

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	المحتويات
١ ٣ ٤ ٨-٥	- داخل العدد - هيئة التحرير - هيئة المحكمين - الافتتاحية
٧١-٩	١ رؤية الإعلاميين والتربويين لتطوير الأنشطة الإعلامية (الصحافة والمسرح) والقائم بالإتصال بالمدارس الليبية . د . أحمد حسين محمد
١٣١-٧٣	٢ مصداقية الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام الخاصة في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير . د . محمود رمضان أحمد
١٦١-١٣٣	٣ دور وسائل الإعلام المصرية لتشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشاركة في التصويت على الدستور المصري لعام ٢٠١٢ . د . أحمد حسين محمد
٢٠٥-١٦٣	٤ انعكاسات استخدام الجمهور العربي للمواقع الإلكترونية المتخصصة وعلاقته بمستوى المعرفة الرياضية . د . عبدالصديق حسن
٢٣٤-٢٠٧	٥ معالجة الصحف العربية على الإنترنت لقضايا العلوم والتكنولوجيا . د . طلعت عبد الحميد عيسى
٢٧٠-٢٣٥	٦ اتجاهات الجمهور المصري نحو الإعلانات المنشورة في الصحف الدينية الإسلامية . د . عبدالحكم أبو حطب
٣٤٢-٢٧١	٧ Citizen Journalism & Human Rights Videos Advocacy. Dr.Jailan Sharaf
٤٠٢-٣٤٣	٨ العوامل المؤثرة في أداء القانمين بالاتصال في الملفات التفاعلية بالمواقع الإلكترونية المصرية . د . نشوي يوسف اللواتي
٤٢٣-٤٠٣	٩ الآثار الاجتماعية التي تتركها الإعلانات التليفزيونية على الجمهور المصري . د . م . علا عبدالقوى عامر
٤٥٦-٤٢٥	١٠ الخطاب الإعلامي لمدونات أعضاء جماعة الإخوان المسلمين . د . حسام محمد إلهامي

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية

٦٥٥٥

العدد التاسع والثلاثون

يناير ٢٠١٣ م

مجلة

البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة  
أ.د. أسامة العبد

رئيس التحرير  
أ.د. عبد الصبور فاضل

مديرا التحرير  
أ.د. عرفه عامر  
أ.د. محمود حماد

الإشراف الفني  
أ.د. سامي الحكومي

سكرتير التحرير  
د. محمد أحمد هاشم الشريف

توجه المراسلات باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالي : القاهرة -  
جامعة الأزهر - كلية الإعلام ت : ٠٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

المراسلات

٥٠ جنيها مصريا  
٤٠ دولارا أمريكيا

داخل جمهورية مصر العربية  
خارج جمهورية مصر العربية

السعر  
للتسعة الواحدة

## هيئة المحكمين

- أ.د : فاروق أبو زيد
- أ.د : على عجووة
- أ.د : انشراح الشال
- أ.د : ماجى الحلوانى
- أ.د : منى الحديدى
- أ.د : عدلى رضا
- أ.د : سامى الشريف
- أ.د : حسن عماد مكاوى
- أ.د : أشرف صالح
- أ.د : شريف درويش اللبان
- أ.د : نجوى كامل
- أ.د : شعبان شمس
- أ.د : جمال النجار
- أ.د : سليمان صالح
- أ.د : عبد الصبور فاضل
- أ.د : فوزى عبد الغنى
- أ.د : محمود إسماعيل

جميع الآراء الواردة فى المجلة تعبر عن رأى أصحابها ولا تعبر عن رأى المجلة

العدد التاسع والثلاثون - يناير ٢٠١٣ م

**دور وسائل الإعلام المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور  
نحو المشاركة في التصويت على الدستور المصري لعام ٢٠١٢م**

إعداد

**د. أحمد حسين محمد**

**أستاذ الإعلام المساعد في قسم الإعلام بجامعة سوهاج**

## مقدمة:

تعد وسائل الإعلام مصدرًا رئيسًا يلجأ إليها الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية، الثقافية، والاجتماعية بسبب فاعليتها الاجتماعية والسياسية وانتشارها الواسع، فهذه الوسائل تمتلك الإمكانية على التأثير الذي لا يأخذ صورة مباشرة وإنما يقوم بتشكيل الوعي السياسي بصورة غير مباشرة، وبوتيرة متسارعة غير ملحوظة دون مقدمات، كما تمثل هذه الوسائل عنصرًا مؤثرًا في حياة المجتمعات باعتبارها الناشر، والمروج الأساس للفكر والثقافة، وتسهم بفاعلية في عملية تشكيل الوعي السياسي للأفراد، وفي السنوات الأخيرة اكتسبت وسائل الإعلام، باختلافها، أبعادًا جديدة زادت من قوة تأثيرها على الأفراد والجماعات.

ومما لا شك فيه أن وسائل الإعلام باتت تشكل حاجة مجتمعية لا غنى عنها في عالم اليوم ويقع عليها عبء تلبية حق الإنسان في الاتصال والمعلومات والتعبير الحر عن الرأي، وتمكين الرأي العام من ممارسة الرقابة الشعبية على أداء مؤسسات الدولة والمجتمع.

