

دور الإعلام فى تشكيل الصورة الذهنية للإخوان المسلمين

" دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصرى "

د. بسنت خيرت حمزة

مدرس بكلية الآداب

جامعة قناة السويس فرع الإسماعلية

مقدمة :

يعد الاتصال هو العملية الرئيسية المسئولة عن خلق الأفكار بداية من الاتصال الذاتى، تم نقلها عن طريق أنواع الاتصال المختلفة مثل : الشخصى، المباشر بين فردين أو ثلاثة، والجمعى بين مجموعة أو أكثر فى شكله الدبلوماسى أو السياسى أو الثقافى أو التنظيمى، والجماهيرى المرتبط بالإعلام الورقى كالكتب والمجلات والصحف، والمسموع كالراديو، والمرئى كالتلفزيون والسينما

ويعد الأخير هو الاتصال الأكبر تأثيرا على متلقى الرسائل الاتصالية لقدرته على مخاطبة الآلاف من المجتمعات والملايين من الأشخاص فى نفس اللحظة. كما لم يعد يلعب الاتصال الجماهيرى دوره كوسيط ناقل للرسائل فقط، بل امتلك القدرة على ابتكار الوسائل المختلفة لصنع اتجاهات للرأى العام المحلى والعالمى على المستويات الدينية والسياسية أو تغيير المعتقدات والقيم الثقافية والاخلاقية للمجتمعات المختلفة.

وإن تلك القدرات التى امتلكها وسائل الاتصال الجماهيرى متمثلة فى الإعلام بأنواعه السابق ذكرها أصبحت تؤثر بشكل قوى فى تشكيل الوعى لكافة الفئات المجتمعية وصناعة قضايا الرأى العام. واصبحت وسائل الإعلام تلعب دورا محوريا فى تشكيل الصورة الذهنية للمواطن بقضاياها ومشكلاته الرئيسية، فما تصنعه وسائل الإعلام فى بؤرة الدلالة يتلقفه المواطن ويرسخ بذهنه وما يستبعده لا يبقى فى الذاكرة. من هنا تأتى أهمية الدراسة الراهنة للتعرف على دور الإعلام المصرى فى تشكيل الصورة الذهنية عن الإخوان المسلمين قبل ثورتى يناير ويونيو وبعدهما.

أولا : الدراسات السابقة :

مما لاشك فيه أن البحث العلمى لا يبدأ من نقطة الصفر بل هو كالبناء يترتب بعضه على بعض، لذلك تأتى التراكمية باعتبارها أحد أهم خصائص العلم، وهو ما يجعل أى بحث علمى يبدأ بفحص التراث العلمى السابق، حتى لا يبذل الباحث أو الباحثة مجهودا فى قضية قد بحثها غيره وتوصل لنفس النتائج، ومن هنا تكون نقطة البدء دائما فى أى عمل علمى هى الاطلاع على البحوث والدراسات السابقة للاستفادة منها فى صياغة مشكلة

البحث ومحاولة التركيز على قضية لم تبحث من قبل وفى إطار بحثنا الراهن عن دور الإعلام فى تشكيل الصورة الذهنية لجماعة الإخوان المسلمين فى المجتمع المصرى ولقد حاولت الباحثة الاطلاع على كافة البحوث والدراسات المتاحة والتي تقاربت من الموضوع من زاوية أو أكثر، وسوف تقتصر ولضيق المساحة على البحوث والدراسات التي لمست موضوع دراستها بطريقة أو أخرى وقد جاءت هذه الدراسات على النحو التالي:

١- دراسة محمد شعبان وهدان، صورة جماعة الإخوان المسلمين فى الصحف الإلكترونية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعى^(١):

وسعت الدراسة للتعرف على صورة جماعة الإخوان المسلمين فى الصحف الإلكترونية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعى. واعتمدت على المنهج الوصفى وإدارة الاستبيان وطبقت على ٤٠٠ مفردة من شباب الجامعات المصرية (عين شمس - الأزهر - ٦ أكتوبر - الزقازيق) بواقع ١٠٠ مفردة من كل جامعة. وتوصلت الدراسة الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الصورة الذهنية للجماعة والنوع والتعليم، وجاءت نسبة ٥٣% من أفراد العينة من الذكور يرون أن الصورة التي تعكسها الصحف الإلكترونية عن الجماعة صورة سلبية، ونسبة ٤٧% من أفراد العينة من الإناث يرون أن الصورة التي تعكسها الصحف الإلكترونية عن الجماعة صورة سلبية. وهناك فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين فى التعليم العام والدينى والخاص فى الصورة التي تعكسها الصحافة الإلكترونية عن جماعة الإخوان المسلمين وجاءت نسبة ٤٧% من أفراد العين من الذكور لديهم انطباع سلبى عام عن جماعة الإخوان المسلمين، ونسبة ٥٤% من أفراد العينة من الإناث لديهم إنطباع سلبى عام عن جماعة الإخوان المسلمين.

٢- دراسة محمد كمال غالى، دور القنوات العربية الموجهة فى تشكيل صورة الواقع العربى لدى الجمهور الأمريكى^(٢) :

وسعت الدراسة الى التعرف على الدور المنوطة به القنوات العربية الموجهة باللغات الأجنبية فى تقديم صورة الواقع العربى السياسى-الاقتصادى - الاجتماعى - الثقافى - وصورة الشعوب والدور... الخ لدى الجمهور الغربى عامة والامريكى خاصة، ورصد قياسات

مستويات ملامح القوالب النمطية السائدة عن العرب، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداة الاستبيان، وتم التطبيق على عينة قوامها ٢٠١٠ مبحوثا من الامريكيين المتواجدين بالقاهرة اثناء فترة الدراسة من مارس ٢٠١٢ حتى منتصف ٢٠١٤. هذا الى جانب عينة على المقيمين بالولايات المتحدة الامريكية لتحديد أبرز المتغيرات التى تدخل فى تشكيل صورة ذهنية للواقع العربى، وتوصلت الدراسة الى نتائج أهمها أن القنوات العربية الموجهة تلعب دورا مهما فى تشكيل صورة الواقع العربى لدى المجهور الامريكى لذلك طالب الباحث بضرورة زيادة هذه القنوات الموجهة.

