التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية في الصحافة المصرية خلال عامي 2011 ـ 2012م

"دراسة تطبيقية مقارنة لوظائف الصحافة المصرية خلال الانتخابات"

سامــح حسانين أحمــد(*)

إشراف /أ.د. سليمان صالح (**)

مقدمة:

تعد الإنتخابات أحد المظاهر المعبرة عن المشاركة السياسية، مما جعلها تحظي باهتمام الباحثين وبالتالي فإن التغطية الإعلامية والدور الذي تلعبه وسائل الإعلام ومن بينها الصحافة في تناولها لهذا الحدث السياسي هو دور يكتسب أهمية خاصة نظراً للتأثير الذي يفرضه الإعلام على الجماهير وبالتالي التأثير على توجهاتها إزاء العملية الإنتخابية. ويمارس الإعلام هذا التأثير من خلال عدة عناصر منها: إعطاء الجماهير أكبر قدر من المعلومات عن العملية الإنتخابية والمرشحين السياسيين بإنتماءاتهم الحزبية والسياسية المختلفة، إقناع الجماهير بتغيير أو تعديل مواقفها وسلوكها من خلال عرض البرامج الإنتخابية والمرشحين السياسيين، وكذلك من خلال مناقشة العملية الإنتخابية ذاتها وعرض التيارات السياسية والفكرية في هذا المجال من خلال كافة المواد والأشكال والأساليب الإعلامية، وكذلك التأثير والتأثر بالبيئة السياسية والإجتماعية والقوى الإقتصادية... وكلها عوامل تلعب دوراً في تحديد السلوك الإتصالي من جهة – وبالتالي التأثير على توجهات التغطية الإعلامية – والتأثير على إتجاهات الناخبين من جهة أخرى[1].

هذا وتحتل الصحافة المقام الأول من بين وسائل الإعلام كلها في التأثير على الراي العام ويرجع ذلك لعدة أسباب من أكثرها أهمية أن الصحافة تهتم أكثر من سواها من وسائل الإعلام بالخوض في القضايا السياسية والإجتماعية ومناقشتها بإسهاب وعرض وجهات النظر المختلفة وخلفيات الأنباء وتفاصيلها.[2] حيث أثبتت

(*) باحث دكتوراه بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

(**) الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

الصحافة في هذا العصر أنها قادرة تماماً على تشكيل الرأي العام والقيام بدور مؤثر في تكوين إتجاهاته(3).

حيث لا يقتصر دور الصحافة على نقل الخبر وتسجيل الأحداث وتدوين الوقائع، بل أصبحت الصحافة تلعب دوراً مؤثراً في خلق التوعية السياسية والإجتماعية والإقتصادية، وفي صقل المشاعر القومية والإنسانية وجعلها تصب في قناة واحدة لخلق المواطن الواعي المتكامل. هذا ويصعب تحديد الخدمة أو مجموع الخدمات التي تقدمها الصحيفة للجمهور، فالوظائف الإجتماعية والسياسية للصحافة متعددة ومما يزيد من صعوبة تحديدها هو تنوع محتوياتها وتشابكها وتعدد فئات قرائها، فقد تجاوزت الصحافة كغيرها من وسائل الإعلام الجماهيرية في أيامنا هذه بما إتيح لها من إمكانيات تقنية متطورة، وبما اكتسبته من أهمية في حياة الناس ما تعارف عليه باحثو الإتصال من وظائف تقليدية لتلك الوسائل(4)حيث أصبحت الصحافة قناة من أهم قنوات الإعلام السياسي الجماهيري.... وقد حدد "جانوتي " (Janowity) الوظيفة السياسية للصحافة بأنها "إطفاء صفة الشرعية أو القبول الإجتماعي لأفكار ومفاهيم معينة واستبعاد أفكار ومفاهيم أخري من الجدل والنقاش السياسي بما يخلق في النهاية، صورة ذهنية لدي الجمهور بموضوعية قضية ما وتعبيرها عن الحقيقة السياسية(5).

هذا وتلعب الصحافة دوراً هاماً في أي عملية انتخابية حيث تقوم بدور المراقب والمتابع لهذه العملية. وفي الوقت نفسه تتم المراقبة من قبل المؤسسات المعنية بالرقابة والمرشحين وجمهور الناخبين إلا أنه دائماً ما يثور سؤال مهم في أعقاب أي عملية انتخابية. هل قامت الصحافة بدورها في متابعة العملية الانتخابية؟ هذا وتتابع الصحافة العملية الانتخابية لنقل الأجواء الانتخابية إلى الناخبين، وتقدم صورة واضحة وحقيقية لما يجرى على أرض الواقع وذلك من خلال المتابعة لكل أطراف العملية الانتخابية(6) كما يلجأ المرشحون إلى الصحافة للإعلان عن برامجهم الانتخابية وشرحها للناخبين وتسويقها لكي تحصل على ثقتهم في الانتخابات(7).

ومما سبق يتضح أهمية الوظائف التي يمكن أن تمارسها الصحافة وفي مقدمتها وظيفة "التسويق السياسي" وخاصة أثناء الحملات الانتخابية حيث تكون "الصحافة" بمثابة قناة اتصال ذات اتجاهين بين كل من قطبي العملية الانتخابية "المرشح والناخب" ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة التي تسعي إلى محاولة التعرف على مدى نجاح الصحافة المصرية ممثلة في "صحف الدراسة" في النهوض بوظيفتها في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية المصرية "2011 – 2012".

- تحديد المشكلة البحثية:

اختلف الباحثون في مجال السياسة والإعلام في تحديد نوعية وأهمية العلاقة بينهما. فالبعض راي أن العمل السياسي والإعلامي يشكلان مجالين متميزين، بينما رأي البعض الآخر أنه لا يمكن الفصل بين هذين النشاطيين، نظراً لإهمية الوظيفة الإعلامية في التبليغ، وفي إشتراك المواطنين في الحياة السياسية حيث ترتبط اختبارات المواطنين ومشاركتهم السياسية والمجتمعية بمدى المعرفة المتواجدة لديهم، كما تربط قنوات الأتصال بين التشكيلات المتآلفة والمتعارضة وتساهم في تعبئة الجماهير قبل الحسم في كل إختيار. هذا بالإضافة إلى قيام الإعلام بدور إتصالي غير مباشر من خلال نقل مطالب وطموحات المواطن إلى أجهزة صنع القرار. كما ينقل إلى هذه الأجهزة ردود فعل الرأي العام تجاه السياسات والقرارات الحكومية وهذا التدفق المستمر من أسفل إلى أعلي وبالعكس يعطي الإعلام دوراً بارزاً في عملية الاتصال السياسي.