وباتت تؤدي أدوارًا ووظائف على نحو تجاوزت فيه حدود كل التصورات التي تتصل بوظائفها وأدوارها، خاصة في تصنيع الرأي العام، وتشكيل العقول وإحياء الأيديولوجيات أو إسقاطها، ودعم الأنظمة السياسية والاقتصادية أو هدمها.

لذا حظي موضوع وسائل الإعلام وتأثيراتها ودورها ووظائفها باهتمام العديد من المفكرين، والأكاديميين، والباحثين؛ لما لها من دور في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة.

وإزاء ذلك الدور المتعظم، الذي تقوم به وسائل الإعلام والاتصال، وإزاء التحديات والضغوط التي تواجه المجتمع المصري، كانت هذه الدراسة، للوقوف على الدور التي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في الحياة السياسية لدى الرأي العام، بهدف التعرف على تأثير وسائل الإعلام في إثارة الوعي لدى الجمهور المصري بأهمية المشاركة في التصويت على الدستور المصري الجديد لعام ٢٠١٢.

وتتبع أهمية الدراسة في أنها قد تسهم في فهم طبيعة دور وسائل الإعلام وتأثيرها على إثارة الوعي لدى الجمهور المصري بأهمية المشاركة السياسية من خلال حثهم على التصويت على الدستور.

وإستخدام الباحث منهج " المسح الاعلامي باعتباره أنسب المناهج البحثية لمثل هذه الدراسات، حيث قام الباحث بإعداد استبانته شملت عدة محاور، تضمن المحور الأول على البيانات الأولية الخاصة بعينة الدراسة، والثاني يدور حول مدى تعرض الجمهور المصري لوسائل الاعلام. والمحور الثالث: يحاول الوقوف على تأثير وسائل الاعلام على حث الجمهور على المشاركة في عملية التصويت على الدستور. المحور الرابع: يتعلق بتقييم الجمهور للحملات الاعلامية التي قامت بها وسائل الاعلام بخصوص حث الجمهور علي المشاركة في التصويت على الدستور. أما المحور الخامس: فانه يسعى الى قياس قدرة وسائل الاعلام في احداث عملية التحول الديمقراطي. وقام الباحث بتطبيق تلك الإستبانة بعد التأكد من صدقها وثباتها من خلال عمل " ثبات الإعادة " على عينه مكونه من ٣٠٠ شخص من الجمهور المصري. وبعد جمع البيانات، ثم تحليلها بهدف معرفة تأثيرات ودور وسائل الإعلام في بلورة وتشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور المصري من خلال حثه على المشاركة في عملية التصويت على الدستور المصري الجديد لعام ٢٠١٢.

كما يناقش البحث طبيعة الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في دعم عملية التطور الديمقراطي والإصلاح السياسي، على اعتبار أنها تمثل منابر للتعبير وطرح الرؤى والتوجهات السياسية المختلفة، وذلك من خلال الوقوف على مدى تأثيرها ودورها في حث الجمهور على المشاركة في التصويت على الدستور المصري الجديد لعام ٢٠١٢.

### الإطار النظري للدراسة:

تندرج هذه الدراسة تحت بحوث الاتصال التي تبحث في إمكانية تغيير الآراء والاتجاهات عن طريق وسائل الاتصال المتباينة، باعتبار أن وسائل الاتصال هي حلقة الوصل بين الجماهير والنظام الحاكم صانع القرارات.

وتستند هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory، نظراً لطبيعة موضوع الدراسة والظرف التي الذي تجري فيه.

حيث تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إحدى النظريات التي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على كل من الفرد والمجتمع، وتعتبر هذه النظرية إحدى نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، التي تضع جميع العناصر والظروف المتصلة بالعملية الاتصالية في الاعتبار، وترى أن وسائل الإعلام عبارة عن نظم اجتماعية ذات طبيعة بنائية تتفاعل مع النظم الأخرى في المجتمع، وتراعي الخصائص النفسية والاجتماعية لأعضاء الجمهور.

وتقوم الفكرة الجوهرية للنظرية على أساس أن المتغير الأساسي لفهم كيف، ومتى، ولماذا تؤثر الوسائل الإعلامية على معتقدات الجمهور وأحاسيسهم أو سلوكهم – هو درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، والاعتماد وفقاً لهذا الإطار يعرف كعلاقة يستطيع من خلالها الأفراد انجاز أهدافهم بناءً على مصادر معلومات النظام الإعلامي.<sup>٢</sup>

والنقطة الهامة في هذه النظرية، أن وسائل الإعلام ستؤثر في الناس عندما يعتمدون على

المعلومات المقدمة من خلالها"

وقد استخدم الباحث هذه النظرية انطلاقاً من أن هذه النظرية تربط بين وسائل الإعلام والظروف المجتمعية – فهي نظرية ذات منشأ سيكولوجي وظيفي. ونظرية بيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وتبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة ببعضها، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بتلك العلاقات هذا من ناحية، هذا الي جانب مناسبتها لموضوع البحث من ناحية أخرى حيث انها تقوم على عدة افتراضات تتناسب والظرف الاتصالي لأجراء البحث فهذه النظرية تقترض أن:<sup>٣</sup>