٣- دراسة سمر عز الدين جلال، أطر معالجة الصحف المصرية والامريكية للاحتجاجات وتأثيرها على صورة النشاط المصريين^(٣)

وسعت الدراسة الى التعرف على الأطر الاعلامية لتغطية كل من الصحف المصرية والامريكية للاحتجاجات السياسية والاجتماعية وتحديد ابعاد العلاقة بين الأطر الاعلامية وصورة النشاط السياسيين لدى المبحوثين عينة الدراسة واستهدفت الدراسة التعرف على صورة النشاط المصريين لدى قراء الصحف المصرية والأجنبية وتأثير معدلات التعرض على تشكيل تلك الصور. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي واعتمدت على استمارة تحليل المضمون وذلك بهدف تحليل المواد الاعلامية بصفح الدراسة، وتوصلت الدراسة الى نتائج تؤكد أن الصورة الذهنية للحركات والأحزاب السياسية فى الصحف المصرية مجتمعة تقدم حركة ٦ أبريل والاشتراكيين الثوريين على باقى القوى الثورية، فى حين أن الصحف الأمريكية تقدمت فيها جماعة الإخوان المسلمين فى حين أن الصحف الامريكية تقدمت فيها جماعة الإخوان المسلمين ثم السلفيين ثم جبهة الانقاذ. كما إتضح أن الصحف الخاصة والحزبية كانت منحازة للنشاط بينما كانت الصحف القومية متوازنة فى عرض صورة النشاط

٤- دراسة حسن صابر عبد العظيم، الدراما التليفزيونية وتأثيرها فى تشكيل الصورة الذهنية للداعية الاسلامى فى المجتمع المصرى^(٤)

وسعت الدراسة للتعرف على تأثير الدراما التليفزيونية فى تشكيل الصورة الذهنية للداعية الاسلامى فى المجتمع المصرى من خلال دراما رمضان ٢٠١٣، واستخدم الباحث

المنهج الوصفي من خلال المسح الاعلامي بشقيه التحليلي والميداني، وقام الباحث بتحليل مضمون ثلاث مسلسلات مرتبطة بشخصية الداعية الاسلامي قوامها ٩٠ حلقة، بالاضافة الى استمارة استبيان تم تطبيقها على عينة قوامها ٥٠٠ شخص، وكانت أبرز النتائج أن ما تقدمه الدراسات التليفزيونية من صورة الداعية يكون لها تأثير في تشكيل الصورة الذهنية له بين جمهوره المشاهدين

٥- دراسة محمود إبراهيم الدسوقي، صورة جهاز الشرطة عقب ثورة يناير ٢٠١١ وآليات تحسينها^(٥)

وتناولت الدراسة الصورة الذهنية للشرطة عقب ثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو حيث يرى الباحث ان الصورة الذهنية أحد العوامل المؤثرة على نجاح أو فشل أى منظمة وبالتالي فهي جزء لا يتجزأ من عناصر المنظومة الأمنية.

واستخدم الباحث المنهج الوصفي من خلال المسح الاعلامي بالتطبيق على عينة من الجمهور باستخدام اداة الاستبان، وتوصلت الدراسة الى أن الصورة الذهنية لجهاز الشرطة سواء من خلال الاتصال الشخص المباشر أو من خلال وسائل الاتصال الجماهيرى والسمات الشخصية لرجال الشرطة تلعب دورا مؤثرا سواء سلبا أو ايجابا لدى الجماهير.

٦- دراسة أسماء أحمد جودة، انعكاس التمويل الأجنبي على الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني^(٦)

تناولت الدراسة موضوع انعكاس التمويل الاجنبى على الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني بالتطبيق على عينة من المثقفين المصريين، وتندرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، التى استخدمت المسح الاجتماعى بالعينة، واعتمدت على أداة الاستبيان فى جمع المادة الميدانية، وتوصلت الى أن التمويل الاجنبى الذى تتلقاه منظمات المجتمع المدني يجعل الصورة الذهنية لهذه المنظمات سلبية لدى الجمهور المصرى، ولا يختلف من ذلك الجمهور العادة عن جمهور المثقفين وإن كان المثقف قد لا تكون لديه نفس الحساسية التى تكون لدى الجمهور العادى، ولكن فى الفترة الأخيرة تركت عملية التمويل صورة ذهنية سلبية حول منظمات المجتمع المدني فى مصر لدى جموع المصريين.

٧- دراسة علاء محمد حسن، صورة مصر فى مواقع الصحف العربية المحلية والدولية على شبكة الانترنت^(٧)

وسعت الدراسة للتعرف على صورة مصر كما تعكسها الصحف العربية المحلية والدولية على شبكة الانترنت من خلال دراسة تحليلية لبعض المواقع والصحف العربية التى تثبت عبر الانترنت، وتوصلت الدراسة الى أن صورة مصر تختلف وفقا لعلاقات مصر مع الدولة العربية صاحبة الصحيفة وموقعها عبر الانترنت، فاذا كانت العلاقة طيبة كانت الصورة المعكوسة ايجابية والعكس صحيح فالصورة تكون سلبية إذا كانت علاقة مصر متوترة مع هذه الدولة العربية صاحبة الصحيفة

٨- دراسة نسمة عبد الله مطاوع، تأثير مواقع التواصل الاجتماعى على تشكيل اتجاهات الشباب الجامعى نحو الأحزاب الاسلامية بعد ثورة ٢٥ يناير^(٨)

وسعت الدراسة الى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعى على تشكيل اتجاهات الشباب الجامعى نحو الأحزاب الاسلامية بعد ثورة ٢٥ يناير، وتنتمى الدراسة الى حقل الدراسات الوصفية التى استخدمت المسح الاعلامى وتم الاستعانة باداة الاستبيان لجمع المادة من المبحوثين بالتطبيق على عينة عشوائية من الشباب الجامعى مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعى وكان قوامها ٤٠٠ مفردة بحثية.

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها أن معلومات الشباب حول حزب الحرية والعدالة الذراع السياسى لجماعة الإخوان المسلمين وحزب النور الذراع السياسى للتيار السلفى جاءت عبر موقع الفيس بوك، وهذا الى جانب أن معلومات الشباب المتعلقة بالأحزاب السياسية الاسلامية كانت تأتي دائما من خلال مواقع التواصل الاجتماعى وأكدت عينة الدراسة أن اتجاهاتهم تجاه هذه الأحزاب الاسلامية محايدة

٩- دراسة أيمن محمد اسماعيل، دور اللجان الاعلامية بالأحزاب السياسية فى ادارة حملات الانتخابات الرئاسية^(٩):

وسعت الدراسة للتعرف على دور المكاتب واللجان الاعلامية بالأحزاب السياسية المشاركة بمرشح فى الانتخابات الرئاسية ٢٠١٢، وتدرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التى استخدمت المسح الاعلامى واعتمدت على استمارة الاستبيان لجمع البيانات

