢% لديهم اتجاه سلبي.

ولاختبار مدى دلالة هذه العلاقة تم حساب مربع كاي التي بلغت قيمتها ١٦,٤٧، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية ١%، ودرجة ثقة ٩٩%، وبلغ قيمة معامل التوافق نحو ٠,٣٩%، وهي قيمة معنوية احصائياً، وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباطية بين مستوى الاعتماد المرتفع على صحيفة الاهرام أثناء انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠٠٥ والاتجاه الايجابي المكون نحوها.

ويمكن تفسير ذلك في أن صحيفة الاهرام وهي صحيفة قومية يومية يعتمد العمل الاساسي فيها على العمل الخبري والذي تسعى من خلاله إلى تلبية احتياجات القاريء المعرفية بالاحداث الجارية، المحلية منها والعالمية، حيث اعتمدت على التصريحات الرسمية والحكومية التي تمثلت في



تصريحات المسؤولين والقرارات الرسمية والتقارير الرسمية لسهولة حصولها على هذه المعلومات من جهة، بالإضافة لسهولة وصولها لمصادر هذه المعلومات.

العلاقة بين مستوى الاعتماد على صحيفة الوفد أثناء انتخابات الرئاسة المصرية واتجاهات المبحوثين نحوها

جدول رقم (٣١)

الاتجاه المكون		اجبائي		محايد		سلببي		الاجمالي
مستوى الاعتماد		ك	%	ك	%	ك	%	%
مستوى اعتماد مرتفع		١١	٢٩,٧	١٧	٤٥,٩	٩	٢٤,٣	٣٧
مستوى اعتماد متوسط		١٥	٤١,٧	١٤	٣٨,٩	٧	١٩,٤	٣٦
مستوى اعتماد منخفض		٣	١٦,٧	٨	٥٠	٥	٣١,٣	١٦
الاجمالي		٢٩	٣٢,٦	٣٩	٤٣,٨	٢١	٢٣,٦	٨٩

\* الاجمالي منسوب إلى الافراد الذين يعتمدون على صحيفة الوفد كمصدر للمعلومات.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن ٢٩,٧% من شديدي الاعتماد على صحيفة الوفد لديهم اتجاه ايجابي نحو معالجة صحيفة الوفد لانتخابات الرئاسة المصرية، بينما ٤٥,٩% لديهم اتجاه محايد و ٢٤,٣% لديهم اتجاه سلبي.

وجاء نحو ٤٢,٧% من متوسطي الاعتماد على صحيفة الوفد لديهم اتجاه ايجابي، مقابل نحو ٣٨,٩% لديهم اتجاه محايد، ونحو ١٩,٤% لديهم اتجاه سلبي، كما جاء نحو ١٦,٧% من منخفضي الاعتماد على صحيفة الوفد لديهم اتجاه ايجابي، مقابل نحو ٥٠% لديهم اتجاه محايد ٣١,٣% لديهم اتجاه سلبي.

ولاختبار مدى دلالة هذه العلاقة فقد تم حساب مربع كاي ودرجة ثقة ١٩,٣١، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية ٥%، ودرجة ثقة ٩٥%، وبلغ قيمة معامل التوافق ٠,٢٩، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية ٥%، مما يؤكد على وجود علاقة بين المتغيرين.

ويمكن تفسير الاتجاه المحايد المكون لدى عينة الدراسة نحو صحيفة الوفد، باعتبارها صحيفة حزبية يصعب عليها في احيان كثيرة الوصول الى المصادر الرسمية، بالاضافة الى رفض بعض الصحف الحزبية المعارضة لنشر معلومات هذه المصادر لغلبة الطابع الدعائي على مضمونها، مما يؤكد أن استخدام صحيفة الوفد للمعلومات الخاصة بانتخابات الرئاسة المصرية على صفحاتها يهدف في الاساس إلى توظيف هذه المعلومات لتحقيق الاهداف الحزبية للصحيفة، والتي تتمثل في كشف القصور في السياسات الحزب الحاكم، وباستخدام الارقام والاحصائيات وكافة مسارات الاقناع للتدليل على وجهات نظرها.

العلاقة بين مستوى الاعتماد على صحيفة المصري اليوم أثناء انتخابات الرئاسة المصرية واتجاهات المبحوثين نحوها

جدول رقم (٣١)

الاتجاه المكون		ايجابي		محايد		سلبى		الاجمالي	
مستوى الاعتماد		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مستوى اعتماد مرتفع		٣١	٥٠,٨	١٩	٣١,١	١١	١٨,٠	٦١	١٠٠
مستوى اعتماد متوسط		٢٢	٥١,٢	١٣	٣٠,٢	٨	١٨,٦	٤٣	١٠٠
مستوى اعتماد منخفض		١١	٤٧,٨	٧	٣٠,٤	٥	٢١,٧	٢٣	١٠٠
الاجمالي		٦٤	٥٠,٤	٣٩	٣٠,٧	٢٤	١٨,٩	١٢٧	١٠٠

• الاجمالي منسوب إلى الافراد الذين يعتمدون على صحيفة المصري اليوم كمصدر للمعلومات.

وجاءت نسبة نحو ٥٠,٨% من شديدي الاعتماد على صحيفة المصري اليوم أثناء انتخابات الرئاسة المصرية لديهم اتجاه ايجابي، مقابل نحو ٣١,١% لديهم اتجاه محايد، ١٨% لديهم اتجاه سلبى .