وأياما كانت العلاقة بين المتغيرين، فإن دور وسائل الاتصال في تدعيم الديمقراطية وتعزيز قيم المشاركة السياسية وصنع القرار السياسي يرتبط بفلسفة وطبيعة النظام السياسي الذي تعمل في ظله وسائل الاتصال وبالحرية التي تتمتع بها داخل البناء الاجتماعي(8).

أما عن علاقة الإعلام بعملية الانتخابات، فالمواطنون يعتمدون وسائل الإعلام أثناء الانتخابات للمساعدة في رسم صورة واضحة عن المرشحين وبرامجهم السياسية، حيث يزداد اعتماد المستهلك السياسي (المواطن) على وسائل الإعلام للتعرف على المنتجات السياسية المطروحة (المرشحون) حيث تكتسب الصحف أهمية خاصة ويتأكد دورها في المتابعة والتحليل والتغير والشرح ووضع الواقع نفسه في أطار أثناء العملية الانتخابية(9). حيث تمثل العملية الإنتخابية قمة التعبير عن الأنشطة السياسية ومظهراً من مظاهر الممارسة الديمقراطية، لذلك فإن دور الصحافة في تناول هذه العملية يصبح ذا دلالة خاصة نظراً لأن الصحافة تحظي بنسبة تعرض من قبل الجمهور تؤهلها لكي تكون مصدراً رئيسياً من مصادر حصول الأفراد على المعلومات والبيانات الخاصة بالأحداث الجارية وبالتالي مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومات الخاصة بالعملية الإنتخابية وكل ما يحيط بها من أحداث.

هذا وتعتبر الحملات الإنتخابية بصفة عامة هي أحد أهم الوسائل الإتصالية التي تسهم في تشكيل وعي الأفراد بالعملية الإنتخابية، والتي تلجأ إليها بعض الجهات

الحكومية أو الخاصة أو الأهلية بهدف حشد وتعليم وتفعيل استعداد الأفراد وتغيير أفكارهم نحو موضوعات سياسية محددة، كما تستخدمها بعض الكيانات السياسية لرفع كفاءة الإتصال بينها وبين المواطنين سواء داخل الدائرة الإنتخابية أو خارجها وإقناعهم بالقيام بسلوكيات محددة.

هذا ويمكن لوسائل الإتصال الجماهيري وفي مقدمتها الصحافة أن تؤثر في العملية الانتخابية بعدة طرق أولها أنها تؤثر في المنافسة الإنتخابية، حيث تعد هذه الوسائل القنوات الأساسية الأكثر أتساعا التي تحمل البرامج السياسية والرؤي والوعود السياسية للأحزاب والمرشحين السياسيين إلى الناخبين المحتملين، وثانيتهما. أنها توجه نظر الناخبين إلى الأدوار والوظائف التي يمارسها السياسيون، والتي ليس في مقدور الناخبين إدراكها بشكل مباشر، مثل مناقشة حالة العجز في ميزانية الدولة، أو أرتفاع معدلات البطالة بالإضافة إلى دورهم الرقابي والتشريعي المتصل بالقضايا التي تحظي بإهتمام الناخبين، وثالثهما أنها تؤثر في العملية السياسية من خلال تأثيرها في الأوزان والأهمية النسبية، التي يعطيها الناخبون للقضايا المختلفة، عند اختيار العرض أو المنتج السياسي الذي سيصوتون له(10).

حيث لم يعد دور هذه الوسائل مجرد طرح القضايا أو إثارتها وإنما تقدم للناخبين أيضاً الطرق والأساليب التي تعلمهم كيفية التفكير حول هذه القضايا.

وفي ضوء ما سبق، يمكن بلورة المشكلة البحثية لهذه الدراسة في: "محاولة التعرف على مدى نجاح الصحافة المصرية ممثلة في صحف الدراسة في القيام بوظيفتها الإعلامية في العملية الانتخابية وذلك من خلال رصد وتحليل التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية المصرية 2011 – 2012م المنشورة في صحف الدراسة".

- أهمية الدراسة:

1- أهمية الدور والوظيفة السياسية لوسائل الاتصال الجماهيري وفي مقدمتها الصحافة ، خاصة فيما يتعلق بالدور الذي تقوم به الصحافة في العملية الانتخابية وبخاصة في المجتمع الديمقراطي حيث الاهتمام بالاتصال الأفقي بدلاً من الاتصال الرأسي حيث تكون الصحافة في هذا المجتمع بمثابة قناة اتصال ذو اتجاهين بين "المرشح" من جانب و"الناخب"من جانب أخر والعكس مما يضفي مزيد من التفاعل والحيوية على العملية الانتخابية بقطبيها " المرشح " و "

الناخب " هذا فضلاً عن دورها في حث المواطنين على المشاركة السياسية من خلال التصويت الانتخابي.

2- يمر المجتمع المصري بمجموعة من التحولات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتي يلعب الإعلام بوسائله المختلفة دوراً بارزاً فيها ومن ثم تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية هذه التحولات والأدوار التي تلعبها وسائل الإعلام عامة والصحافة بصفة خاصة في المجتمع المصري .

3- - أهمية الحدث الانتخابي خاصة بعد اندلاع ثورة الخامس والعشرين من يناير حيث أتيحت الفرصة لجماعات واتجاهات سياسية عديدة للمشاركة السياسية، وذلك من خلال فتح الباب لإنشاء الأحزاب بمجرد الأخطار طبقاً للمادة السابعة من قانون الأحزاب الجديد الصادر في 28 مارس 2011م.

- أهداف الدراسة :

يتحدد الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في رصد وتحليل التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية التي أجريت في مصر عامي 2011- 2012م. ويتفرع عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية هي :

1- التعرف على أهم القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" والمنشورة في صحف الدراسة.
2- رصد وتحليل أطر تغطية صحف الدراسة للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م".
3- التعرف على اتجاه المضمون الغالب على التغطية الصحفية في الانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" في كل صحيفة من صحف الدراسة.
4- الكشف عن الفنون الصحفية الأكثر استخداماً في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" بكل صحيفة من صحف الدراسة.
5- الكشف عن وسائل الإبراز المستخدمة في عرض التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" في صحف الدراسة.

- الدراسات السابقة:

قام الباحث بمسح التراث العلمي الخاص بموضوع بحثه حيث تم تقسيم الدراسات السابقة لمحورين رئيسيين وهما:

المحور الأول: الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت الانتخابات والحملات الانتخابية:

- **دراسة: إنجي طه سيف النصر "2013م"**[11]. حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف الأحزاب المصرية "عينة الدراسة" للتليفزيون ومواقع الإنترنت في الحملات الانتخابية خلال فترة انتخابات مجلس الشعب "2011 – 2012م" وخلصت هذه الدراسة إلى أن تصريحات الأحزاب والمرشحين مثلت عنصراً هاماً وحيوياً في الحملة حيث عبرت عن أراء ووجهات نظر الحزب والمرشحين ومواقفهم السياسية اتجاه الأحداث والقضايا المختلفة.