بالإضافة الى اداة المقابلة، وكانت عينة الدراسة ٤٠٠ مفردة بحثية من محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية والشرقية وبنى سويف بالإضافة الى مقابلات متعمقة مع قيادات اللجان الاعلامية بالأحزاب السياسية المشاركة فى الانتخابات الرئاسية ٢٠١٢. وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج منها : أن الأحزاب السياسية التى خاضت الانتخابات غير معروفة لدى الجمهور باستثناء حزب الحرية والعدالة ورغم أن حزب التجمع هو حزب عريق وقديم إلا أنه لم يكن معروف لدى عينة الدراسة ونفس الشئ بالنسب للمرشحين. تأكيد كذلك أن الأحزاب السياسية المشاركة فى الانتخابات الرئاسية فقيرة سياسيا وماليا وهذا يؤثر على دور اللجان الاعلامية. جاء الخطاب الدينى أكثر تأثيرا على المواطنين لأنه يعتمد على المساجد المنتشرة فى كل الجمهورية. تفتقر اللجان الاعلامية للأحزاب المشاركة للكوادر الاعلامية التى يمكن أن تدير الحملة الاعلامية. اللجان الاعلامية المشاركة باستثناء حزب الحرية والعدالة ليس لها خطة استراتيجية للتعامل مع الحملات المضادة.

١٠- دراسة سحر أحمد غريب، علاقة التحول فى الدور السياسى باساليب تاخير جماعة الإخوان المسلمين والسلفيين فى الصحف الالكترونية المصرية^(١٠):

هدفت الدراسة الى تحديد علاقة التحول فى الدور السياسى لجماعة الإخوان المسلمين والسلفيين بأطر وأساليب تأخيرهم فى مواقع الصحف الالكترونية المصرية وذلك فى الفترة من ٢٠١٠ وحتى ٢٠١٣ والتي تتيح دراسة الأدوار المختلفة للجماعتين السابقتين فى سياقات مختلفة، بداية من المعارضة اثناء حكم الرئيس الأسبق حسنى مبارك وحتى الوصول للسلطة ثم الخروج منها بعد ٣٠ يونيو اعتمدت الدراسة على المنهج المسحى المقارن من خلال مسح المواد الأخبارية الخاصة بجماعة الإخوان المسلمين والسلفيين حيث اعتمدت الدراسة على تحليل المحتوى الكمي والكيفى لعينة عشوائية مكونة من ١١١٥ مفردة من مواقع الصحف الالكترونية القومية والخاصة والحزبية

وتوصلت الدراسة الى أن موقع الوفد كان أكثر المواقع تناولا لجماعة الإخوان المسلمين والسلفيين تلاه موقع المصرى اليوم ثم الأهرام. كانت فترة حكم الإخوان المسلمين هى أكثر مرحلة تم فيها تغطية أخبار الجماعة والسلفيين معا. اثبتت الدراسة وجود علاقة بين

التحول فى الدور السياسى وبين الأطر المستخدمة لتقديم كل من جماعة الإخوان المسلمين والسلفيين، كما أثبتت وجود علاقة بين نمط الملكية للموقع ونوع الأطر المستخدمة لتقديم الفصيلين السياسيين السابقين

١١- دراسة زينب محمد حامد، صورة الاسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الانترنت^(١١):

وسعت الدراسة الى التعرف على صورة الاسلام كما تعكسها المواقع العربية واعتمدت الباحثة على دراسة تحليلية لثلاثة مواقع هى اسلام أون لاين وإخوان أون لاين ودليل الشيعة وهى ثلاثة مواقع عربية على شبكة الانترنت حيث تم تحليل مضمون المادة، هذا بالإضافة الى دراسة ميدانية حيث تم تحليل مضمون المادة، هذا بالإضافة الى دراسة ميدانية من خلال مسح اعلامى على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن صورة الاسلام والمسلمين قد برزت من خلال القضايا الثقافية والفكرية التى عالجتها تلك المواقع وكانت فكرة الاسلام والمسلمين هى الفكرة المحورية التى سيطرت على جميع القضايا الاسلامية التى عالجتها تلك المواقع حيث سيطر الاطار الاخلاقى على معالجة القضايا التى تتناول صورة الاسلام والمسلمين

١٢- دراسة ابراهيم حسن المرسي، دور الصحف فى تشكيل الصورة الذهنية لقضايا الاقتصاد المصرى^(١٢):

واستهدفت الدراسة التعرف على دور الصحف فى تشكيل الصورة الذهنية لقضايا الاقتصاد المصرى لدى الشباب الجامعى من خلال معرفة مدى متابعتهم لقضايا الاقتصاد بالصحف المصرية والتعرف على اعتمادهم عليها كمصدر للحصول على المعلومات حول الاقتصاد المصرى. واستخدمت الدراسة المسح الاعلامى بشقيه الميدانى والتحليلى من خلال صحف الأهرام والوفد والمصرى اليوم، واعتمدت على عينة عشوائية من طلاب الجامعات قوامها ٤٠٠ مفردة. وتوصلت الدراسة الى ضعف المعالجة الصحفية لقضايا الاقتصاد المصرى، وعدم وجود توازن فى التغطية الصحفية حيث جاءت الصورة الاعلامية لقضايا الاقتصاد المصرى سلبية حيث بلغت نحو ٣٨% مقابل الصورة الايجابية التى بلغت ٣.٢%

١٣- دراسة John Gelineau، التهديد والفرصة السياسية ونمو جماعة الإخوان المسلمين المصرية^(١٣):

واستهدفت التعرف على دور الإخوان المسلمين فى السياسة المصرية المعاصرة، وتشكيل الجماعة وتنمى حركتها وعمليات التهديد والقمع التى تعرضت لها والنظرة اليها باعتبارها جماعة متطرفة عنيفة، وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها : أن استخدام القمع ضد الإخوان المسلمين أدى الى انشقاق بعض عناصر الجماعة وتشكيل جماعات متطرفة مثل التكفير والهجرة والجهاد والجماعة الاسلامية

١٤- دراسة Talaat Pasha، الإسلاميون فى العناوين : تحليل خطاب الإخوان المسلمين فى الصحف المصرية^(١٤):

واستهدفت الدراسة التعرف على أسباب نمو جماعة الإخوان المسلمين وذلك من خلال تحليل صحيفة الأهرام المصرية، وما تعكسه من معلومات عن الإخوان وعقيدتهم الفكرية وعلاقتهم بالأنظمة الحاكمة وذلك من خلال تحليل مضمون التقارير الإخبارية وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها: أن الأنظمة الحاكمة المصرية تمارس استراتيجية ثابتة ومنظمة لاقضاء الإخوان المسلمين وقد تم تنفيذ ذلك من خلال استخدام القوة المحصنة ممثلة فى (الاعتقالات - السجن - المحاكم العسكرية) ومن خلال القوة الناعمة ممثلة فى التمثيل السلبي فى وسائل الإعلام.