وجاء نحو ٥١,٢% من متوسطي الاعتماد على صحيفة المصري اليوم لديهم اتجاه ايجابي، مقابل نحو ٣٠,٢% لديهم اتجاه محايد، ونحو ١٨,٦% لديهم اتجاه سلبى، وجاء نحو ٤٧,٨% من منخفضي الاعتماد على

صحيفة المصري اليوم لديهم اتجاه ايجابي، مقابل ٣٠,٤% لديهم اتجاه محايد، ونحو ٢١,٧% لديهم اتجاه سلبي.

ولاختبار مدى دلالة هذه العلاقة فقد تم حساب مربع كاي، حيث اتضح ان قيمة كاي المحسوبة فاقت نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ١%، ودرجة ثقة ٩٩%، وبلغ قيمة معامل التوافق ٠,٣٢٧، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية ١%، وهذا يشير الى وجود علاقة بين المتغيرين.

ويمكن تفسير الاتجاه الايجابي لدى صحيفة المصري اليوم باعتبارها صحيفة تتميز بالحدائثة والجرأة الاعلامية، والقدرة على كشف مظاهر الغموض حول الاحداث الجارية فضلاً عن تمتعها بقدر من الحرية المتاحة وهي الغاية التي ينشدتها معظم القراء.

•••

### النتائج العامة للدراسة :

سعت الدراسة الراهنة إلى التعرف على إتجاهات القراء تجاه المعالجة الاعلامية للصحف المصرية المختلفة تجاه الانتخابات الرئاسية، وأستندت في اساسها النظري على مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام، وعلى ضوء ماسبق عرضه من نتائج تم التوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية المقارنة، يمكن استخلاص الاستنتاجات والدلالات الآتية:

• جاءت الصحف في مقدمة الوسائل الإعلامية كمصادر يمكن الاعتماد عليها للحصول على المعرفة والإلمام بالأحداث الجارية والتغيرات التي يشهدها المجتمع. بنسبة ٨٤% من جملة العينة، ثم جاء التليفزيون في الترتيب الثاني، ثم الفضائيات وشبكة المعلومات وجاء في الترتيب الخامس الإذاعة المصرية، وهذه النتيجة تشير إلى أنه بالرغم من وجود تنافساً بين الصحف والتليفزيون كمصادر للمعلومات لدى الأفراد، عن القضايا السياسية المختلفة، إلا أنه مازالت الصحف الوسيلة الاعلامية الاولى لاستقصاء المعلومة خاصة السياسية، وهذا راجع إلى اهتمام مختلف الصحف بالجوانب التحليلية والتفسيرية للأحداث الجارية والقضايا المعاصرة، وهذا يتفق مع دراسة نوال الصفتي، والتي توصلت إلى أن الصحف الورقية تعد من أهم مصادر المعلومات للقضايا السياسية، وعدم وجود فجوة معرفية بين الذين يتعرضون للصحف الورقية وبين مستوى المعرفة بالقضايا السياسية. (٣٩)

• جاء اعتماد الافراد على الصحف كمصادر للمعلومات اثناء الانتخابات الرئاسية على نحو مختلف، حيث احتلت الصحف القومية الترتيب الاول في التحليل بنسبة ٨٩% مقابل نحو ٦٨% للصحف المستقلة، ٥١,٥% للصحف الحزبية، وهذه النتيجة تعني أن الصحف القومية أكثر مقروئية لدى الأفراد، على اعتبارها أشهر الصحف المملوكة للدولة، ووسعها إنتشاراً، اما الصحف الحزبية فدائمة التعبير عن أيديولوجية الحزب، ووجهة نظره تجاه الاحداث ورصد مواقفه الفكرية تجاه القضايا السياسية المطروحة، والتي قد تتلائم وشرائح معينة في المجتمع دون غيرها أو ممن ينتمون إلى الحزب،

أما الصحف المستقلة فهي صحف تعبر عن اتجاهات فكرية معينة، وآراء خاصة، مما تتطلب جمهوراً خاصاً، وتستهدف إشباع متطلبات اعلامية واحتياجات خاصة لديه.

• احتلت صحيفة الأهرام الترتيب الاول من بين الصحف القومية ، من حيث اعتماد الأفراد عليها أثناء فترة الانتخابات الرئاسية ، في المقابل جاءت جريدة الوفد في الترتيب الأولى في التحليل كأكثر الصحف الحزبية اعتماداً من جانب المبحوثين، وعلى الجانب الثالث جاءت جريدة الأسبوع المستقلة في مقدمة الصحف المستقلة. ويرجع اعتماد الأفراد على صحيفة الأهرام باعتبارها الصحيفة الرسمية الاولى، والتي تهتم بعرض القضايا والمضامين السياسية، وتوضيح وجهة النظر الرسمية في التعديلات السياسية، كما يرجع اعتماد المبحوثين على صحيفة الوفد لتمييزها بعدة سمات أهمها عرض الموضوعات بشكل صريح وواضح، وأسلوبها النقدي اللاذع، فضلاً عن إمكانياتها التحريرية والخراجية المتميزة، اما صحيفة المصري اليوم فجاءت في الترتيب الاول في مقدمة الصحف المستقلة لتمييزها بالوضوح والجرأة الاعلامية والاثارة الاعلامية، والكشف عما وراء الاحداث، وكلها مقومات صحفية متميزة يسعى اليها القراء ويتطلبها على نحو كبير.