<sup>١</sup>مرفت الطرايحي ، و عبد العزيز السيد : نظريات الإتصال ( القاهرة : دار النهضة العربية ) الطبعة الأولى ، ٢٠٠٦ ص ١٢٠

<sup>٢</sup>Pablo Halpern : Media Dependency and Political Perception in an Authoritarian Political System, (London : Journal of Communication ) Vol. 4 , No. 3, P60, 2009

[This journal is available at Proquest database in Bibliotheca Alexandrina .](#)

<sup>٣</sup>Stephen W. little John : Theories of Human Communication (Australia : Wads Worth ) 2002 P.325

- ١- درجة الاستقرار في النظام الاجتماعي تختلف نتيجة التغيرات المستمرة وتبعاً لهذا الاختلاف تتزايد وتقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار ، وبالتالي تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة الأزمات وعدم الاستقرار.
  - ٢- يعتبر النظام الإعلامي مهماً للمجتمع وتزداد درجة الاعتماد عليه في حالة اشباعه، وتقل درجة اعتماده على النظام الإعلامي في حالة الأزمات واعتماده على وسيلة بديلة للمعلومات .
  - ٣- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لاختلافهم في الاهداف والحاجات الفردية .
  - ٤- أنه كلما زاد التهديد والأزمات والكوارث والتقلبات زادت الحاجة إلى المعلومات والتوجيه والتعريفات وزادت كثافة الاعتماد.
- وهذه الفرضيات قد توفرت في الظرف الاتصالي لزمن اجراء البحث، حيث يمر المجتمع المصري بحالة يحتدم فيها الصراع بين مختلف اطرافه، والعديد من الازمات والتهديدات والكوارث والتقلبات سواء على كافة المستويات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وحالة عدم الاستقرار الامني، وبالتالي اضحت وسائل الاعلام تكاد تكون المصدر الرئيس الذي يعتمد عليها الجمهور المصري في الحصول على المعلومات، التي تلبي حاجاته المعرفية، التي تساعد على اتخاذ القرار في مواقفه الحياتية، خاصة في بلورة موقفه حول المشاركة في التصويت على مسودة الدستور.

### الدراسات السابقة:

تناولت العديد من الدراسات السابقة العربية والأجنبية موضوع الوعي السياسي والمشاركة السياسية وعلاقته بوسائل الإعلام بشكل عام، والوعي السياسي للشباب الجامعي بشكل خاص، نذكر منها:-

#### • دراسة (Glenn Leshner, Michael Mekean) - تأثير الأخبار التلفزيونية على المعرفة السياسية)

استهدفت هذه الدراسة التعرف على تأثير الأخبار التلفزيونية على المعرفة السياسية للمواطن الأمريكي، واستخدمت منهج المسح من خلال استمارة استبيان طبقت على عينة من المواطنين الأمريكيين في ولاية ميزوري. وتوصلت إلى أن الأخبار التلفزيونية قد دعمت من معرفة جمهور المشاهدين بمرشحي مجلس الشيوخ.

#### • دراسة (Robert, E, Lane) - تأثير وسائل الإعلام في المشاركة السياسية للأفراد:

استهدفت الدراسة التعرف على دور وسائل الإعلام في حث الأفراد على المشاركة السياسية، واستخدمت منهج المسح من خلال دراسة ميدانية طبقت على عينة من الأفراد، ودراسة تحليلية طبقت على عينة وسائل الإعلام (الراديو والصحف والتلفزيون والمجلات)، للتعرف على مدى تأثير المضمون على الجمهور. وكان من أبرز نتائج الدراسة: أن هناك ارتباط قوي بين التعرض لوسائل الإعلام والمشاركة السياسية، حيث أثبتت الدراسة أن هناك علاقة طردية بين تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ووعيهم للقضايا السياسية، ومشاركتهم في صنع القرار السياسي.

<sup>1</sup>Glenn Leshner, Effects on Political Knowledge and Cynicism, Journalism & Mass Communication Quarterly March 2013 vol. 90 no. 1 5-22

<sup>2</sup>Dimitri Kelly, Biased News and Political Participation, UW Wisconsin-Madison, March 2011.



### • دراسة (نانلة إبراهيم عمارة- دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية ٢٠٠٥)<sup>٦</sup>

هدفت الدراسة إلى رصد تأثير التغطية الإعلامية على معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو المرشحين في الانتخابات الرئاسية في سبتمبر ٢٠٠٥م. واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال استمارة استبيان تم تطبيقها على عينة عشوائية طبقية تم سحبها من محافظات القاهرة الكبرى حجمها (٤٠٠) مفردة. وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: توجد تباينات بين المعتمدين على وسائل الإعلام في مستوى المعرفة بالانتخابات الرئاسية، فالأكثر اعتماداً على القنوات الفضائية العربية أكثر عمقا في المعرفة بالانتخابات المصرية، والأكثر اعتماداً على الصحف أكثر معرفة بشكل عام. والأكثر اعتماداً على وسائل الإعلام الحكومية (صحافة - تلفزيون - راديو) أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية، بينما الأكثر اعتماداً على الصحف المستقلة والحزبية أكثر سلبية في اتجاهاتهم. والأعلى في المستوى الاقتصادي والتعليمي هم الأكثر معرفة بالانتخابات الرئاسية المصرية، وهم الأقل إيجابية في اتجاهاتهم نحو هذه الانتخابات.