- **دراسة: سلوى سليمان عبد الحميد "2012م"**[12]. استهدفت هذه الدراسة بيان العوامل المؤثرة في القرارات الانتخابية بشأن التصويت لصالح حزب معين أو مرشح معين وذلك بالتطبيق على الانتخابات البرلمانية التي أجريت في مصر ما بعد الثورة "2011 – 2012م" حيث توصلت إلى أن أكثر العوامل تأثيراً في القرار الانتخابي لانتخاب مرشح معين وأن يكون المرشح مناهضاً ضد النظام السابق.

- **دراسة: إيناس عبد الحميد الخربي "2012م"**[13] اهتمت هذه الدراسة بالتعرف على دور حملات التوعية الانتخابية في تكوين معرفة كافية لدى الشباب الجامعي عن العملية الانتخابية وتشكيل اتجاهات وتوقعات إيجابية نحوها وتشجيعه على القيام بالسلوك الانتخابي. وقد توصلت الدراسة إلى أن حملات التوعية لم يكن لها دور كبير في تشجيع الطلاب على المشاركة في الانتخابات البرلمانية المصرية "20111 – 2012م".

- **دراسة: Jason A. Martin L. "2011"**[14] حيث سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية البرلمانية على معرفة الناخبين بقضايا الشئون العامة المقدمة في مضمون هذه الحملات. وقد أظهرت الدراسة أن كلاً من استخدام الصحف والمواقع الإخبارية، وحالة التصويت والمعرفة السياسية العامة تمثل مؤشرات مهمة للتنبؤ بمعرفة القضية.

- **دراسة: Jens Hoff "2010"**[15]. والتي اهتمت بمعرفة تأثير التعرض للإنترنت في السلوك الانتخابي للمبحوثين خلال فترة الانتخابات البرلمانية بالدنمرك عام 2007م. وقد توصلت الدراسة إلى أن السلوك الانتخابي للمبحوثين

قد تأثر بالفعل باستخدامهم للإنترنت أثناء فترة الانتخابات وذلك فيما يخص اختيار الحزب السياسي أو تكوين آراء بشأن القضايا السياسية أو المرشحين السياسيين.

المحور الثاني: الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

- **دراسة: محمد رضا محمد "2013م"**[16]. تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل ومقارنة سمات المعالجة الصحفية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الفساد في مصر والعوامل المؤثرة على القائمين بالاتصال في معالجة قضايا الفساد وعلاقة هذه المعالجة باتجاهات الجمهور نحو قضايا الفساد. حيث توصلت الدراسة إلى أن اتسمت المعالجة الصحفية لقضايا الفساد في وسائل الإعلام التقليدية بضعف عنصري الاستمرار والمتابعة لقضايا الفساد وضعف الاعتماد على أسلوب الصحافة الاستقصائية في الكشف عن قضايا الفساد. كما تبين أطر معالجة قضايا الفساد بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.

- **دراسة: منار بيان الراجحي "2010م"**[17]. والتي اهتمت بتوصيف وتحليل أطر التغطية الإخبارية للاستجوابات البرلمانية في الصحف الكويتية. حيث توصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان أهمها ركزت صحف الدراسة على إبراز الأطر القانونية والسياسية والاقتصادية في ضوء طرح الأدلة القانونية على المخالفات التي يرتكبها أعضاء الحكومة الموجهة لهم الاستجوابات البرلمانية، كذلك الأثر السياسي والاقتصادي والاجتماعي لتجاوزات أعضاء الحكومة. كما أبرزت الإطار الأمني في تناولها للاستجوابات المتعلقة ببعض القضايا الأمنية والتي تشير إلى تقصير جهاز الشرطة في القيام بواجباته.

- **دراسة: Caryantes and Marphy "2010"** [18]**.** تختبر هذه الدراسة أطر التغطية الإخبارية للانتخابات الوطنية العراقية عبر موقعي "C.N.N والجزيرة" حيث كشفت نتائج الدراسة عن وضع شبكة "C.N.N " لأطر الانتخابات من خلال أيديولوجية الغزو الثقافي والعاطفة الوطنية المرتبطة بالنموذج الديمقراطي الغربي، بينما أظهرت تقارير الجزيرة الريب والشك نحو الولايات المتحدة ووضعت أطر الانتخابات في ظل الشكوك والفوضى وعدم وجود الشرعية.

- **دراسة:Stromback and Aelst "2010"**[19]. حيث تسعى هذه الدراسة

إلى المقارنة بين أطر أخبار الانتخابات في دولتين هما "بلجيكا والسويد" حيث أبرزت النتائج أهمية متغير نوع الوسيلة الإعلامية تجارية مقابل خدمة عامة وأخبار التليفزيون والصحف الصفراء مقابل صحف النخبة بوصفه مؤشراً فاعلاً في تأطير وسائل الإعلام للسياسة.

- **دراسة:Fahmy "2010"**[20]. حث هدفت هذه الدراسة إلى تحليل الأطر الصحفية للصحف الناطقة بالعربية ممثلة في صحيفة "الحياة" ونظيرتها الناطقة بالإنجليزية ممثلة في صحيفة "إنترناشيونال هيرالد تربيون" فيما يتعلق بقضايا الحرب الأفغانية والهجمات الإرهابية في 11 سبتمبر. حيث توصلت نتائج الدراسة إلى تركيز صحيفة "إنترناشيونال هيرالد تربيون" على أطر المعاناة الإنسانية من هجمات 11 سبتمبر وقللت من شأن الخسائر في صفوف المدنيين والذنب الأخلاقي لاستخدام القوة العسكرية في أفغانستان من خلال التركيز على الإطار المؤيد للحرب والعمليات العسكرية المعقدة. بينما تضاءل تركيز صحيفة الحياة الناطقة بالعربية على إطار الضحايا في هجمات سبتمبر وتزايد اهتمامها بالدمار المادي وأبرزت الملمح الإنساني للضحايا في الحرب الأفغانية.

ـ الإطار النظري للدراسة:

نظرية تحليل الإطار الإعلامي (Framing Analysis theory):

أن الفرض الرئيسي للنظرية كما وضعه عالم الاجتماع جوفمان (1974) يتمثل في أن وضع الأحداث في إطار معين يكسبهما معني ، وذلك من خلال تنظيم المعلومات المرتبطة بها بطريقة معينة تضفي عليها قدراً من الالتصاق وإهمال الجوانب الأخرى المتعلقة بهذه الأحداث مما يؤثر بدوره علي الأفكار التي يكونها الجمهور عنها وبالتالي يؤثر علي كيفية إدارك الجمهور للأحداث وتقييمهم لها وسلوكهم نحوها فالأطر هي منبهات للتفكير يستخدمها الأفراد.