• لوحظ وجود تباين في مضامين الطرح الاعلامي التي تناولتها الصحف المختلفة، حيث جاء اعتماد صحيفة الاهرام من وجهة نظر المبحوثين على عرض مناقشات الحوار الوطني، مقابل اعتماد جريدة الوفد على عرض تغيير قانون الاحزاب، اما جريدة المصري اليوم فجاء اعتمادها على عرض الرؤى المختلفة. وبالرغم من هذا التباين فالأمر يرتبط بضرورة حرص مختلف الصحف على عرض كافة الآراء والتوجهات المختلفة، تحقيقاً للمصداقية الاعلامية، والشمول والتكامل في أداء الرسالة الاعلامية.

• اختلفت استراتيجيات الصحف الثلاث ومواقفها تجاه الانتخابات الرئاسية المصرية، حيث تبنت صحيفة الاهرام استراتيجية الدفاع، مقابل تبني صحيفتي الوفد والمصري اليوم استراتيجية الهجوم، ولا يمكن تفسير ذلك إلا

في ضوء الاطر الاعلامية التي تعمل في ظلها كل صحيفة، حيث مالت صحيفة الاهرام إلى تبني الدور المحايد في تغطيتها للانتخابات ورغم ذلك لم تخفي موقفها المؤيد للتعديل الدستوري، وهذا راجع لكون صحيفة الاهرام صحيفة حكومية وأداة من أدوات السلطة، والامر الذي قد يبدو واضحاً عند مقارنته بصحيفتي الاهرام والمصري اليوم، حيث تسعى كل منها إلى التواصل مع الجماهير الشعبية كإداة من أدوات اكتساب القوة السياسية والنفوذ الجماهيري.

• اهتمت الصحف المصرية بتوظيف مضامينها ومصادر معلوماتها وفقاً لأيديولوجيتها الخاصة، وسياساتها التحريرية، حيث جاء اعتماد جريدة الاهرام باعتبارها جريدة قومية على المسؤولين الرسميين ورجال السياسة والقرارات الرسمية، مقابل اهتمام جريدة الوفد بالمسؤولين الحزبيين، وأساتذة الجامعات، وعلى الجانب الثالث جاء اهتمام جريدة المصري اليوم بالمتخصصين وأساتذة الجامعة لتوجيه القاريء من جهة، وتنوع مصادر المعلومات لديه من جهة أخرى. مما يعكس تبايناً واضحاً في السياسات التحريرية لكل صحيفة، وغاياتها وجمهورها المستهدف.

• اختلفت اهداف المعالجة الصحفية من جانب الصحف موضع الدراسة من وجهة نظر المبحوثين، حيث اهتمت صحيفة الاهرام بعرض المضامين الصحفية التي تحوي أهداف دعائية، في المقابل جاء اهتمام جريدة الوفد بالمضامين التي تحوي اهداف نقدية، باتباع سياسة الهجوم المباشر، أما جريدة المصري اليوم فجاءت اهدافها تفسيرية. بشكل يحقق اهداف كل صحيفة ويلبي غاياتها، ويشبع متطلبات جمهورها.

• يعكس الاستخدام الاكثر شيوعاً للقوالب الصحفية في الصحف الثلاث الى وجود فروق جوهرية في الاشكال الفنية التي تناولتها الصحف في الانتخابات الرئاسية المصرية، حيث إتضح وبإختبار مربع كاي أن قيمة كاي المحسوبة تفوق نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ٥% وبدرجة ثقة ٩٥%، وهذا يشير إلى وجود فروق جوهرية في هذا الشأن، حيث كان

اعتماد جريدة الاهرام على الأخبار الصحفية في المقام الأول ثم التحليلات فالتحقيقات، وكان اعتماد جريدة الوفد على التحليلات الاخبارية ثم التحقيقات الصحفية فالمقال، وجاءت الاخبار في الترتيب الاخير، اما جريدة المصري اليوم فلوحظ سيطرة النمط الاخباري على مضامينها ثلثها المقالات الصحفية، وجاءت الحوارات في مؤخرة التحليل. وتعني هذه النتائج وجود تباين بين الصحف المختلفة في استخدامها لفنون الكتابة الصحفية وغلبة استخدام القالب الخبري وصلت إلى أقصى حد لها في جريدة الاهرام والمصري اليوم، وقد تكون هذه النتيجة طبيعية نظراً لحدائثة الحدث التاريخي الهام والذي يحتاج إلى مزيد من الشرح والتفسير والتحليل من جانب الصحف المختلفة، وإن كان هذا لايعني عدم تنوع الصحف في توظيف فنون الكتابة المختلفة لخدمة أغراضها وغاياتها الساسية إلى حد كبير.

• تمثلت العناصر التبوغرافية المستخدمة من جانب الصحف المختلفة في عدة وسائل للابراز، وزاد اعتماد صحيفة الاهرام على العناوين العريضة والممتدة والاطارات، ثم الالوان في حين جاء اعتماد صحيفة الوفد على استخدام العناوين العريضة والممتدة ثم الصور والرسوم فالاطارات ، كما جاء اعتماد صحيفة المصري اليوم على العناوين العريضة والممتدة . ثم الاطارات ثم الالوان ، وهذا يعني اعتماد مختلف الصحف بتوجهاتها الايديولوجية المختلفة على استخدام العناوين العريضة والممتدة والاطارات والالوان بشكل متزايد مقابل تكدني لاستخدام الكاركاتير والشبكات، وبنسب متفاوتة، حيث اهتمت كل صحيفة بابراز موضوع لدراسة بما يتراءى لها ، ووفقاً لسياستها الاخبارية المميزة.