### • دراسة (محمود منصور هيبه - دور الصحافة المصرية في دعم المشاركة السياسية)<sup>٧</sup>

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل علاقة التفاعل أو التأثير والتأثر بين قراءة المضمون الصحفي ومشاركة طلاب الجامعة في الانتخابات البرلمانية ٢٠٠٥م. واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه، المسح الشامل للمضمون، والمسح بالعينة للجمهور، كما استخدمت المنهج المقارن. وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في (٣) صحف حكومية وحزبية وخاصة هي (الأهرام - الوفد - الأسبوع)، والتي اشتملت على (١٢٠) عدد بينما تمثلت عينة الدراسة الميدانية لطلاب جامعة بنها حيث تم اختيار كليتين نظريتين وكليتين عمليتين ممثلة للجامعة. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أوضحت الدراسة الميدانية أنه كلما زاد التعرض للمضمون الصحفي السياسي كلما زادت حدة المشاركة السياسية بكافة أشكالها، وهو ما توصلت إليه الدراسة التحليلية في إطار تفعيل المشاركة.

### • دراسة (أميمة محمد عمران - دور الصحافة الحزبية في المشاركة السياسية)<sup>٨</sup>

استهدفت الدراسة التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في مجال المشاركة السياسية للمرأة الريفية. استخدمت الدراسة منهج المسح، والمنهج المقارن. واستخدمت استمارة استبيان طبقت على عينة من السيدات العاملات الريفيات بلغت (١١٠). وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها: حرص المرأة الريفية على متابعة ما تعرضه وسائل الإعلام من مواد وموضوعات سياسية، وجاء التلفزيون في مقدمة الوسائل التي تعتمد عليها المرأة ويليه الصحف ثم الراديو. وأن هناك علاقة إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للراديو ومعدل المشاركة

<sup>٦</sup> نانلة إبراهيم عمارة دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر

٢٠٠٥، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٦.

<sup>٧</sup> محمود منصور هيبه، دور الصحافة المصرية في دعم المشاركة السياسية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٦.

السياسية للمرأة الريفية. كما توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام ومعدل المشاركة في العمل السياسي.

#### • دراسة (إيناس أبو يوسف - الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات)<sup>1</sup>

هدفت الدراسة إلى التعرف على الوعي السياسي والانتخابي لطلاب جامعة القاهرة قبيل الانتخابات البرلمانية في مصر ٢٠٠٠م، كما سعت الدراسة إلى إبراز دور وسائل الإعلام في تشكيل وعي الطلاب والمشاركة السياسية. واستخدمت منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة (١٧٠) مفردة من خلال استمارة استبيان. ومن أبرز نتائج الدراسة: أن الغالبية العظمى من طلاب الجامعة تحرص على قراءة الصحف. وأن أهم القضايا التي تابعها الطلاب في الصحف الحزبية هي: قضايا الفساد، والمشكلة الفلسطينية، وقضايا الديمقراطية. وأوضحت الدراسة أن (٨٣%) من الطلاب المبحوثين لا يستمعون للبرامج السياسية في الإذاعة، فيما أشار (٧٢%) من الطلاب إلى حرصهم على مشاهدة البرامج السياسية التلفزيونية.

#### • دراسة (حنان محمد يوسف - دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشا السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى)<sup>١١</sup>

هدفت الدراسة للتعرف إلى أي مدى تساعد المادة الخبرية التلفزيونية في تدعيم المشاركة السياسية لدى الشباب، واستخدمت الدراسة منهج المسح حيث تم مسح عينة من شباب القاهرة (٤٢٠) من خلال استمارة استبيان.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: اعتماد أفراد العينة على التلفزيون للحصول على الأخبار. وأن لمتابعة الأخبار دور كبير في قيامهم بالتصويت في الانتخابات.

#### • دراسة (Jems Strouse - تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات الفرد وسلوكه السياسي)<sup>١١</sup>

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات الفرد وسلوكه السياسي، واستخدمت منهج المسح والمنهج المقارن، وطبقت على عينة من الأفراد من الحضر والريف. ومن أبرز نتائج الدراسة: أن زيادة تعرض الفرد لوسائل الاتصال تزيد من الدافعية السياسية لديه، كما أن زيادة التعرض لوسائل الاتصال تزيد من الاهتمام السياسي للفرد. وأن تأثير وسائل الاتصال على المشاركة السياسية للفرد يزداد في المناطق الريفية عنها في المناطق الحضرية.