١٥- دراسة Daher Soumia، فهم الحشد الاسلامى ومكافحة الدعاية، دراسة ايدولوجية خطاب الإخوان المسلمين^(١٥):

سعت الدراسة الى معالجة مشكلتين تواجه معظم المنظمات الاسلامية وهى الخلط بين الاسلام والتطرف من قبل دعاة السياسة الاستبدادية، والنضال ضد الكيانات السياسية المشروعة فى الحياة فى الحياة السياسية الاستبدادية. واعتمدت الباحثة على دراسة حالة لأيدولوجية خطاب الإخوان المسلمين فى مصر عبر موقع إخوان أون لاين. وتوصلت الى نتيجة أساسية وهى أنه ومن خلال تحليل خطاب الإخوان المسلمين عد الثقة فى نظام مبارك

والحكومات الاستبدادية والتزام الإخوان فى خطاباتهم باحترام الرأى الآخر على الرغم من اختلاف وجهات النظر والرؤى مع الآخرين وكان ذلك بالطبع قبل وصولهم للسلطة.

ومن خلال العرض السابق للدراسات السابقة التى اقتربت بشكل أو بآخر من موضوع الدراسة الراهنة ويمكن استخلاص بعض الملاحظات على النحو التالى :

١. يلاحظ على الدراسات السابقة أن أغلبها قد دار حول الصورة الذهنية وكيفية تشكيلها بواسطة وسائل الاعلام المختلفة لكنها كانت لقضايا وموضوعات بعيدة عن الإخوان المسلمين باستثناء دراسة واحدة عن صورة الجماعة الذهنية لدى الشباب الجامعى عبر الصحف الالكترونية وهى الدراسة التى تقترب الى حد كبير من موضوع الدراسة الراهنة

٢. انحصرت الدراسات السابقة اما فى مجال الإعلام وهى الأغلبية أو فى علم الاجتماع، وكانت أغلبها رسائل ماجستير والقليل رسائل دكتوراه

٣. استخدمت غالبية الدراسات المنهج الوصفى بشقيه التحليلى والميدانى، فاما تحليل للمادة الرمزية الموجودة على وسائل الاعلام المختلفة عبر تحليل المضمون، أو استخدام المسح الاعلامى لعينة من البشر عبر أداة الاستبيان غالبا

٤. تنوعت الأطر النظرية المستخدمة فى الدراسات السابقة وفقا لموضوع الدراسة

٥. اكدت غالبية الدراسات عن وجود علاقة بين وسائل الاعلام المختلفة وتكوين الصورة الذهنية للمواطن حول القضية المستهدفة باعتبار وسائل الاعلام أحد أدوات تشكيل الوعى للمواطنين

٦. يلاحظ على الدراسات التى كتبت بلغة أجنبية سواء كانت لمصريين أو لأجانب أنها استخدمت نفس الأطر النظرية والمنهجية التى صارت وفقا لها الدراسات العربية

ومن خلال هذه الملاحظات ترى الباحثة أنه على الرغم من تنوع الدراسات إلا أن أيا منها لم يسعى لمحاولة رصد دور الاعلام المصرى فى تشكيل الصورة الذهنية للإخوان المسلمين، خاصة بعد ثورتى ٢٥ يناير، ٣٠ يونيو لذلك تسعى الدراسة الراهنة للكشف عن هذا الدور الذى لعبه الاعلام فى تشكيل الصورة الذهنية للجمهور المصرى عن الإخوان المسلمين قبل الثورتين وبعدهما

ثانيا : مشكلة الدراسة وتساؤلاتها :

تتبلور مشكلة الدراسة الراهنة فى التعرف على دور الاعلام فى تشكيل الصورة الذهنية للإخوان المسلمين.

من خلال استطلاع رأى عينة من الجمهور المصرى، حيث لعبت وسائل الاعلام المصرية المختلفة دورا محددة فى رسم صورة للإخوان المسلمين فى ذهنية المواطن المصرى عبر ما تثبته عنها من أخبار لذلك تحاول الباحثة أن تطرح القضية للبحث السوسيولوجى للتعرف على هذه الصورة الذهنية عبر مجموعة من التساؤلات على النحو التالى:

١. ما هى الصورة التى عكسها وسائل الاعلام عن الإخوان المسلمين قبل ثورة ٢٥ يناير ؟
٢. ما هى الصورة التى عكستها وسائل الاعلام عن الإخوان المسلمين بعد ثورة ٢٥ يناير ؟
٣. ما هى الصورة التى عكستها وسائل الاعلام عن الإخوان المسلمين بعد ثورة ٣٠ يونيو ؟
٤. هل استطاعت وسائل الاعلام أن تشكل صورة ذهنية للإخوان المسلمين فى المجتمع المصرى ؟
٥. ما هو تأثير الصورة التى شكلها الاعلام عن الإخوان المسلمين فى موقف المجتمع المصرى من الجماعة ؟

ثالثا : مفاهيم الدراسة

١. الصورة الذهنية :

وهى الأفكار والمعتقدات والأحاسيس التى تتكون فى العقل والوجدان لدى الجماهير تجاه قضية أو منظمة أو فكرة أو شخص.

وهى تتبادر الى الذهن عند ذكر اسمها لتعطى فكرة معينة أو مفهوما عاما عنها وقد يكون طيبا أو سيئا، تتكون هذه الصورة مما يستقيه الفرد من وسائل الاعلام وما اكتسبه من معارف ومعلومات وخبرات حول هذه القضايا أو الأفكار أو المنظمات(١٦).

وتعرفها الباحثة إجرائيا على انها الانطباع الذى تكون لدى الجمهور المصرى عن جماعة الإخوان المسلمين بعد متابعتهم لوسائل الاعلام المصرية

٢. جماعة الإخوان المسلمين:

وهى جماعة اسلامية اصلاحية شاملة اسسها حسن البنا فى مصر عام ١٩٢٨ كحركة اسلامية تهدف الى الاصلاح السياسى والاقتصادى والاجتماعى من منظور اسلامى شامل، حيث تقوم على لائحة وقوانين تنظم عمل الجماعة من أول منصب المرشد الى مكتب الارشاد الى عضوية الأعضاء فيها، ومؤخرا أنشئت حزبا خاص بها وهو حزب الحرية والعدالة، استطاعت الجماعة أن تصل الى السلطة، لكنها أثبتت أنها ليست جماعة اصلاحية كما كانت تدعى، فالعنف وممارسته كان جزء من منهج الجماعة وممارساتها عبر تاريخها الطويل، لذلك خرج عليها الشعب المصرى فى ثورة ٣٠ يونيو واطاح بها من السلطة، وصنعت أخيرا على أنها جماعة إرهابية(١٧).