• لوحظ وجود درجات من عدم الرضا من جانب المبحوثين بمعدلات متفاوتة نحو المعالجة الاعلامية لصفح الدراسة للانتخابات الرئاسية نظراً لوجود بعض المعوقات والتي تمثلت في عرض الجانب الواحد للقضية والمبالغة الزائدة والتهويل، مقابل الهجوم والنقد الشديد وغياب الموضوعية وعدم المصدقية، كذا التناقض في الاقوال، والاستخفاف بعقول القراء، فضلاً

عن التكرار. حيث إتضح أن قيمة كاي المحسوبة أكبر من نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥، ودرجة ثقة ٩٥%، مما يشير إلى وجود فروق جوهرية في درجة رضا المبحوثون عن هذه المعالجة الصحفية.

• لوحظ وجود قدر من الثقة المحدود لدى أفراد العينة (أثق إلى حد ما) في مصادر المعلومات المقدمة خاصة في صحيفتي الاهرام والوفد حيث جاءت فئة (أثق إلى حد كبير) في الترتيب الاول بالنسبة لصحيفة المصري اليوم، كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين اعتماد المبحوثين على صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم وثقتهم في مصادر المعلومات المختلفة التي تقدمها تلك الصحف بشأن انتخابات الرئاسة المصرية، إذ بلغ معامل ارتباط بيرسون نحو ٠,٥٣ لصحيفة الاهرام، ٠,٤٧ لصحيفة الوفد، ٠,٥١ لصحيفة المصري اليوم أثناء انتخابات الرئاسة المصرية، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة السيد بهنسي والتي اشارت الى اعتماد الجمهور على الصحف المصرية، أثناء الازمات والاضطرابات، ووجود درجة عالية من الاقتران بين درجة ثقة الجمهور في الصحف المصرية كوسائل اعلامية ودرجة اعتماده عليها (٤٠).

• تمثلت سمات المعالجة الاعلامية المستقبلية للصحف في عدة سمات أهمها التعامل مع الاحداث بموضوعية، والاهتمام بقياس رد فعل القراء تجاه الاحداث، والحرص على عرض الرؤى المختلفة، والعمل على تدعيم المضامين بالشواهد والحجج المنطقية، فضلاً عن الاهتمام بالعناصر التحريرية والخراجية المختلفة، بما يحقق فعالية الجريدة لدى جمهور قرائها.

• تشير النتائج إلى أن التأثيرات المترتبة على متابعة الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠٠٥ في صحف الاهرام والوفد والمصري اليوم جاءت مجتمعة في التأثيرات المعرفية ثم الوجدانية ثم السلوكية، وهذا يعني أن تتابع التأثيرات المعرفية ثم الوجدانية يؤثر بدوره على سلوكيات الافراد خاصة في الاوقات التي يعطي فيها الجمهور اهتماماً وانتباهاً للاحداث كفترات التعديلات الدستورية وعدم الاستقرار السياسي.



• أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين كل من نوع المبحوث، والمستوى التعليمي كعوامل ديموجرافية والاتجاه المكون لدى المبحوثين نحو معالجة الصحف لانتخابات الرئاسة المصرية، مقابل وجود فروق جوهرية بين متغير المستوى العمري للمبحوثين والاتجاه المكون عن الصحف.

• أوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة معنوية إحصائية بين مستوى الاعتماد على كل صحيفة على حدة من صحف الدراسة (صحيفة الأهرام - صحيفة الوفد - صحيفة المصري اليوم) أثناء انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠٠٥ والاتجاه المكون لدى المبحوثين نحوها.

• تبين أن الاتجاه العام نحو معالجة صحيفتي الأهرام والمصري اليوم لانتخابات الرئاسة المصرية كان إيجابياً، بينما كان الاتجاه العام نحو معالجة صحيفة الوفد كان محايداً، بشكل يعكس رؤية كل صحيفة للعناصر المشكلة لمحورية الموضوع، وأدوارها المختلفة الفعالة تجاه تلك الانتخابات، حيث أشارت النتائج إلى أن طبيعة توظيف كل صحيفة للمعلومات الخارجية بانتخابات الرئاسة المصرية على صفحاتها تتباين من صحيفة لأخرى، مما بدأ واضحاً على اتجاهات المبحوثين تجاه تلك الصحف الثلاث.

لذا توصي الدراسة بوجوب حرص الصحف المختلفة على الأخذ بالوسائل المنهجية لقياس الرأي وردود فعل القراء إزاء ما ينشر، ضماناً لتواصل الصحيفة مع قرائها، وذلك على أساس أهمية المشاركة الاتصالية للجمهور، ودوره المؤثر في تحديد أولويات الاهتمام بمواد النشر الصحفي التي تستحق الطرح والمناقشة، فضلاً عن الاهتمام بالموضوعية والواقعية واستخدام سبل الإقناع. ولاشك في أهمية التعامل مع مقترحات القراء بصورة أكثر إيجابية، وهو ما يستدعي تنبيه وحث القائمين على تلك الصحف لتفهم أكثر لطبيعة القراء ومتطلباتهم من حيث الاحتياج إلى الحصول على المعلومات ودقتها وكفائتها.