واعتماداً علي المعلومات المتوفرة في تنشيط المعلومات الأولية التي تساعدهم علي تكوين الآراء واتخاذ القرارات فالأطر تخلق ارتباطات لغوية ، ودلالات داخل البيئة المعرفية للأفراد وتعتمل فيها الاقتراحات المقدمة في النص ، مع الخبرات المسبقة المخزنة في العقل والتي يتم تحديثها أو تعديلها أو تغيرها وفقاً للمعلومات المتوفرة فيه وقد توافرت أدلة علمية تؤكد أن المعرفة السابقة تحد من قوة القرار أو تقييم الأوضاع وتبني الاتجاهات المختلفة وإصدار الأحكام حولها[21]. هذا ويعتبر وضع الإطار هو

المستوي الثاني من مستويات وضع الأجندة حيث تشارك الأجندة في جذب انتباه واهتمام الجمهور إلي القضايا والسياسات العامة فقط.

ويمتد تحليل الإطار إلي ما وراء الأجندة للتعرف علي تأثير الإطار علي إدراكهم وأفكارهم واتجاهاتهم نحو القضايا والعناصر المختلفة.التي تتشكل منها[22] ولهذا تفترض البحوث الخاصة بهذه النظرية أن اختلاف وسائل الإعلام في تحديد الأطر الإعلامية يؤدي إلي اختلاف أحكام الجمهور المرتبط بكل وسيلة فيما يتعلق بتشكيل المعارف والاتجاهات نحو القضايا المثارة[23] فالإطار الذي تقدم به القصة الخبرية أو تعرض به قضية ما يؤثر علي إدراك الجمهور لها غالبا ما يكون متحيزاً بسبب انتقاء جانب معين من الواقع وتجاهل تهميش سائر الجوانب الأخرى وصرف الانتباه عنها فالإطار لا يضع المحددات الخارجية للموضوع فقط بل يملئ أيضاً تنظيم بعينه للمعلومات المتعلقة بالموضوع[24].

- الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع الدراسة :

تعد هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية حيث تقع هذه الدراسة ضمن دراسات الاتصال السياسي التي تبحث في ظاهرة سياسية في إطار ارتباطها بأداء وسائل الإعلام وتحديداً الصحافة، والظاهرة هنا تتمثل في رصد وتحليل التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية المنشورة في الصحف المصرية "عينة الدراسة" خلال عامي "2011- 2012م".

- مناهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في بعدها التحليلي علي تطبيق المنهجين التاليين :

1- المنهج المسحي الإعلامي: حيث تتمثل الوظيفة الأساسية للدراسات المسحية في جمع المعلومات التي يمكن فيما بعد تحليلها وتفسيرها ومن ثم الخروج باستنتاجات منها[25]. وقد تم استخدام هذا المنهج الإعلامي في هذه الدراسة من خلال مسح مضمون عينة بأسلوب الحصر الشامل للتغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية المنشورة بصحف الدراسة (الأهرام – الوفد – المصري اليوم - الحرية والعدالة - النور) خلال الفترة من "2-11-2011م" حتى "11-1-2012م" وذلك بهدف التعرف على كيفية معالجة صحف الدراسة للانتخابات البرلمانية المصرية خلال هذه الفترة.

2- المنهج المقارن : يستخدم الباحث هذا المنهج للمقارنة بين أوجه التشابه والاختلاف فيما يتعلق برصد وتحليل الصحف المصرية "عينة الدراسة" للانتخابات البرلمانية المصرية "2011 – 2012م". والعوامل المؤثرة في ذلك من خلال المقارنة بين مضمون المادة التحريرية الخاصة بالانتخابات البرلمانية في صحف الدراسة الخمسة (الأهرام – الوفد – المصري اليوم - الحرية والعدالة - النور) ذات التوجهات الفكرية المتباينة.

-أدوات جمع البيانات : تعتمد الدراسة على الجمع بين أساليب التحليل الكمية والكيفية وذلك من خلال استخدام:-

- أداة تحليل المضمون: ويقصد بتحليل المضمون "دراسة المادة الإعلامية التي تقدمها الوسيلة بهدف الكشف عما تريد هذه الوسيلة أن تبلغه لجمهورها". وعلى هذا الأساس تتمثل أداة جمع البيانات لهذه الدراسة في أداة تحليل المضمون لتحليل مضمون "صحف الدراسة" خلال الفترة الزمنية الخاصة بالبحث، وذلك من خلال تصميم الباحث لاستمارة تحليل المضمون التي تم عرضها على عدد من المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة. حيث لم تقتصر الدراسة علي التحليل الكمي فحسب بل أتبعت أسلوب التحليل الكيفي. وبالتالي يعتبر تحليل المضمون بهذه الكيفية من أفضل الأدوات البحثية لتحليل محتوي صحف الدراسة (الأهرام- الوفد – المصري اليوم - الحرية والعدالة - النور) والخاص بالحملات الانتخابية للمرشحين لرئاسة الجمهورية خلال فترة الدراسة وذلك من خلال استمارة تحليل المضمون التي صممها الباحث حيث تم عرضها على عدد من المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة لتحقيق أهداف ومتطلبات الدراسة.

- نتائج الدراسة ومناقشتها:

1- أهم القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011-2012م":

جدول رقم (1)

يوضح أهم فئات القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" بصحف الدراسة

صحف الدراسة / القضايا المطروحة	الأهرام		الوفـد		المصري اليوم		الحرية والعدالة		النور		المجموع	
	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية
أمنية وعسكرية	341	4,30	402	29,62	327	30,59	312	24,90	76	23,97	1458	29,17
اجتماعية	229	22,83	364	26,82	226	21,14	354	28,25	128	40,38	1301	26,03
اقتصادية	181	18,05	369	27,19	294	27,50	326	26,2	63	19,87	1233	24,66
سياسية	252	25,12	222	16,36	222	20,77	261	20,83	50	15,77	1007	20,14
المجموع	1003	%100	1357	%100	1069	%100	1253	%100	317	%100	4999	%100

- هذا وبالمقارنة بين صحف الدراسة "الأهرام – الوفد – المصري اليوم – الحرية والعدالة – النور" يتضح أن فئة (القضايا الأمنية والعسكرية) احتلت المرتبة الأولى بنسبة "29,17%" من أجمالي فئات القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية بصحف الدراسة. حيث بلغت نسبتها في صحيفة **الأهرام** "34,00%". تليها صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "30,59%". ثم صحيفة **الوفد** بنسبة "29,62%". فصحيفة **الحرية والعدالة** بنسبة "24,90%". وجاءت صحيفة **النور** بنسبة "23,97%".