#### • دراسة (نادية حسن سالم - تأثير وسائل الإعلام على عملية المشاركة السياسية عند المواطن المصري).<sup>١٢</sup>

هدفت الدراسة التعرف على مدى تأثير وسائل الإعلام على عملية المشاركة السياسية لدى المواطن المصري، وتبنت منهج المسح الإعلامي، واستخدمت استمارة استبيان طبقت على عينة من المواطنين المصريين في الريف.

١١- إيناس أبو يوسف، الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات، مجلة الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، (١٩٩٠)، ص ٧٢.

١٢- حنان محمد إسماعيل يوسف، دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى، رسالة ماجستير بحوث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٩، ص ٦٩.

١١. Jems Strouse, The efficacy of issue and character attack message strategies in political campaign communication, Communication Reports, Volume 2, Issue 2, 1989

١٢- نادية حسن سالم، تأثير وسائل الإعلام على عملية المشاركة السياسية عند المواطن المصري، دراستي تجريبية على عينتين الريفي، المجلة الاجتماعية، القاهرة، المجلد ١٧، العدد ٣- ٢، مايو، ١٩٨٠.

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة: تبين أنه كلما تعرض المواطن للوسيلة الإعلامية كلما زادت رغبته في المشاركة الفعلية في الانضمام للأحزاب السياسية.

تاسعا: دراسة (Sidny Kraus, Dennis Davis) – تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على السلوك السياسي<sup>13</sup>

استهدفت هذه الدراسة التعرف على تأثير وسائل الاتصال المطبوعة والمسموعة والمرئية على السلوك السياسي للمواطن الأمريكي، واستخدمت منهج المسح من خلال استمارة استبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها: أن لوسائل الاتصال الجماهيري بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة تأثير كبير على المواطنين الأمريكيين فيما يتعلق بقرار التصويت في الانتخابات. وأن دور الراديو والتلفزيون في خلق المعرفة السياسية أكثر تأثير من الصحف. وتبين أن الصحف أكثر تأثير من الراديو والتلفزيون فيما يتعلق بالمشاركة السياسية وإثارة المناقشات السياسية.

### التعليق على الدراسات السابقة:

وهكذا من خلال استعراض الدراسات السابقة نلاحظ كثرة البحوث التي تتناول الوعي السياسي لدى الجمهور، ودور وسائل الإعلام في تشكيل هذا الوعي، والمشاركة السياسية، ويمكن التعليق على هذه الدراسات من عدة محاور تتعلق بعملية الاتصال، والمنهج والادوات والعينة على النحو التالي:

**أولاً:** من حيث عملية الاتصال: يلاحظ من خلال استعراض تلك الدراسات أنها ركزت على ثلاثة عناصر من عناصر عملية الاتصال، وهم الرسالة، وذلك من خلال دراسة مدى تأثير المضمون على الجمهور وركزت موضوعات معظم الدراسات على قياس تأثير وسائل الإعلام في المشاركة السياسية للأفراد، ودراسة دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور، كما ركزت على الجمهور من خلال استخدامها أسلوب العينة على الجمهور الذي يتعرض لوسائل الإعلام كما ركزت على رد الفعل من خلال قياس مدى تأثير الرسائل على سلوك الجماهير تجاه الموضوعات التي تتناولها، واهملت عنصري القائم بالاتصال (المصدر) والوسيلة.

**ثانياً:** من حيث المنهج يلاحظ ان معظم الدراسات سواء العربية أو الاجنبية استخدمت منهج المسح الاعلامي، وبعضها استخدم المنهج المقارن. الا انه يلاحظ أن كل تلك الدراسات باستثناء دراسة واحدة لم توضح الاسلوب الذي تم استخدامه من أساليب من أساليب منهج المسح الذي يشتمل على العديد من الأساليب. هذا الي جانب لم تستخدم اي دراسة المنهج التجريبي.

**ثالثاً:** أما بالنسبة للادوات التي استخدمها تلك الدراسات فيلاحظ أنها قد ركزت على الدراسات الميدانية باستخدام أداة الاستبيان. وبعض الدراسات استخدمت تحليل المضمون.

**رابعاً:** أما بالنسبة للعينة فيلاحظ ان معظم الدراسات اعتمدت على اسلوب العينة في الحصول على المعلومات.

<sup>13</sup>The effects of mass communication on political behavior / Sidney Kraus and Dennis Davis. University Park : Pennsylvania State University Press, ©1976

هذا إلى جانب أنه يلاحظ من نتائج تلك الدراسات أنها أشارت إلى الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في أحداث الحراك السياسي في المجتمعات، ودفع هذه المجتمعات إلى تبني الفكر الديمقراطي، والخروج من نظم الحكم الشمولية والديكتاتورية. حيث أشارت نتائج بعض الدراسات أن وسائل الإعلام تقوم بدور كبير في تشكيل الوعي السياسي، وارتفاع حجم المشاركة السياسية في مجالاتها المتنوعة، وخلق المعرفة السياسية.