وتتقدم الباحثة في ضوء النتائج السابقة بالمقترحات الآتية:

- عرض وجهات النظر المتعددة حول الحدث ، وعدم الاكتفاء بوجهة النظر الرسمية تجاه الاحداث.
- عدم طرح معالجات مستهلكة للاحداث ، مع تحري الصدق والذمة والشمول والتكامل فيما يقدم اعلامياً، وكلها معايير لازمة لمصداقية الصحيفة وثقة القراء فيها.
- امكانية توظيف فنون الكتابة الصحفية لخدمة اهداف القراء مع عرض مساحات صحفية ملائمة.
- لا بد من اتباع سياسة تقييمية من جانب القائمين على الصحف المختلفة، من أجل تقييم أسلوب الاداء والمعالجة لتحديد مواطن الضعف ونقاط القصور في معالجتها لهذا الحدث والاستفادة منها في المعالجات القادمة.

\*\*\*

## هوامش الدراسة

- (١) أسيه ياسين أحمد، رصد ومراقبة التغطية الاعلامية لانتخابات الرئاسة المصرية، سبتمبر ٢٠٠٥ - دراسة تحليلية، المؤتمر الخامس والعشرون للجمعية الدولية لبحوث الاتصال والاعلام، القاهرة ٢٠٠٦.
- (٢) إيمان محمد سليمان وآخرون، أثر التغطية الصحفية لبرلمان ٢٠٠٥ على السلوك الانتخابي للمصريين، المؤتمر الخامس والعشرون للجمعية الدولية لبحوث الإتصال والاعلام، القاهرة ٢٠٠٦.
- (٣) خيرت معوض عياد، الخطاب الاعلامي للأحزاب السياسية المصرية في الانتخابات البرلمانية ٢٠٠٥، المؤتمر الخامس والعشرون للجمعية الدولية لبحوث الاتصال والاعلام، القاهرة ٢٠٠٦.
- (٤) نادية حسن سالم، تأثير وسائل الاعلام على عملية المشاركة السياسية عند المواطن المصري، دراسة تجريبية على عينة من الريف، المجلة الاجتماعية - المجلد السابع عشر، العدد ٢، ٣، مايو - سبتمبر ١٩٨٠.
- (٥) حماده بسيوني، العلاقة المتبادلة بين وسائل الاعلام وال جماهير في إثارة وتحديد القضايا العامة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، القاهرة ١٩٨٦.
- (٦) ثروت مكى، وسائل الاتصال والمشاركة السياسية في الدول النامية، دراسة حالة للتجربة المصرية من ١٩٥٢ - ١٩٨١م، رسالة دكتوراه، غير منشورة، القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ١٩٩٣.
- (٧) خالد صلاح الدين حسن، دور الصحافة في توجيه وترتيب إهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ١٩٩٧.
- (٨) أميمة محمد عمران، دور الصحف الحزبية في المشاركة السياسية - دراسة تحليلية للعدد الاسبوعي من صحف الاحرار والاهالي والشعب والعربي والوفد ومايو في الفترة من ١٩٩٤-١٩٩٦، مع دراسة ميدانية

على القراء بسوهاج، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاداب، جامعة المنيا، ١٩٩٩.

(٩) السيد بهنسي حسن، مدى إعتقاد الجمهور على وسائل الاعلام

المصرية أثناء الأزمات، دراسة ميدانية على طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد ٤، القاهرة، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠٠.

(١٠) نوال الصفتي، أثر التعرض للصحف الالكترونية على إدراك الشباب

الجامعي للقضايا السياسية العربية، المؤتمر العلمي السنوي السابع، كلية الاعلام، القاهرة مايو، ٢٠٠١.

(١١) وليد فتح الله بركات، اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الاعلام في

المعرفة بالقضايا العربية والدولية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد ٨، القاهرة، يناير - مارس ٢٠٠٣.

(١٢) دينا يحيى، تأثير أبعاد الإطار الاعلامي للصحف المصرية على

معالجة قضايا الرأي العام - دراسة في إطار نظرية تحليل الأطر الاعلامية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣.

(١٣) إيمان محمد سليمان وآخرون، مرجع سابق.

(١٤) أسية ياسين أحمد، مرجع سابق.

(١٥) نائلة إبراهيم عمارة، دور وسائل الاعلام في تشكيل معارف

والإتجاهات الجمهور نحو الانتخابات الرئاسية في مصر، المؤتمر العلمي الثاني عشر، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، في الفترة من ٢ - ٤، مايو ٢٠٠٦.

(١٦) خيرت معوض محمد عياد، مرجع سابق.

(17) G. Ray Funkhouser, Trends in Media Coverage of the Issues of 60.S, J.Q. Vol., 50, No. 3., Autumn, 1997.

(18) Scheufele, A. D., Deliberation or Disputes ? An Exploratory study Examining Dimensions of public opinion Expression, International Journal of public opinion Research, Vol 11, No. 1. (1999)