- حازت فئة (القضايا الاجتماعية) على المرتبة الثانية بنسبة "26,03%" من إجمالي فئة القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية بصحف الدراسة. فجاءت في صحيفة **النور** بنسبة "40,38%". تليها صحيفة **الحرية والعدالة** بنسبة "28,25%". فصحيفة **الوفد** بنسبة "26,82%" ثم صحيفة **الأهرام** بنسبة "22,83%". وتأتي صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "21,14%".

- جاءت فئة (القضايا الاقتصادية) في المرتبة الثالثة بنسبة "24,66%" من إجمالي فئات القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية بصحف الدراسة.

ففي صحيفة **المصري اليوم** بلغت نسبتها "27,50%". فصحيفة **الوفد** بفارق ضئيل حيث بلغت نسبتها "27,19%". ثم صحيفة **الحرية والعدالة** بنسبة "26,02%". لتأتي صحيفة **النور** بنسبة "19,87%". وأخيراً صحيفة **الأهرام** بنسبة "18,05%".

- تأتي فئة (القضايا السياسية) في المرتبة الرابعة بنسبة "20,14%" من إجمالي فئات القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية بصحف الدراسة. فكانت في صحيفة **الأهرام** بنسبة "25,12%". تليها صحيفة **الحرية والعدالة** بنسبة "20,83%". فصحيفة **المصري اليوم** بفارق بسيط حيث بلغت نسبتها "20,77%". ثم صحيفة **الوفد** بنسبة "16,36%". وأخيراً جاءت صحيفة **النور** بنسبة "15,77%".

هذا وقد يرجع التقارب في النسبة المئوية بين صحف الدراسة من حيث الاهتمام بتغطية "القضايا الأمنية والعسكرية" إلى ظاهرة الانفلات الأمني والبلطجة وموقف المجلس العسكري منها باعتباره القائم على حكم البلاد في هذه الفترة. هذا فضلاً عن الأحداث التي شهدتها البلاد أثناء إجراء الانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م" كأحداث مجلس الوزراء وشارع محمد محمود هذا مع اختلاف أسلوب المعالجة الصحفية لتلك القضايا "الأمنية والعسكرية" بين صحف الدراسة حيث اعتبرت كلاً من صحف (الأهرام، المصري اليوم، الوفد) أن ما يحدث عمل ثوري يقوم به شباب ثوار لهم موقف ثوري من إجراء الانتخابات البرلمانية في تلك الفترة بينما كانت الرؤية الصحفية لكلاً من صحيفتي (الحرية والعدالة ، النور) أن ما يحدث ليس إلا أعمال شغب وبلطجة يقوم بها بلطجية مأجورين من رموز النظام السابق بهدف تعطيل الانتخابات وإيقاف مسيرة الديمقراطية فالشرعية يجب أن تكون للبرلمان وليس للميدان وذلك بنقل الثورة من الميدان إلى البرلمان من خلال إجراء الانتخابات البرلمانية واستكمال مؤسسات الدولة.

2- الأطر الإعلامية الذي وظفتها صحف الدراسة في تغطيتها الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م":

جدول رقم (2)

يوضح فئات الأطر الإعلامية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" بصحف الدراسة

صحف الدراسة / الأطر الإعلامية	الأهرام		الوفـد		المصري اليوم		الحرية والعدالة		النور		المجموع	
	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية
إطار الصراع	68	6,78	117	8,62	86	8,04	60	4,79	8	2,52	339	6,78
إطار الدفاع	128	12,76	123	9,06	79	7,39	47	3,75	9	2,84	386	7,72
إطار الهجوم	102	10,17	159	11,72	144	13,47	198	15,80	28	8,83	631	12,62
الإطار الدعائي	223	22,23	380	28,00	260	24,32	406	32,40	96	30,28	1365	27,31
إطار القضية	97	9,67	148	10,91	106	9,92	102	8,14	23	7,26	476	9,52
إطار الأسباب	56	5,58	99	7,30	68	6,36	69	5,51	17	5,36	309	6,18
إطار الحلول	157	15,65	198	14,59	125	11,69	142	11,33	32	10,09	654	13,08
إطار المرجعية الدينية	113	11,27	61	4,50	139	13,00	201	16,04	91	28,71	605	12,10
إطار الاهتمامات الإنسانية	59	5,88	72	5,31	62	5,80	28	2,23	13	4,10	234	4,68
المجمـــوع	1003	%100	1357	%100	1069	%100	1253	%100	317	%100	4999	%100

يتضح من القراءة التحليلية للبيانات الإحصائية الواردة بالجدول السابق رقم (2) ما يلي:

- استحواذ الإطار (الدعائي) على المرتبة الأولى بنسبة "27,31%" من إجمالي فئات الأطر الإعلامية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية المصرية "2011 – 2012م" بصحف الدراسة. ففي صحيفة **الحرية والعدالة** بنسبة "32,40%". تليها صحيفة **النور** بنسبة "30,28%". ثم صحيفة **الوفد** بنسبة "28,00%" في حين تأتي صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "24,32%". فصحيفة **الأهرام** بنسبة "22,23%".

- جاء إطار (الحلول) في المرتبة الثانية بنسبة "13,08%". وذلك من إجمالي فئات الأطر الإعلامية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية المصرية "2011 – 2012م" بصحف الدراسة. ففي صحيفة **الأهرام** "15,65%". فصحيفة **الوفد** بنسبة "14,59%" تليها صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "11,69%". فصحيفة **الحرية والعدالة** بفارق ضئيل حيث كانت نسبتها "11,33%" ثم صحيفة **النور** بنسبة "10,09%".

- احتل إطار (الهجوم) المرتبة الثالثة بنسبة "12,62%". من إجمالي فئات الأطر الإعلامية الموظفة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م". حيث جاء في صحيفة **الحرية والعدالة** بنسبة "15,80%". تليها صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "13,47%". ثم صحيفة **الوفد** بنسبة "11,72%". بينما جاءت صحيفة **الأهرام** بنسبة "10,17%" في حين تأتي صحيفة **النور** بنسبة "8,83%".

- احتل إطار (المرجعية الدينية) المرتبة الرابعة بنسبة "12,10%". من إجمالي فئات الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحف الدراسة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية المصرية "2011- 2012م". حيث جاء في صحيفة **النور** بنسبة "28,71%". تليها صحيفة **الحرية والعدالة** بنسبة "16,04%". ثم صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "13,00%". في حين تأتي صحيفة **الأهرام** بنسبة "11,27%" وأخيراً صحيفة **الوفد** بنسبة "4,50%".