والملاحظ أيضا من تلك الدراسات اهتمامها بقياس التأثير المعرفي لوسائل الإعلام على الجمهور المدروس من خلال استخدامه للمعلومات السياسية التي تقدمها الوسيلة الإعلامية، وأثر ذلك على الجانب السلوكي المرتبط بعملية التصويت الانتخابي. وخاصة الدراسات الأجنبية

### أوجه الاستفادة من هذه الدراسات السابقة:

يمكن أن النظر إلى أوجه الاستفادة من زاويتين؛ الأولى: أن هذه الدراسات أوجت للباحث بفكرة الدراسة، فمن خلال مطالعتها لاحظ اهتمامها بتأثير وسائل الإعلام على الفرد في المجتمع، وكانت دافعا للباحث في قيام الباحث بإجراء هذه الدراسة للوقوف على دور وسائل الإعلام وتأثيرها على حث الجمهور المصري على المشاركة في التصويت على الدستور المصري الجديد لعام ٢٠١٢. أما الزاوية الثانية فلقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة في بلورة الفكرة التي يدور حولها موضوع البحث، وأهميتها، وأهدافها، وتحديد تساؤلاتها، وبناء فروضها على أساس علمي، كما استفادة منها في بناء أداة بحثه المستخدمة (الاستبيان).

### مشكلة الدراسة:

تتلخص مشكلة الدراسة في: الجدل السائد بين الأكاديمين والمهنيين، واختلاف رؤاهم واتجاهاتهم حول تغطية وسائل الإعلام في التصويت على الدستور الجديد لعام ٢٠١٢. وتأثيرات هذه الوسائل في حث الجماهير على المشاركة في التصويت على الدستور. فقد شهدت مراحل الاستفتاء على مسودة الدستور المصري الجديد تغطية إعلامية مكثفة وصفها البعض<sup>(٤)</sup> بالتغطية الحرفية المتوازنة، في حين رأى آخرون أنها كانت متحيزة مع أو ضد مسودة الدستور بعيدا عن المهنية والحياد.

فقد ثار جدل كبير حول عملية التغطية من وجهة نظر المهنيين والأكاديميون فقال البعض إن تغطية القنوات التليفزيونية والصحف الحكومية والحزبية والخاصة للاستفتاء اتسمت بقدر كبير من المهنية والتميز، وبدأت فيها الموضوعية وتحري الدقة في نقل فعاليات الاستفتاء. وفي المقابل رأى البعض أن "المشهد الإعلامي في مصر مرتبك وفوضوي، فالحيادية والموضوعية غير موجودة في مراعاة نقل المشهد، ويرون أنه لا توجد أي قواعد مهنية بتاتاً داخل الإعلام". وأشاروا إلى ضرورة مراجعة أوضاع وسائل الإعلام، لأن كثيرا مما تعرضه يناقني المصدقية والمهنية، ومن شأنه يؤدي لتضليل الرأي العام.

وقد أشار البعض إلى أن هناك توجهين رئيسيين في التغطية الإعلامية للاستفتاء، فالأول كان يدعو للتصويت "بلا"، والتوجه الآخر يؤيد الدستور ويطالب الناخبين بأن يقولوا "نعم" ويرى أصحاب هذا الاتجاه أن هذه التغطية جاءت على حساب إهمال دور الإعلام الرئيسي في التوعية والتثوير بمسودة الدستور.

ولهذا جاءت هذه الدراسة لتجيب عن التساؤل التالي الذي تتبلور من خلاله مشكلة الدراسة وهو: إلى أي درجة أثرت وسائل الإعلام الجماهيرية المصرية في توجيه الآراء والاتجاهات النفسية والذهنية للناخب المصري في التصويت على الدستور الجديد لعام (٢٠١٢) ؟

### أهمية الدراسة :

ترجع أهمية هذه الدراسة في انها تضعنا " أمام إشكالية ما بين حق الإعلام في التعبير، وحق الجمهور في الحصول على المعلومة المتوازنة ومساءلة وسائل الإعلام في حال الخطأ". ولذا فان هذه الدراسة تحاول رصد التغطية الإعلامية للاستفتاء علي الدستور، بغية معرفة كيفية معالجتها من وجهة نظر الجمهور الذي يتعرض لها من أجل وضع اسس علمية لإعلام محايد يوازن بين حقه في التعبير، وحق الجمهور في الحصول على المعلومة المتوازنة والموضوعية.

كما أنها تضع أمام القائمين على وسائل الاعلام أيضا سلبيات أداء هذه الوسائل في معالجتها وتناولها لقضية وأزمة الدستور، تلك الازمة المرتبطة بعملية التحول الديمقراطي، خاصة وأن البعض يتطلع إلى دور أكثر فاعلية ومسئولية للإعلام في تهيئة الجمهور للمرحلة الجديدة وتوجيهه وتعبئة الرأي العام باتجاه تحقيق أهداف معينة لصالح المجتمع. هذا بالإضافة الى ان الدراسة تحاول الكشف عن العلاقة بين وسائل الاعلام واتجاهات الرأي العام.