وتعرفها الباحثة اجرائيا على أنها الجماعة التى تأسست على أنها جماعة دعوية لكن انحرفت بدورها الى العمل السياسى ثم انحرفت مرة اخرى بهذا الدور الى العمل العنيف والارهابى الذى يسعى الى تدمير المجتمع المصرى.

رابعا : الإطار النظرى للدراسة:

وجدت الباحثة أن نظرية الغرس الثقافى هى النظرية الأنسب لطبيعة موضوع الدراسة حيث أنها تفسر تأثيرات التعرض المكثف للاعلام باعتبار الاعلام احد مصادر المعلومات الأكثر تأثيرا على الجمهور المصرى، مما يوتر بدورة على الصورة الذهنية المتكونة والتى تفسر إدراك الجمهور للواقع الاجتماعى والسياسى ما تعرضة وسائل الاعلام وتفسر أيضا إدراك الجمهور للصورة الذهنية للاخوان المسلمين.

لقد كانت البدايات الأولى لظهور هذه النظرية كاحد نظريات التأثير المعتدل إلى جورج جربنر George Gerbner والتي جاءت كنتائج لمشروع الأبحاث الذى أعلنته عام ١٩٦٨ بعنوان :

المؤشرات الثقافية لتوثيق الاتجاهات في المحتوى التلفزيونى والذى كان يهدف من خلاله لمعرفة التغيرات التى يسببها التلفزيون فى تصورات المشاهدين للعالم (١٨). ولقد قام بتطويرها عام ١٩٨٠ حيث قال: إن التلفزيون يعتبر قوة مهيمنة فى تشكيل المجتمع الحديث، وكانت هذه الأفكار نتيجة الجهود التى قام بها هو ومجموعة من الباحثين فى بحث تأثيرات التلفزيون على المجتمع الأمريكى عندما احتاجت الولايات المتحدة موجة العنف والاضطرابات والجرائم والاعتقالات فى نهاية الستينيات، وربط الناس العاديين بين ارتفاع معدلات الجريمة والعنف والتغير فى القيم التى حدثت فى هذه الفترة وبين انتشار التلفزيون فى الخمسينات والستينيات (١٩).

ويعد الهدف الرئيسى من النظرية كما وضعت جرينر هو البحث فى تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية للمجتمعات (٢٠)، وينظر جرينر إلى الثقافة باعتبارها مجموع الفنون والعلوم والديانات والموسيقى والمهارات والقوانين والصور الذهنية ويقوم الأفراد بتكوين بناء رمزي "Symbolic Structure" قوامه الصور الذهنية التى تؤدي إلى تعميمات عن البيئة الإنسانية التى يعيش فيها الأفراد (٢١).

كما تهدف النظرية التعرف على تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور حول قدرتهم على إدراك واقعهم الذى يعيشونه بشكل يتناسب مع الصورة الذهنية التى تنقلها وسائل الإعلام لهم وكذلك التمييز بين التأثيرات بناءً على تصنيف الجمهور حسب تعرضه للوسيلة لنوعين هما الجمهور كثيفة التعرض الذى يختلف فى إدراكه للواقع الاجتماعى عن النوع الثانى وهو الجمهور قليل التعرض (٢٢)

ولقد قامت الباحثة باستخدام هذه النظرية وتوظيفها، يتضح لنا أن دراسات الغرس تعتمد على متغيرين أساسيين، هما المتغير المستقل متمثلاً فى التعرض لوسائل الاعلام. أما المتغير التابع فهو تأثيرات هذا التعرض على اعتقادات وأفكار واتجاهات الباحثين نحو القضية وبتطبيق هذا على الدراسة الراهنة يتمثل المتغير المستقل فى تعرض الجمهور المصرى للاعلام ومايقدمه من موضوعات وقضايا عن الاخوان المسلمين.

أما المتغير التابع فهو الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور المصرى عن الإخوان المسلمين التى سيتم التعرف عليها عن طريق نتائج استمارات الاستبيان

خامسا : الإجراءات المنهجية للدراسة :

تستخدم الدراسة منهج المسح الاجتماعى بالعينة الذى يعتبر من أفضل وأكثر المناهج استخداما فى مجال الدراسات الإعلامية وخاصة البحوث الوصفية لأنها تستطيع وصف الظاهرة المدروسة كما هى بظروفها (٢٣) .

ولقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعى بالعينة للكشف عن دور الاعلام فى تشكيل الصورة الذهنية لجماعة الإخوان المسلمين بالتطبيق على عينة من الجمهور المصرى.

كما استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة لعمل مسح على عينة عشوائية من الجمهور المصرى بمحافظة القاهرة والسويس لمعرفة أهم الصور الذهنية المتكونة لدى الجمهور عن جماعة الإخوان المسلمين ومعرفة رأى الجمهور الذى يتعرض لوسائل الاعلام وتتشكل عبر متابعته صورة ذهنية عن جماعة الإخوان المسلمين سواء بالإيجاب أو السلب

واستخدمت الباحثة أداة المقابلة المقننة باعتبارها أحد الأدوات المناسبة للمسح الاجتماعى الذى تتنوع فيه عينة الجمهور من حيث المستويات التعليمية المختلفة، وقد اشتملت استمارة المقابلة على عدة بنود تغطى تساؤلات الدراسة على النحو التالى :

١. البيانات الأساسية
٢. الصورة الذهنية التى شكلها الاعلام عن الإخوان المسلمين قبل ثورة ٢٥ يناير
٣. الصورة الذهنية التى شكلها الاعلام عن الإخوان المسلمين بعد ثورة ٢٥ يناير
٤. الصورة الذهنية التى شكلها الاعلام عن الإخوان المسلمين بعد ثورة ٣٠ يونيو
٥. الصورة الذهنية التى شكلها الاعلام عن الإخوان المسلمين فى المجتمع المصرى
٦. تأثير الصورة التى شكلها الاعلام عن الإخوان المسلمين على موقف المجتمع المصرى من الجماعة

وقد قامت الباحثة بتحكيم الاستمارة بواسطة مجموعة من الأساتذة فى علم الاجتماع والاعلام قبل تطبيقها على عينة الدراسة وإجراء اختبارات الصدق والثبات

وقد قامت الباحثة بسحب عينة عشوائية من الجمهور المصرى بمحافظة القاهرة والسويس، واعتمدت الباحثة على أسلوب كرة الثلج للوصول للعدد المطلوب، حيث أخترت ٢٠٠ مفردة بحثية من كل محافظة باجمالى ٤٠٠ مفردة بحثية للدراسة كلها

وقد استهدفت الباحثة مدينتى القاهرة والسويس باعتبار الأولى هى العاصمة التى تشهد كل التفاعلات السياسية والثانية أحد المدن الصغيرة التى تتميز بدور سياسى كبير لجمهورها. وبذلك يكون المجال الجغرافى للدراسة هو محافظتى القاهرة والسويس.