هذا ونلاحظ استحواذ الإطار (الدعائي) على المرتبة الأولى من بين فئات الأطر الإعلامية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية المصرية "2011 – 2012م" حيث حازت الصحف الحزبية على نسبة مئوية عالية في استخدام هذا الإطار الإعلامي مقارنة بكلاً من الصحف القومية والخاصة "محل الدراسة" قد يرجع هذا إلى حرص الصحف الحزبية "عينة الدراسة" على الدعاية لمرشحي الحزب من خلال عرض برامجهم الانتخابية في تغطيتها الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م" وذلك مقارنة بكلاً من الصحف القومية والخاصة والتي اقتصرت في تغطيتها الصحفية على عرض البرامج الانتخابية لمرشحين على رؤوس القوائم (نظام الترشح بالقائمة) ومشاهير السياسيين من المرشحين المستقلين (النظام الفردي). هذا فضلاً عن أن الأحداث الدامية التي وقعت أثناء إجراء الانتخابات البرلمانية كأحداث مجلس الوزراء وشارع محمد محمود شغلت جزءاً من تركيز الصحف القومية والخاصة "محل الدراسة" على تغطية الانتخابات البرلمانية المصرية "2011 – 2012م".

4- اتجاه المضمون الغالب على التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" في كل صحيفة من صحف الدراسة:

جدول رقم (3)
يوضح فئات اتجاه المضمون الغالب على التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" في كل صحيفة من صحف الدراسة

صحف الدراسة / اتجاه المضمون	الأهرام		الوفـد		المصري اليوم		الحرية والعدالة		النور		المجموع	
	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية
الاتجاه الإيجابي (التأييد)	330	32,90	266	19,60	283	26,47	201	16,04	77	24,29	1225	24,50
الاتجاه المحايد (الموضوعي)	345	34,40	402	29,62	399	37,32	355	28,33	91	28,71	1561	31,32
الاتجاه السلبي (الرفض)	328	32,70	689	50,77	387	36,20	697	55,63	149	47,00	2213	44,27
المجموع	1003	%100	1357	%100	1069	%100	1253	%100	317	%100	4999	%100

- هذا وبمقارنة بيانات الشكل السابق رقم (3) والخاص باتجاهات التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية المنشورة في صحف الدراسة. يتبين أن فئة (الاتجاه السلبي "الرفض") احتلت المرتبة الأولى بنسبة "44,27%" من إجمالي فئات اتجاه المضمون الغالب على التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م" المنشورة في صحف الدراسة. حيث بلغت نسبة (الاتجاه السلبي) للتغطية في صحيفة **الحرية والعدالة** "55,63%". تليها صحيفة **الوفد** بنسبة "50,77%". ثم صحيفة **النور** بنسبة "47,00%". بينما في صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "36,20%" في حين تأتي بصحيفة **الأهرام** بنسبة "32,70%".

- حازت فئة (الاتجاه المحايد "الموضوعي") المرتبة الثانية بنسبة "31,32%" من إجمالي فئات اتجاه المضمون الغالب على التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م" المنشورة في صحف الدراسة. ففي صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "37,32%". تليها صحيفة **الأهرام** بنسبة "34,40%". بينما جاء في صحيفة **الوفد** بنسبة "29,62%". ثم صحيفة **النور** بنسبة "28,71%". فصحيفة **الحرية والعدالة** بفارق ضئيل حيث بلغت نسبته "28,33%".

- جاءت فئة (الاتجاه الإيجابي "التأييد") في المرتبة الثالثة بنسبة "24,50%" من إجمالي فئات اتجاهات التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م" المنشورة في صحف الدراسة. حيث جاء في صحيفة **الأهرام** بنسبة "32,90%". يليها صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "26,47%". ففي صحيفة **النور** بنسبة "24,29%". ثم صحيفة **الوفد** بنسبة "19,60%". وأخيراً في صحيفة **الحرية والعدالة** بنسبة "16,04%".

هذا ويلاحظ استحواذ (الاتجاه السلبي "الرفض") على نسبة عالية من اتجاه مضمون التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م" المنشورة في صحف الدراسة. وبخاصة بين الصحف الحزبية "محل الدراسة" هو الأمر الذي يمكن تفسيره في ظل الأجواء الثورية التي جرت فيها الانتخابات البرلمانية حيث تم إجراء هذه الانتخابات في أعقاب ثورة "25 يناير" والتي نجحت في إسقاط رأس النظام وحل الحزب الحاكم وإن كان هذا لم يمنع من ترشح بعض أعضاءه في هذه الانتخابات وذلك سواء بشكل مستقل "النظام الفردي" أو على قوائم بعض الأحزاب الجديدة التي ظهرت في أعقاب الثورة وقد تكون مشاركة هؤلاء في الانتخابات سبباً في غلبة الاتجاه السلبي "الرفض" على اتجاه مضمون التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م" في صحف الدراسة.

4- الفنون الصحفية الأكثر استخداماً في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" بكل صحيفة من صحف الدراسة:

جدول رقم (4)

يوضح فئات الفنون الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" بصحف الدراسة

صحف الدراسة / الفنون الصحفية	الأهرام		الوفـــد		المصري اليوم		الحرية والعدالة		النور		المجموع	
	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية
الخبر	313	31,21	361	26,60	334	31,24	397	31,68	80	25,24	1485	29,71
التقرير	189	18,84	239	17,61	201	18,80	216	17,24	48	15,14	893	17,86
التحقيق	17	1,69	21	1,55	28	2,62	13	1,04	8	2,52	87	1,74
الحديث	69	6,88	333	24,54	97	9,07	322	25,70	69	21,77	890	17,80
المقال الافتتاحي	32	3,19	42	3,10	13	1,22	48	3,83	6	1,89	141	2,82
المقال التحليلي	122	12,16	97	7,15	128	11,97	61	4,87	28	8,83	436	8,72
العمود الصحفي	186	18,54	165	12,16	179	16,75	152	12,13	65	20,50	747	14,94
الكاريكاتير	-	-	28	2,6	-	-	13	1,04	-	-	41	0,82
صور مصحوبة بتعليق	43	4,29	49	3,61	61	5,71	31	2,47	13	4,10	197	3,94
رسائل القراء	32	3,19	22	1,62	28	2,62	-	-	-	-	82	1,64
المجمـــــوع	1003	%100	1357	%100	1069	%100	1253	%100	317	%100	4999	%100

يتضح من القراءة التحليلية للبيانات الإحصائية الواردة بالجدول السابق رقم (4) الآتي:

- احتل (الخبر) المرتبة الأولى بنسبة "29,71%" من إجمالي فئات الفنون الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م" في صحف الدراسة. حيث جاء في صحيفة **الحرية والعدالة** بنسبة "31,68%". تليها صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "31,24%". فصحيفة **الأهرام** بفارق بسيط حيث كانت نسبته "31,21%". بينما جاء في صحيفة **الوفد** بنسبة "26,60%". ليأتي في صحيفة **النور** بنسبة "25,24%".