- (19) Marks, N.G., The Mass Media, Election campaigning and voter Response, the Australian Experience, (Ontine), (1999) Available :[www. Party Politics, org/volume 05/v005ilpo 1999/Htm](http://www.Party Politics, org/volume 05/v005ilpo 1999/Htm), pp. 1-15, Date of search: 10/9/2003.
- (20) Scott L.Althous, Reter F. Nordulli .and Darom R. Show, Candidate Appearances in Presidential Elections, 1972-2000, Political Communication, 2000.
- (21) Eveland, P.W., & Shah, V. D. Think Political News Ls Baised ? Depends who you Ask, (Online) Aavailable: <http:// www. Eureka.org /pub news 2003-04/ous, tpn/php>. 1-10, Date of search: 20-4-2003.
- (٢٢) عزة عبد العظيم، الاعتماد على التلفزيون ومستوى المعرفة لدى البالغين المصريين عن تعاطي المخدرات، رسالة دكتوراه، كلية الاعلام، ١٩٩٣.
- (٢٣) أمل جابر صباغ، دور الصحف والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الاحداث الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٦.
- (٢٤) سوزان القليني، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الازمات، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ديسمبر ١٩٩٨.
- (٢٥) محمود خليل، دور الصحف الحزبية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الاداء الحكومي بمصر، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد ٣، سبتمبر ١٩٩٨.
- (٢٦) عزة الكحكي، رباب الجمال، الاثار المعرفية لقضية انتفاضة القدس في ضوء نظرية فجوة المعرفة، دراسة مسحية على جمهور الصحف والتلفزيون العربي، المؤتمر العلمي السنوي السابع لكلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١.
- (٢٧) جيهان يسري، مصادر معلومات الجمهور المصري عن احداث انتفاضة الاقصى، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، المجلد ٢، ٢٠٠١.

- (٢٨) محمد عبد الوهاب الفقيه، العلاقة بين الاعتماد على القنوات التليفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الجارية في المجتمع اليمني، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢.
- (٢٩) عبد الباسط عبد الجليل، محمد معوض إبراهيم، علاقة شباب دولة الكويت بالقنوات التليفزيونية، دراسة تطبيقية على عينة من طلبة جامعة الكويت، المجلة العربية للعلوم الانسانية، جامعة الكويت، ٢٠٠٠.
- (٣٠) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠١.
- (31) S.J. Ball – Rokeach; The Origins of Individual Media System Dependency: A Sociological Framework, Communication Research, Vol. 12, 4 October 1985.
- (٣٢) جمال جاسم المنيسي، نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير وسائل الاعلام وتطورها، دراسة نقدية تحليلية، المجلة المصرية للعلوم الانسانية، جامعة الكويت، العدد ٤٦، ١٩٩٤.
- (33) Stanley J. Baran & Dennis K. Davis " Mass Communication Theory, Foundation's and Future" California: Wads Worth Publishing Company, Inc., 1995.
- (٣٤) شيريهان مجدي محمد، السلوك الاتصالي وادراك الواقع السياسي، برنامج الماجستير - كلية الاعلام، جامعة القاهرة، المؤتمر الخامس والعشرون للجمعية الدولية لبحوث الاتصال والاعلام، ٢٠٠٦.
- (٣٥) ملفين ل. ديفلير، ساندرابول - روكنيشي، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٣.
- (٣٦) مها كامل الطرابيشي، مدى اعتماد الجمهور على الصحف المصرية في معالجتها للازمات الطارئة - دراسة حالة على حادث سقوط الطائرة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد ٢٣، المجلد الثاني، يوليو- سبتمبر، ٢٠٠١.
- (٣٧) أحمد القاضي عودة، الاحصاء الوصفي والاستدلالي، ملفين الفلاح لنشر والتوزيع، ٢٠٠٢.

- (٣٨) جيهان يسري، مرجع سابق.
- (٣٩) نوال الصفتي، مرجع سابق.
- (٤٠) السيد بهنسي، مرجع سابق.
- (41) William E. Loges & Sandra J. Ball-Rokeach, Dependency relations and newspaper readership, Journalism Quarterly, Vol. 70, 3, Autumn, 1993.
- (٤٢) صلاح الدين حافظ، دفاعاً عن الديمقراطية، نظرية الصحافة، مجلة الدراسات الاعلامية، العددين ١١٦، ١١٧، يوليو - ديسمبر ٢٠٠٤ .
- (٤٣) سمير محمد حسين، بحوث الاعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، الطبعة الثالثة، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٩ .
- (٤٤) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، عالم الكتب، ٢٠٠١ .
- (٤٥) عصام الدين محمد حسن، وانكشف المستور في تعديل المادة ٧٦ من الدستور ٢٠٠٥/٥/٩، صحيفة مصر العربية ، أبحاث ودراسات ، مركز القاهرة لدراسات حقوق الانسان [www.misralarabia.com](http://www.misralarabia.com)
- (٤٦) رجب عبد الحميد ، مصر العربية، ٢٠٠٥ ، باحث مصري يطالب بتعديلات تشريعية [www.misralarabia.com](http://www.misralarabia.com)
- (٤٧) محمد السيد سعيد، التعديل الدستوري والاصلاح السياسي في مصر، ٢٠٠٥/٥/٨ ، حوارات حية، لوحة المفاتيح العربية، بحث مقدم [www.Islomonline.com](http://www.Islomonline.com)