أما المجال البشرى فقد تضمن الجمهور المصرى الذى يتعرض لوسائل الاعلام وتتشكل عبر متابعته صورة ذهنية عن جماعة الإخوان المسلمين سواء بالايجاب أو السلب

وجاء المجال الزمنى ليستغرق أربعة اشهر موزعة على النحو التالى:

١. شهرين لإعداد خطة الدراسة وجمع المادة النظرية وتحليلها

٢. شهر لجمع المادة الميدانية ومعالجتها إحصائياً

٣. شهر لتحليل النتائج وتفسيرها وكتابة التقرير النهائى للبحث

سادسا : عرض نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

١. جاءت الخصائص الاجتماعية لعينة الدراسة على النحو التالى :

أ- خصائص المبحوثين من حيث السن جاءت نسبة ٢٦% منهم فى المرحلة العمرية من ٣٠ الى ٣٩ عاما، يليها نسبة ٢٠% أل من عشرين عام، ثم نسبة ١٨% فى المرحلة العمرية من ٤٠ الى ٤٩ عاما، ثم نسبة ١٦% فى المرحلة العمرية من ٢٠ الى ٢٩ عاما، ثم ٩% للمرحلة العمرية ٦٠ عام فاكتر وتأتى هذه النتائج متفقة الى حد كبير مع طبيعة المجتمع المصرى وتركيبته الثابتة التى يغلب عليها الشباب، وما يقرب من ٣٠% فى مرحلة النضوج قبل الستون عاما، وأقل من ١٠% فى المرحلة العمرية أكثر من ستون عاما، لذلك تعتقد الباحثة أن هذه العينة ستكون ممثلة للمجتمع المصرى من حيث تركيبها العمرية.

ب- وفيما يتعلق بخصائص المبحوثين من حيث النوع الاجتماعى، فقد جاءت نسبة ٥٩% من الذكور، مقابل نسبة ٤١% من الإناث، وتعكس هذه النتيجة حرص الباحثة على تمثّل متوازن الى حد ما داخل العينة سواء للذكور أو الإناث، ذلك لأن تشكيل الصورة الذهنية عبر وسائل الاعلام لا تفرق بين الذكور والإناث.

ج- أما بالنسبة لخصائص العينة من حيث المستوى التعليمى فقد جاءت نسبة ٣١% من الحاصلين على تعليم متوسط، يليها نسبة ٢٨% من الحاصلين على تعليم جامعى، ثم نسبة ٩% من الحاصلين على تعليم فوق متوسط، ثم نسبة ٨,٥% للحاصلين على تعليم ابتدائى ثم نسبة ٧,٥% للحاصلين على تعليم اعدادى، ومثلها للأميين الذين لم ينالوا أى قسط من التعليم، ثم نسبة ٦,٥% لمن يقرأون ويكتبون، وأخيرا نسبة ٢% للحاصلين على تعليم فوق جامعى (دراسات عليا). ويلاحظ من هذه النتائج غلبة المتعلمين على عينة الدراسة فمن حصلوا على تعليم متوسط فيما فوق وصلت نسبتهم الى ٧٠% وهو ما يمكن أن يعطى مؤشر على ارتفاع نسبة الوعى داخل عينة الدراسة، وبالتالي لن تكون الصورة الذهنية التى ترسمها وسائل الاعلام لها تأثير كبير عليهم إذا كانت غير حقيقية أو مزيفة للوعى.

د- وفيما يتعلق بخصائص المبحوثين من حيث المهنة فقد جاءت نسبة ٣,٥% من الطلاب، يليها نسبة ٢١% من المهنيين، ثم نسبة ١٨,٥% من الحرفيين، ثم نسبة ١٤% من أصحاب المشروعات الحرة، ثم نسبة ١٠% من المتعطلين عن العمل، وأخيرا نسبة ٦% من ربات البيوت. وتشير هذه النتائج الى غلبة الطلاب نظرا للطبيعة الشابة للعينة، يليها المهنيون وهى نسبة تتفق مع ارتفاع نسبة التعليم داخل العينة والحرفيون وأصحاب المشروعات الحرة يقترحون من ثلث العينة، فى حين جاءت نسبة المتعطلين عن العمل مع ربات البيوت هى أقل النسب، وهو ما يعنى أن الغلبة داخل العينة لمن يعملون

هـ- وفيما يتعلق بخصائص المبحوثين من حيث محل اقامتهم فقد جاءت نسبة ٥٠% من سكان القاهرة، مقابل ٥٠% من سكان محافظة السويس. وهى نتيجة متعمدة

- حرصت عليها الباحثة حتى يكون هناك تنوع في المجال الجغرافي لعينة الدراسة مما يمكن أن يبرز نتائج مختلفة وفقا لمتغيرات البيئة الثقافية لكل محافظة
٢. وبالنسبة لمتابعة المبحوثين لوسائل الاعلام فقد جاءت نسبة ١٠٠% من العينة تؤكد على متابعتها لوسائل الاعلام وهو ما يؤكد مدى تأثير وسائل الاعلام الحديثة على المواطنين فلا يوجد مواطن تقريبا لا يتابع وسيلة أو أكثر من وسائل الاعلام سواء كان الاعلام القديم مكتوب او مسموع او مرئي (صحف - إذاعة - تليفزيون) أو الاعلام الجديد المتمثل في المواقع والصحف الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي تتوقع الباحثة أن تلعب هذه الوسائل دورا في تشكيل وعي المواطن وبالتالي تشكيل صورة ذهنية عن جماعة الإخوان المسلمين كأحد أبرز القوى السياسية على الساحة المجتمعية
٣. وفيما يتعلق من أين يستمد المبحوثين معلوماتهم عن جماعة الإخوان المسلمين فقد جاءت نتائج الدراسة تؤكد أن نسبة ٨٩,٥% يحصلون على معلوماتهم عن الإخوان المسلمين بواسطة وسائل الاعلام المختلفة، مقابل نسبة ١٠,٥% أكدوا على أهم يحصلون على معلوماتهم عن الإخوان المسلمين عبر الاتصال الشخصي المباشر. وهو ما يعني أن غالبية مفردات العينة تحصل على معلوماتها عن الإخوان عبر وسائل الاعلام وهو مؤشر ايجابي عن تكوين صورة ذهنية عنهم عبر وسائل الاعلام
٤. وبالنسبة لرأى العينة في الصورة التي رسمها الاعلام للإخوان المسلمين قبل ثورة ٢٥ يناير فقد جاءت نتائج الدراسة تؤكد أن ٩١% يرون أنها كانت تقدمهم على أنهم جماعة محظورة يليها نسبة ٦% يرون أنها كانت تقدمهم على أنهم جزء من الحياة السياسية المصرية، واخيرا نسبة ٣% يرون أنها كانت تقدمهم على أنهم جماعة ارهابية وهو ما يعني أن وسائل الاعلام كانت تحاول أن تتوافق مع ما تطرحه الدولة والنظام السياسي الذي كان يعتبر الإخوان المسلمين جماعة محظورة، لذلك سعت وسائل الاعلام الى تشكيل صورة ذهنية عن الجماعة باعتبارها جماعة محظورة ومنبوذة ومطاردة من قبل السلطات الحكومية.
٥. وفيما يتعلق برأى المبحوثين في الصورة التي رسمها الاعلام لجماعة الإخوان المسلمين بعد ثورة ٢٥ يناير، فقد جاءت النتائج تؤكد أن نسبة ٧٦% قدمتهم على أنهم جماعة