- احتل (التقرير الإخباري) المرتبة الثانية بنسبة "17,86%" من إجمالي فئات الفنون الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية بصحف الدراسة. حيث يأتي في صحيفة **الأهرام** بنسبة "18,84%". فصحيفة **المصري اليوم** بفارق ضئيل حيث بلغت نسبته "18,80%". تليها صحيفة **الوفد** بنسبة "17,61%". ثم صحيفة **الحرية والعدالة** بنسبة "17,24%". وأخيراً صحيفة **النور** بنسبة "15,14%".

- استحوذ (الحديث الصحفي) على المرتبة الثالثة بنسبة "17,80%" من إجمالي فئات الفنون الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية المنشورة بصحف الدراسة. ففي صحيفة **الحرية والعدالة** بنسبة "25,70%". تليها صحيفة **الوفد** بنسبة "24,54%". ثم صحيفة **النور** بنسبة "21,77%". بينما جاء في صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "9,07%". في حين يأتي في **صحيفة الأهرام** بنسبة "6,88%".

- جاء (العمود الصحفي) في المرتبة الرابعة بنسبة "14,94%" من إجمالي فئات الفنون الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م" الواردة بصحف الدراسة. حيث حاز في صحيفة **النور** على نسبة "20,50%". تليها صحيفة **الأهرام** بنسبة "18,54%". ثم صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "16,75%". بينما جاء في صحيفة **الوفد** بنسبة "12,16%". فصحيفة **الحرية والعدالة** بفارق ضئيل حيث بلغت نسبته "12,13%".

هذا ويلاحظ إحراز الصحف الحزبية الثلاثة "محل الدراسة" (الوفد ، الحرية والعدالة، النور) لنسبة عالية في استخدام "الحديث الصحفي" في تغطيته الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م". هو الأمر الذي قد يرجع إلى لجوء هذه

الصحف إلى استخدام هذا الفن الصحفي في عرض برامج مرشحيها في الانتخابات البرلمانية.

5- موقع المادة التحريرية الخاصة بالتغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" المنشورة في صحف الدراسة:

جدول رقم (5)

يوضح فئات موقع المادة التحريرية الخاصة بالتغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" المنشورة في صحف الدراسة

صحف الدراسة / موقع المادة	الأهرام		الوفـد		المصري اليوم		الحرية والعدالة		النور		المجموع	
	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية
صفحة أولى	155	15,45	361	26,60	259	24,23	360	28,73	97	30,60	1232	24,64
صفحة داخلية	726	72,38	697	51,36	613	57,34	602	48,04	151	47,63	2789	55,79
صفحة أخيرة	122	12,16	299	22,03	197	18,43	291	23,22	69	21,77	978	19,56
المجموع	1003	%100	1357	%100	1069	%100	1253	%100	317	%100	4999	%100

من البيانات الإحصائية الواردة بالجدول السابق رقم (5) يتضح الآتي:

- احتل موقع نشر (صفحة داخلية) المرتبة الأولى بنسبة "55,79%" وذلك من إجمالي فئات مواقع نشر التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" في صحف الدراسة. ففي صحيفة **الأهرام** جاء بنسبة "72,38%" تليها صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "57,34%". ثم صحيفة **الوفد** بنسبة "51,36%". بينما تأتي صحيفة **الحرية والعدالة** بنسبة "48,04%". فصحيفة **النور** بفارق ضئيل حيث بلغت نسبتها "47,63%".

- حاز موقع نشر (صفحة أولى) على المرتبة الثانية بنسبة "24,64%" وذلك من إجمالي فئات مواقع نشر التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" في صحف الدراسة. حيث جاء في صحيفة **النور** بنسبة "30,60%" بينما جاء في صحيفة **الحرية والعدالة** بنسبة "28,73%". في حين يأتي في صحيفة **الوفد** بنسبة "26,60%". يليها صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "24,23%". ثم صحيفة **الأهرام** بنسبة "15,45%".

- جاء موقع نشر (صفحة أخيرة) في المرتبة الثالثة بنسبة "19,56%" وذلك من إجمالي فئات مواقع نشر التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011- 2012م" في صحف الدراسة. فيأتي في صحيفة **الحرية والعدالة** بنسبة "23,22%". تليها صحيفة **الوفد** بنسبة "22,03%". فصحيفة **النور** بفارق ضئيل حيث بلغت نسبته "21,77%". ثم صحيفة **المصري اليوم** بنسبة "18,43%". لتأتي صحيفة **الأهرام** بنسبة "12,16%".

يلاحظ حرص الصحف الحزبية الثلاثة (الوفد ، الحرية والعدالة ، النور) على نشر تغطيتها الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م" على صفحتها الأولى والأخيرة مقارنة بكلاً من الصحف القومية ممثلة في صحيفة (الأهرام) ، الصحف الخاصة ممثلة في صحيفة (المصري اليوم) الأمر الذي قد يعكس درجة اهتمام الصحف الحزبية الثلاثة "محل الدراسة" بتغطية الانتخابات البرلمانية هذا فضلاً عن حرصها على لفت انتباه القارئ إلى الحملات الانتخابية لمرشحيها والمنشورة على صدر صفحتها الأولى والأخيرة.

- النتائج العامة للدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة والتي كان من أهمها:

1) استحوذت كلاً من (القضايا الأمنية والعسكرية)، (القضايا الاجتماعية) على اهتمامات الصحف الخمسة "محل الدراسة" مقارنة بغيرها من القضايا المطروحة في تغطيتها الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م".

2) جاء الإطار (الدعائي) في المرتبة الأولى من بين الأطر الإعلامية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخاب البرلمانية "2011 – 2012م" بصحف الدراسة. مع الأخذ في الاعتبار أن استخدام الصحف الحزبية "محل الدراسة" (للإطار الدعائي) كان بنسبة أعلى من استخدام كلاً من الصحف القومية والخاصة "عينة الدراسة" لهذا الإطار الإعلامي في تغطيتها الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م".

3) يغلب على الصحف القومية ممثلة في صحيفة (الأهرام) الاتجاه "الإيجابي" للمضمون الصحفي الخاص بالانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م". في حين يغلب على الصحف الحزبية ممثلة في كلاً من (الوفد ، الحرية والعدالة ، النور) اتجاه المضمون "السلبي" بينما يغلب على الصحف الخاصة ممثلة في صحيفة

(المصري اليوم) الاتجاه "المحايد" للمضمون الصحفي الخاص بالانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م".

4) تصدر كلاً من فن (الخبر ، التقرير الإخباري الفنون الصحفية الأكثر استخداماً في التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م". في الصحف الخمسة "عينة الدراسة".