### أهداف الدراسة:

وانطلاقاً من هذه الأهمية فان الدراسة تسعى الى تحقيق الاهداف التالية:

- ١- استهدفت الدراسة حسم الجدل السائد بين الاوساط الاعلامية المهنية والاكاديمية حول تناول وتغطية وسائل الاعلام المصرية لقضية الاستفتاء علي الدستور المصري الجديد لعام ٢٠١٢.
- ٢- تسعى الدراسة إلى إبراز دور وسائل الإعلام في تشكيل وعي الجمهور المصري وحثهم نحو المشاركة في عملية التصويت على الدستور الجديد لعام ٢٠١٢.
- ٣- الوقوف على مدي الموضوعية التي اتسمت بها وسائل الاعلام في تناولها لقضية الاستفتاء علي الدستور الجديد لعام ٢٠١٢ من وجهة نظر الجمهور الذي يتعرض لهذه الوسائل.
- ٤- توضيح مدى قدرة وسائل الاعلام علي توجيه الرأي العام نحو قبول أو رفض الدستور الجديد لعام ٢٠١٢.
- ٥- الوصول إلى نتائج توضح مدى ارتباط العلاقة بين وسائل الاعلام والتأثير على اتجاهات الرأي العام.
- ٦- تحديد أفضل وسائل الاتصال في تعريف الجمهور بمواد الدستور الجديد لعام ٢٠١٢..
- ٧- التعرف على أكثر وسائل الاتصال فاعلية في ممارسة الجمهور للمشاركة الانتخابية في التصويت على الدستور الجديد لعام ٢٠١٢..
- ٨- الوقوف على عوامل تفعيل المشاركة الانتخابية في الاستفتاءات والانتخابات القادمة.

### تساؤلات الدراسة:

في ضوء التحديد السابق لمشكلة الدراسة وأهدافها يمكن القول: إن هناك مجموعة من التساؤلات العلمية التي تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عنها. وقد تم تقسيم هذه التساؤلات إلى مجموعة من المحاور على النحو التالي:

**المحور الأول: يدور حول مدى تعرض الجمهور المصري لوسائل الاعلام ويشمل:**

- ١- ما مدى متابعة الجمهور المصري لوسائل الاعلام؟
- ٢- الي أي مدى يعتمد الجمهور المصري على وسائل الاعلام في الحصول على المعلومات المتعلقة بالدستور؟
- ٣- ما الوسائل الإعلامية الأكثر شيوعاً التي يتعرض لها الجمهور المصري لاستقاء معلوماته عن الدستور؟
- ٤- الي أي مدى حققت وسائل الاعلام الاهداف التي يريدها الجمهور من خلال تعرضه لتلك الوسائل؟

**المحور الثاني: يحاول الوقوف على تأثير وسائل الاعلام على حث الجمهور على المشاركة في عملية التصويت على الدستور:**

- ٥- ما حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في التأثير على وعي الجمهور في التصويت على الدستور سواء ب " نعم " أو " لا "؟
- ٦- ما التأثيرات المعرفية والسلوكية التي حققتها علاقة الاعتماد بين الجمهور ووسائل الاعلام؟

**المحور الثالث: تقييم الجمهور للحملات الاعلامية التي قامت بها وسائل الاعلام بخصوص حث الجمهور على المشاركة في التصويت على الدستور.**

- ٧- ما تقييم الجمهور للحملات الاعلامية التي قامت بها وسائل الاعلام بخصوص الدستور والاستفتاء عليه؟

**المحور الرابع: يدور حول قدرة وسائل الاعلام احدثات عملية التحول الديمقراطي:**

- ٨- الي أي مدى استطاعت وسائل الاعلام تدعيم فكرة الديمقراطية والمشاركة في العملية السياسية لاحداث عملية التحول الديمقراطي؟

## نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية descriptive survey التي تستهدف تصوير، وتقويم خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين، تغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة، أو موقف أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع. وهذه الدراسة تقوم على تشخيص وتقويم وتحليل لاتجاهات الجمهور المصري السياسية والثقافية والاجتماعية إزاء التصويت على الدستور، وتقييمهم لأدوار وسائل الاعلام نحوها وفقاً لوسائل الاعلام سواء كانت مقروءة، أو مسموعة، أو مرئية.

## منهج الدراسة:

يستخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح، وهو أحد أهم المناهج التي تعتمد عليها الدراسات الوصفية في تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر، حيث يتضمن هذا المنهج مجموعة أساليب وأدوات لجمع البيانات تتمثل في: مسح الرأي العام، تحليل المضمون، مسح جمهور وسائل الاعلام، ومسح أساليب الممارسة وسوف يستخدم الباحث من بين اساليب وادوات هذا المنهج، مسح الرأي العام ، ومسح أساليب الممارسة.