## مراجع البحث

- ١- محمد محمد العجمى - المشاركة السياسية للمرأة الكويتية . رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الدول العربية، معهد الدراسات والبحوث العربية، قسم الدراسات الاجتماعية، ٢٠٠٠) ص ١٣.
- ٢- عاطف عدلي العبد. المرأة الريفية في سلسلة إقرأ (القاهرة: دار المعارف، فبراير ١٩٨٣) ص ٨٣ .
- ٣- أميمة محمد عمران . دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي . في المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، العدد الحادي عشر ، ابريل - يونية ٢٠٠١) . ص ٢١١.
- ٤- المرجع السابق . ص ٢١٢ .
- ٥- السيد عليوة ، منى محمود . المشاركة السياسية في موسوعة الشباب السياسية ، (القاهرة : مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية ، مؤسسة الأهرام ، ٢٠٠٠) ص ٥ .
- 6- G. Almond and S. Verba . The civic culture : Political Attitudes and Democracy in Five Nations : Little Broun and Company , 1979) P.57.
- ٧- نادية عيد المصري . دور الاتصال في المشاركة السياسية للمرأة المصرية . رسالة ماجستير غير منشورة . (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠٠٠) .
- ٨- شهيدة الباز . الحركة النسائية في مصر في أعمال الندوة الفكرية " المرأة العربية في مواجهة العصر" على هامش المعرض الأول لكتاب المرأة العربية . ط١ (القاهرة : دار المرأة العربية ، ١٩٩٦) ص ١١٠ .
- ٩- رجع الباحث إلى :
- ايناس أبو يوسف . الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات : دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة القاهرة . في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلد الثاني ، العدد الأول ، يناير ، مارس ٢٠٠١ .



- محمد سيد عتران . دور الاتصال في عملية المشاركة السياسية والاجتماعية. رسالة دكتوراه غير منشورة . (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩١)
- ١٠- المجلس الأعلى للجامعات . تقرير إحصائي عن عدد الطلاب والطالبات المقيدات بالجامعات المصرية للعام الجامعي ٢٠٠٥ / ٢٠٠٦ (القاهرة : المجلس الأعلى للجامعات ، الإدارة المركزية لتطوير التعليم الجامعي ، ٢٠٠٦م)
- ١١- أميمة محمد عمران . دور الصحافة الحزبية في المشاركة السياسية : دراسة تطبيقية للعدد الأسبوعي من صحف الأحرار والأهالي والشعب والعربي والوفد ومايو في الفترة من ١٩٩٤ - ١٩٩٦ مع دراسة ميدانية على القراء بسوهاج. رسالة دكتوراه غير منشورة . (جامعة المنيا ، كلية الآداب ، ١٩٩٩) ص ١٩٠
- 12- Douglas Wass. Government and The Governed BBC Rieth Lectures , Rou Tledge , Kegan Poul , London ,1984. P.110
- ١٣- عبد الخبير محمود عطوة . وسائل الاتصال والتنمية السياسية في الدول النامية . رسالة ماجستير غير منشورة . (القاهرة : كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، ١٩٨٠)
- ١٤- بدرية شوقي عبد الوهاب . المشاركة السياسية للمرأة . في مجلة كلية الآداب للبحوث بسوهاج ( جامعة أسيوط ، العدد الرابع ، ١٩٨٦ )
- ١٥- سلوى محمد العوادلى . دور الاتصال في التنشئة الاجتماعية والسياسية. رسالة ماجستير غير منشورة . ( القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ١٩٩٠ )
- ١٦- محمد سيد عتران . دور الاتصال في عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية. رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ١٩٩١) .

- ١٧- خيرت معوض عدلان. دور الاتصال في التنمية السياسية . دراسة ميدانية مقارنة على قرينتين مصريتين . رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ١٩٩٢ )
- ١٨- شيماء ذو الفقار حامد. دور المادة الإخبارية في التلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، ٢٠٠٠م)
- ١٩- أميمة محمد عمران. دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي. مرجع سابق. متعدد الترقيم .
- ٢٠- أميره محمد العباسي . المشاركة السياسية للمرأة ودور الإعلام في تفعيل هذه المشاركة . في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام . جامعة القاهرة. كلية الإعلام. المجلد الثاني. العدد الاول . يناير - مارس (٢٠٠١)
- ٢١- ايناس أبو يوسف . مرجع سابق . ص ص ٨٠ ، ١٠٢ ، ١٠٥
- ٢٢- محمود منصور هيبه . دور الصحافة المصرية في دعم المشاركة السياسية : دراسة تحليلية وميدانية للانتخابات البرلمانية ٢٠٠٥م . في المؤتمر العلمي الثاني عشر لكلية الإعلام - جامعة القاهرة تحت عنوان : الإعلام وتحديث المجتمعات العربية ، الفترة من ٢-٤ مايو ٢٠٠٦ .
- 23- David kenemer. media campaign effects the inten vote , Journalism quarterly, Vol 6. No . 5 , Summer 1987.
- 24- Larry Webben and Don Flating . Media use and student know ledge of current events . Journalism Quarterly . No 48. Autum 1989, pp 72-79
- 25- Chaffes Woord and Tipton. Mass Communication and socialization . Journalism quarterly No 48, Autum 1990 .
- 26- Shi- Chyun – Fung . Representation and Gender in Mass media in the Light of Bourdieu, Capital . News Coverage of Female candidates in political campaign in Taiwan from 1979-1995. Vol 56 of discretion Abstract international 1996. P. 371.
- 27- Glenn Leshner and Michael L.Mchean, "Using T.v news for political Information During off year Elections : Effects on political knowledge and cynicism". Journalism and mass communication quarterly, vol. 74, No. 1 , Spring 1997 , pp. 69-83