5) جاء استخدام الصحف الحزبية "محل الدراسة" لفن "الحديث الصحفي" على نسبة أعلى بكثير من استخدام كلاً من الصحف القومية والخاصة "عينة الدراسة" لهذا الفن الصحفي وذلك في تغطيتها الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م".

6) اهتمت كلاً من الصحف القومية والخاصة ممثلة في صحيفتي (الأهرام ، المصري اليوم) بنشر التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م" في (صفحتها الداخلية) بينما حرصت الصحف الحزبية ممثلة في صحف (الوفد ، الحرية والعدالة ، النور) بنشر تغطيتها الصحفية للانتخابات البرلمانية "2011 – 2012م" على صدر صفحاتها (الأولى)، (الأخيرة).

توصيات ومقترحات الدراسة:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة توصي الدراسة بما يلي:

1) ينبغي على الصحف المصرية "القومية والخاصة" أن ترفع من نسبة اهتمامها للانتخابات البرلمانية وذلك من خلال العمل على زيادة مساحة النشر التي تخصصها هذه الصحف لتغطية الانتخابات البرلمانية. هذا فضلاً عن اختيار مواقع نشر متميزة لعرض وإبراز هذه التغطية على صدر صفحاتها.

2) ينبغي أن تقوم المؤسسات الصحفية للانتخابات بالتعاون مع نقابة الصحفيين لتنظيم دورات تدريبية للصحفيين عن فن تغطية الانتخابات وذلك سعياً وراء

تقديم تغطية صحفية متميزة للانتخابات يتحقق فيها قدراً مناسباً من الحياد الإعلامي.

3) ينبغي على الصحف المصرية أن تتبنى حملات توعية خاصة بالمشارك السياسية وأهميتها في صنع مستقبل الوطن وذلك بهدف حث القراء على المشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية القادمة مما من شأنه أن يرفع من مكانة هذه الانتخابات وأهميتها في نفوس المواطنين وينمي وعيهم بها وبالتالي يفعل من مشاركتهم السياسية في الانتخابات البرلمانية المقبلة.

مراجع الدراسة:

1) محمود منصور هيبة: "الخطاب الصحفي لانتخابات الرئاسة، 2005م في الصحف المصرية: دراسة تحليلية"، القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (28)، أكتوبر – ديسمبر 2007م، ص ص 305-306.

2) عاطف عدلي العبد: "الرأي العام وطرق قياسه"، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1999)، ص94.

3) عبد الحميد حجازي: "الرأي العام والإعلام والحرب النفسية"، (القاهرة: دار الزهراء، 1997)، ص93.

4) أشرف صالح – محمود علم الدين: "مقدمة في الصحافة"، (القاهرة: برنامج بكالوريوس الإعلام، 2004)، ص154.

5) عزيزة عبده : "الإعلام السياسي والرأي العام ـ دراسة في ترتيب الأولويات"، (القاهرة: دار الفجر، 2004م)، ص166.

6) مجدي حلمي: "الإنتخابات والقانون الدولي"، (القاهرة: مفوضية الإتحاد الأوربي – برنامج المبادرة الأوربية للديمقراطية وحقوق الإنسان، 2006)، ص93.

7) حازم منير: "الإعلام والانتخابات"، (القاهرة: المؤسسة المصرية للتدريب وحقوق الإنسان، 2006م)، ص18.

8) ثريا أحمد البدوي: "الإعلام والإصلاح السياسي في مصر – دراسة مسحية، فنومنولوجية مقارنة بين الجمهور والنخبة"، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، القاهرة، كلية الإعلام، مايو 2000م، ص ص 32-34.

9) إيمان نعمان جمعة: "اتجاهات المعالجة الصحفية لحملة الانتخابات الرئاسية وأثرها على معارف وإتجاهات الناخبين"، القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد "2"، يوليو – ديسمبر 2005م، ص149.

10) Stromberg, “Mass media and public opinion”, European Economic Review, VOI. 45, No.4, 2001, P.P 656-663.

11) إنجي طه سيف النصر: "توظيف الأحزاب المصرية للتليفزيون والإنترنت في الحملات الانتخابية واتجاهات الجمهور نحوها"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2013م).

12) سلوى سلميان عبد الحميد: "العوامل المؤثرة على القرار الانتخابي – دراسة تطبيقية على الانتخابات التشريعية في مصر ما بعد الثورة"، بحث منشور، في المؤتمر العلمي الأول لكية الإعلام الكندية بعنوان "مستقبل الإعلام بعد الثورات العربية"، القاهرة، جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام، 2012م.

13) إيناس عبد الحميد الخربي: "تحليل العلاقة بين حملات التوعية الانتخابية وسلوك الناخبين – نموذج مقترح"، بحث منشور، في المؤتمر العلمي الأول لكية الإعلام الكندية بعنوان "مستقبل الإعلام بعد الثورات العربية"، القاهرة، جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام، 2012م.

14) Jason A. Martin. CONNECTING CAPAIGN COVERAGE, NEWS MEDIA USA, AND ISSUE KNOWLEDGE IN THE 2010 SENATE MIDTERM ELECTION. PH.D Indiana University, May 2010, Available at: http://www.uesf.edu.

15) Jens Hoff,. "Election campaigns on the internet: How are voters affected?" international Journal of E-Politics, volume 1, Issue, p.p 22-40, 2010.

16) محمد رضا محمد حبيب: "معالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الفساد في مصر"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2014م.

17) منار بيان الراجحي: "أطر التغطية الإخبارية للاستجوابات البرلمانية في الصحف الكويتية"، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد التاسع، العدد (4)، يوليو / ديسمبر 2010م.

18) Caryantes, D.M, Murphy, P.J, Success or Chaos?: Framing and Ideology in News Coverage of the Iraqi National Elections, Gazette, Vol. 72 (2), 2010, pp. 151-170.

19) Stromback, J, Van Aelst, P, Exploring Some Antecedents of the Media's Framing of Election News: A Comparison of Swedish and Belgian Election News, International Journal of Press/Politics, 15 (1), 2010, pp. 41-59.

20) Fahmy, S, contrasting visual frames of our times: A framing analysis of English – and Arabic – Language press coverage of war and terrorism, Gazette, 72 (8), 2010, pp. 695 – 717.

21) Puld. Angels, News Framing Journal of Communication, voI. 52 , No. 4, December 2002, p. 75.

22) Holla. Semetko and pattivol kenburg, Framing European. Politics journal of communication, voi – 50 No. 2, spring 2000, p.93.

23) حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد: " الاتصال ونظرياته المعاصرة "، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط4، 2003)، ص350.

24) خالد صلاح الدين: " دور التليفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية" ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، 2001م، ص 73 .

25) عامر قنديلجي: "البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات"، (الأردن: اليازوري، العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 1999م)، ص106.