سياسية مثلها مثل باقى القوى السياسية الموجودة على الساحة السياسية المصرية، يليها نسبة ٢٠% يرون أنها قدمتهم على أنهم المنقذ لمصر، واخيرا نسبة ٤% يرون أنها قدمتهم على أنهم جماعة دينية تريد تطبيق شرع الله. وتعتبر النتائج عن التحولات التى اصابت السلطة السياسية الحاكمة فى المرحلة الانتقالية وهى المجلس العسكرى تجاه جماعة الإخوان المسلمين مما إنعكس على الصورة الذهنية التى حاوت وسائل الاعلام رسمها باعتبار جماعة الإخوان أحد الفضائل السياسية التى شاركت فى الثورة على مبارك ونظامه ومن حقها المشاركة الطبيعية والعلانية فى الحياة السياسية المصرية، وهذه الصورة الذهنية لم تتوقف عند ذلك بل اتجهت بعض وسائل الاعلام الى اعتبارها الجماعة المتقدمة والبعض الآخر أنها جاءت لتقييم العدل بتطبيق الشريعة الاسلامية، لذلك تغيرت الصورة الذهنية مما إنعكس على نتائج الانتخابات البرلمانية والرئاسية التى حصلت فيها الجماعة المقاعد بسهولة شديدة.

٦. وبالنسبة لرأى المبحوثين فى الصورة التى رسمها الاعلام لجماعة الإخوان المسلمين بعد ثورة ٣٠ يونيو، فقد جاءت نتائج الدراسة لتؤكد أن ٩١% يرون ان الإعلام يقدمهم على أنهم جماعة إرهابية، يليها نسبة ٥% يرون أن الإعلام يقدمهم باعتبارهم جماعة دينية متطرفة، وأخيرا نسبة ٤% يرون أن الاعلام يقدمهم على انهم جماعة سياسية فاشلة. وبالطبع تتماشى الصورة التى يقدمها الاعلام مع موقف الدولة سلطة وشعبا بعد ثورة ٣٠ يونيو، حيث مارست الجماعة العنف، وهددت بالإرهاب مما جعل الإعلام يسعى لتشكيل صورة ذهنية جديدة عن الجماعة يغلب عليها أنها جماعة إرهابية ومتطرفة وفاضلة.

٧. وبالنسبة لوجهة نظر المبحوثين فى حقيقة الصورة التى قدمها الاعلام لجماعة الإخوان المسلمين، فد جاءت النتائج لتشير الى أن نسبة ٨٠% يرون أنها جماعة إرهابية، يليها نسبة ١٠% يرون أنها جماعة دينية متطرفة، ثم نسبة ٦٠% يرون أنها جماعة سياسية تنتستر بالدين، وأخيرا نسبة ٤% يرون أنها جماعة سياسية فاشلة. وتعتبر هذه النتائج عن شبة تطابق بين الصورة التى رسمها الاعلام للجماعة وموقف المبحوثين الذين يعتبرونه

- حقيقى للجماعة، وهو ما يعنى نجاح الاعلام فى رسم صورة ذهنية أقرب للواقع من وجهة نظر المبحوثين لجماعة الإخوان المسلمين.
٨. وفيما يتعلق بموقف المبحوثين من الصورة التى رسمها الإعلام لجماعة الإخوان المسلمين، فقد جاءت النتائج لتؤكد أن نسبة ٩١% يرون أن الإعلام رسم الصورة الحقيقية والصحيحة لجماعة الإخوان المسلمين، مقابل ٩% أكدوا أن الإعلام قد رسم الى حد ما الصورة الحقيقية أو هو ما يعنى اجماع عينة الدراسة على دور الاعلام فى تشكيل الصورة الذهنية الحقيقية عن جماعة الإخوان المسلمين
٩. وبالنسبة لموقف المبحوثين من الصورة التى رسمتها وسائل الاعلام عن الإخوان المسلمين وهل أثرت على موقف المجتمع المصرى من الجماعة، فقد جاءت نتائج الدراسة لتؤكد أن نسبة ٩٠% يرون ان الإعلام لعب دورا مؤثرا فى تغيير موقف المجتمع المصرى من الجماعة بناء على الصورة الذهنية التى قام برسمها، يليها نسبة ٩% يرون أن الإعلام لعب دورا مؤثرا الى حد ما فى تغيير موقف المجتمع المصرى من الجماعة، وأخيرا نسبة ١% يرون أن الإعلام لم يلعب دورا مؤثرا فى تغيير موقف المجتمع المصرى من الجماعة، وتعتبر النتائج عن أن وسائل الإعلام قد لعبت دورا مؤثرا فى تشكيل الصورة الذهنية للمواطن المصرى عن جماعة الإخوان المسلمين فعندما كانت تقدمهم على أنهم جماعة محظورة قبل الثورة تأثر بها المجتمع وعندما قدمها على أنها جماعة سياسية من حقها ممارسة العمل السياسى العلنى بعد ثورة ٢٥ يناير تأثر ايضا بها المجتمع، وأخيرا وعندما قدمها باعتبارها جماعة ارهابية بعد ثورة ٣٠ يونيو تأثر بها المجتمع، وهو ما يعنى فى النهاية أن وسائل الاعلام قد اصبحت أحد أهم وسائل تشكيل الوعى والصورة الذهنية لدى المواطن المصرى.