- ٢٨- سمير حسين. بحوث الإعلام (دراسات في المنهج العلمي). (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥). ص ١٢٣.
- 29- Fredrich William , et al . research methods and the media . (N. y : Earth Company , 1981) P.P 143-145.
- ٣٠- لجأ الباحث في هذه الجزئية إلى المراجع الآتية :
- محمد عبد الحميد . بحوث الصحافة. ط ٢ (القاهرة : عالم الكتب، ١٩٩٧) .
- عاطف العبد. المنهج العلمي في البحوث الإعلامية. (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٨) .
- سمير حسين . تطبيقات في مناهج البحث العلمي. (القاهرة : عالم الكتب، ١٩٩١) .
- ٣١- عاطف العبد. تصميم وتنفيذ استطلاعات بحوث الرأي العام. ط ٢ (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٣) .
- ٣٢- أسماء السادة الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان هم :
- أ.د محمد معوض أستاذ الإعلام ووكيل معهد الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس ، أ. د. محمد ياسر الخواجة . أستاذ الاجتماع السياسي ورئيس قسم الاجتماع بأداب طنطا ، أ. د جمال النجار أستاذ ورئيس قسم الإعلام بكلية البنات جامعة الأزهر ، أ. د عبد الجواد بكر أستاذ علم المناهج بكلية التربية جامعة كفر الشيخ ، د. محمد على غريب أستاذ الإعلام المساعد بأداب الزقازيق ، د. عايدة السخاوي أستاذ الإعلام المساعد بأداب المنصورة ، د. وجدى شفيق أستاذ الاجتماع السياسي المساعد بأداب طنطا .
- 33- Lofland Kline . The Foundation of social research .(N.y : MCG : Rawbook Company, 1981) p.2 .
- ٣٤- محمد عبد الحميد . دراسة الجمهور في بحوث الإعلام . ط ١ ( مكة المكرمة : المكتبة الفيصلية ، ١٩٨٧ ) ص ص ٢٢٠ - ٢٢٢ .

- ٣٥- عبد العزيز مختار وآخرون . البحث في الخدمة الاجتماعية . تأليف عبد العزيز مختار ، فايز قنديل ، رياض الحمزاوي . ط ٣ (القاهرة : دن ، ١٩٩٨) ص ٢٤٣ .
- 36- Mcquail, Devis and windal, seven Communication Modle : The study of Mass communication . (London : Long man, 1981) p.237.
37. Philip palmgreen. Uses and Gratification. Atheoretical perspective. communication year book , vol8 , 1984, p. 41 .
- ٣٨- رجع الباحث في هذه الجزئية إلى :
- محمد عبد الحميد . نظريات الإعلام واتجاهات التأثير . ط ٢ (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٠) ص ص ٢٣٧ - ٢٣٩ .
- Mcquail , Devis and Windal . opcit , p. 68 .
- ٣٩- شاهيناز طلعت . وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية . ط ٣ ( القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٩٥ ) ص ١٠٩
- ٤٠ - مريم محمد سلطان . المشاركة السياسية في دول الخليج العربي . (جامعة القاهرة . مركز البحوث والدراسات السياسية ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، ١٩٩٤ ) ص ٣٩ .
- 41- wiener .m. Political Participation. (New Jersey, Princention , university press , 1981) P. 161
- ٤٢- محمد عاطف غيث وآخرون . مجالات علم الاجتماع المعاصر . (الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٢) ص ٥٢١
- ٤٣- فادى اسعد فواز. المرأة العربية ومجالات المشاركة السياسية.(بيروت:مكتبة الغندورة، ٢٠٠١) ص ١٦٣
- ٤٤- محمد توفيق عليوه . الفروق بين الجنسين في سلوك المخاطرة وعلاقته ببعض أشكال المشاركة السياسية . ( أسبوط : مكتبة الطليعة ، ١٩٩٨ ) ص ٢٨
- ٤٥- رجع الباحث في هذه الجزئية إلى :
- عبد الهادي الجوهري . أصول علم الاجتماع السياسي . ( الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٩٦ ) ص ٢٥

- أميمة محمد عمران . مرجع سابق . ص ٢٢٦
- ٤٦- ناهد رمزي . المرأة والإعلام في عالم متغير . ( القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠٤ ) ص ٢١٢ .
- ٤٧- يحيي أبو بكر ، عبد المعز محروس : نموذج دراسة استطلاعية لإذاعة محلية تلبي الاحتياجات والرغبات في بيئة محلية . في ندوة الإذاعات المحلية والتنمية الشاملة . ( القاهرة : الفترة من ٦/٣٠ - ٧/٣٠/١٩٨٠ . ص ٥٤
- ٤٨- ماجدة أحمد شفيق . المرأة المصرية والتعرض للمواد السياسية في وسائل الاتصال الجماهيري . في مجلة الفن الإذاعي ، العدد ٩٩ ، أكتوبر ١٩٨٣ . ص ٥١
- ٤٩- محمد معوض . الإنتاج الإعلامي بين النظرية والتطبيق . في مجلة الفن الإذاعي ، العدد ٩٤ ، مارس ١٩٨٢ . ص ٧١
- ٥٠- روبرت ردفيلد . المجتمع القروي وثقافته . ترجمة فاروق العدلي . ( القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٥ ) ص ٢٦
- ٥١- أميمة محمد عمران . مرجع سابق . ص ٢٣٩
- ٥٢- غريب سيد احمد . علم الاجتماع الريفي . ( الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٩١ ) متعدد الترقيم .
- ٥٣- فلورا استرا فزج . مشاركة ربة الأسرة العاملة . رسالة ماجستير غير منشورة ( القاهرة : المعهد العالي للاقتصاد المنزلي . ١٩٨٣ ) ص ١٣٤ .
- ٥٤- شاهيناز طلعت . مرجع سابق . ص ١٢