خاتمة :

لقد تبلورت مشكلة الدراسة فى التعرف على دور الإعلام فى تشكيل الصورة الذهنية لجماعة الإخوان المسلمين، وتمت معالجة الظاهرة فى ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التى ترى قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفى والعاطفى والسلوكى خاصة فى مراحل الاستقرار البنائى للمجتمع وهو ما ينطبق على المجتمع المصرى فى المرحلة الماضية محل الدراسة.

وفى هذا الاطار جاءت نتائج الدراسة الميدانية لتؤكد أن الاعلام المصرى قد لعب دورا مؤثرا فى تشكيل الصورة الذهنية للمواطن المصرى حول جماعة الإخوان المسلمين سواء قبل ثورة ٢٥ يناير أو بعد ثورة ٢٥ يناير أو بعد ثورة ٣٠ يونيو وأكدت ايضا أن الصورة التى رسمها الاعلام للجماعة قد تغيرت وفقا لتغير موقف النظام السياسى والشعب من الجماعة، ففى الوقت الذى كان ينظر اليها النظام السياسى قبل ثورة ٢٥ يناير على انها جماعة محظورة تمكنت وسائل الاعلام من تشكيل صورة ذهنية بهذا المعنى. وعندما قام المجلس العسكرى الحاكم بعد ثورة ٢٥ يناير بالتعامل معها على انها جماعة سياسية مثلها مثل باقى القوى السياسية الموجودة على الساحة المجتمعية المصرية، قام الاعلام بتشكيل الصورة الذهنية الجديدة وهو ما مكن الجماعة للوصول الى الحكم. وعندما قامت ثورة ٣٠ يونيو وأعلن النظام السياسى الجديد أنها جماعة ارهابية بدأ الاعلام فى تشكيل صورة ذهنية جديدة تجسد الجماعة على انها إرهابية، وبذلك يمكن التأكيد على أن وسائل الاعلام قد نجحت فى دورها فيما يتعلق بتشكيل الصورة الذهنية لجماعة الإخوان المسلمين لدى الجمهور المصرى.

وقد توافقت نتائج الدراسة الراهنة مع بعض نتائج الدراسات السابقة التى أكدت على الدور الذى تلعبه وسائل الاعلام فى تشكيل الصورة الذهنية للجمهور باعتبارها أحد وسائل تشكيل الوعى الحديث حيث تلعب وسائل الاعلام دورا مهما فى التنشئة الاجتماعية للجمهور الى جانب التأثير المعرفى والعاطفى والسلوكى.

هوامش الدراسة

١. محمد شعبان وهدان، صورة جماعة الإخوان المسلمين في الصحف الالكترونية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي، مجلة دراسات الطفولة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، اكتوبر ٢٠١٢.
٢. محمد كمال غالى، دور القنوات العربية الموجهة في تشكيل صورة الواقع العربى لدى الجمهور الامريكى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، ٢٠١٥
٣. سمر عز الدين جلال، أطر معالجة الصحف المصرية والامريكية للاحتجاجات وتأثيرها على صورة النشطاء المصريين، رسالة ماجستير غير منشورة، ملة الاداب، قسم الاعلام، جامعة المنيا، ٢٠١٥
٤. حسن صابر عبد العظيم، الدراما التلفزيونية وتأثيرها في تشكيل الصورة الذهنية للداعية الاسلامى فى المجتمع المصرى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاداب، قسم الاجتماع، جامعة الاسكندرية، ٢٠١٥
٥. محمود ابراهيم الدسوقي، صورة جهاز الشرطة عقب ثورة يناير ٢٠١١ وآليات تحسينها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، قسم العلاقات العامة، جامعة القاهرة، ٢٠١٥
٦. أسماء أحمد جودة، انعكاس التمويل الأجنبي على الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الاجتماع، جامعة الاسكندرية، ٢٠١٥
٧. علاء محمى حسن، صورة مصر فى مواقع الصحف العربية المحليو والدولية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداء، قسم الاعلام، جامعة المنصورة، ٢٠١٥
٨. نسمة عبد الله مطاوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعى على تشكيل اتجاهات الشباب الجامعى نحو الأحزاب الاسلامية بعد ثورة ٢٥ يناير، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الاعلام، جامعة المنصورة، ٢٠١٥
٩. أيمن محمد اسماعيل، دور اللجان الاعلامية بالأحزاب السياسية فى إدارة حملات الانتخابات الرئاسية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والاعلام، جامعة عين شمس، ٢٠١٤

١٠. سحر أحمد غريب، علاقة التحول فى الدور السياسى باسليب تأخير جماعة الإخوان المسلمين والسلفيين فى الصحف الالكترونية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإداب، قسم علوم الاتصال والاعلام، جامعة عين شمس، ٢٠١٤

١١. زينب محمد حامد، صورة الاسلام كما تعر ضها المواقع العربى على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧

١٢. إبراهيم حسن المرسى، دور الصحف فى تشكيل الصورة الذهنية لقضايا الاقتصاد المصرى لدى عينة من الشباب الجامعى،، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاعلام وثقافة الطفل، ومعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٢

13. John Gelineau,; "Threat and Political opportunity and the development of the egyptian muslim brotherhood", M.A (university of Kansas, 2011)

14. Talaat pasha,; "is lamistits in the headlines crtical discourse analysid of the presentation of the muslim brotherhood in egyptain news paper), Ph. D, (Utah university, 2011)

15. Soumia Daht,; "understanding the condluence of on libe islamism and counter punlicity: An ideological study of the Egyptian muslim brotherhood rhetoric in hkwan web: ph.D (new mexico university, 2011).

16. See: Ibid, PP. 5 –6

١٧. محمد شعبان وهدان، مصدر سابق، ص ١٠١

18. Stanley j baran & dennis k davis, mass communication theory foundation , ferment and future ,6th ed , wadsworth gengage learning , 2012 , p403

محمد عبدالحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠)، ص ٢٦٣..١٩

محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠٠٣، ص ٢٦٤. 20.

٢١. حسن عماد مكاوي، تحليل الإنماء، مفهومه ومنهجه وتطبيقاته وقضاياها الحالية، في : بحوث الاتصال، القاهرة، كلية الإعلام، العدد العاشر، ١٩٩٣، ص ١١.

22. wener j severin &james w. tankard , communication theories : origins , methods , and uses in the mass media , 5th ed , longman , 2010 ,p 268

٢٣. سامى طابع،بحوث الاعلام، دار النهضة العربية،ط٤،٢٠١٣، ص ١٧٨