## مجتمع الدراسة :

تم تحديد مجتمع الدراسة بالعاملين في جامعة فاروس بكافة فئاتهم وانتماءاتهم وتنوع سماتهم الديموغرافية. وقد اختار الباحث هذا المجتمع لعدة أسباب من أهمها:

- ١- لكونه يمثل مجتمعا متكاملًا يتسم بالتنوع، وتطبيق عليه الشروط اللازمة لعملية التصويت وخاصة عاملي السن والاهلية.
- ٢- بالإضافة إلى أن هذا المجتمع محدد باطار مكاني مكن الباحث من تطبيق الدراسة بطريقة ميسرة.
- ٣- كما أن مجتمع الجامعة بطبيعة الحال يتسم بوعي وادراك العاملين فيه بما يحدث من تغيرات في البيئة المحيطة بهم.
- ٤- هذا بالإضافة الى ان جامعة فاروس مكان عمل للباحث، وهذه ميزة وفرت للباحث المقابلات واللقاءات مع أفراد عينة الدراسة التي من شأنها ترد على استفسارات المبحوثين عن بعض الاسئلة التي تثير النقاش، الى جانب تغطية بعض الجوانب التي قد تكون اغفلتها اسئلة الاستبيان.

## تحديد عينة:

تم اختيار الفرد كوحدة للعينة باعتبارها الأكثر دقة وملاءمة لهدف الدراسة، واستخدم الباحث العينة الطبقية التي أتاحت له تقسيم العينة إلى فئات ممثلة لمعظم مجتمع الدراسة والتي شملت: أساتذة جامعة، والطلاب، والموظفين بمختلف وظائفهم ومستوياتهم الإدارية القيادية والوسطى والدنيا ومؤهلاتهم التعليمية. وحدد الباحث حجم العينة بـ ( ٣٠٠ ) مبحوث تم توزيعهم بالتساوي على فئات العينة، تم اختيارهم جميعاً بالأسلوب العشوائي البسيط الذي يسمح لكل مفردة من مفردات مجتمع الدراسة بفرصة متساوية بالظهور في العينة والجدول التالي رقم (أ) يوضح السمات الديموجرافية لعينة الدراسة من حيث النوع، والسن، والوظيفة:

جدول رقم (أ) يوضح السمات الديموجرافية لعينة الدراسة

م	النوع	التكرار	النسبة %
١	ذكر	155	51.7
٢	انثى	145	48.3
المجموع			100%
م	السن	التكرار	النسبة %
١	أقل من ٢٠	62	20.7
٢	أقل من ٣٠	148	49.3
٣	أقل من ٤٠	59	19.7
٤	أقل من ٥٠	25	8.3
٥	أكثر من ٥٠	6	
المجموع			100
م	الوظيفة	التكرار	النسبة
١	دكتور	100	33.3
٢	طالب	100	33.3
٣	موظف	100	33.3
المجموع			100

يلاحظ من بيانات الجدول السابق رقم (أ) أن نسبة الذكور من أفراد عينة الدراسة قد مثلت ٥١,٧% ونسبة الإناث مثلت ٤٨,٧%, وأن متوسط العمر بالنسبة لأفراد العينة معظمهم من الشباب بنسبة عالية، حيث تراوحت نسبة من هم أقل من ٣٠ سنة ٤٩,٣%, ونسبة ٢٠,٧% تقل أعمارهم عن ٢٠ سنة، ونسبة من تقل أعمارهم ٤٠ سنة ١٩,٧%, ونسبة من تقل أعمارهم عن ٥٠ سنة ٨,٣%. أما من تزيد أعمارهم عن ٥٠ سنة فقد مثلوا نسبة ٢%, كما يلاحظ توزيع العينة على بالتساوي بين فئات العاملين من طلاب وموظفين، وأعضاء هيئة التدريس. وعلى هذا يمكن الجزم بأن العينة متنوعة وممثلة لمجتمع الدراسة.

### طرق جمع البيانات:

استخدم الباحث في جمع البيانات الأولية اللازمة أسلوب المقابلات الشخصية وذلك على النحو التالي:

- **المقابلة المقننه:** حيث قام الباحث بمقابلات شخصية مع وحدات المعاينة استخدم خلالها قائمة استقصاء أعدت خصيصا لجمع البيانات. ولقد تم تصميم إستبانة على ضوء مشكلة الدراسة حيث تم تغطية كل هدف من أهداف الدراسة بمجموعة من الأسئلة أو العبارات التي حققت الأهداف وأجابت عن التساؤلات. وبعد الاطلاع على أدبيات الدراسة والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، قام الباحثان بتصميم أداة الدراسة وتقسيمها الي مجموعة من المحاور على النحو التالي:  
المحور الأول: يدور حول مدى تعرض الجمهور المصري لوسائل الاعلام.



**المحور الثاني :** يحاول الوقوف على تأثير وسائل الاعلام على حث الجمهور على المشاركة في عملية التصويت على الدستور.

**المحور الثالث:** تقييم الجمهور للحملات الاعلامية التي قامت بها وسائل الاعلام بخصوص حث الجمهور على المشاركة في التصويت على الدستور.

**المحور الرابع:** يدور حول قدرة وسائل الاعلام في احداث عملية التحول الديمقراطي.

## صدق و ثبات الأداة:

### صدق الأداة:

تم التأكد من صدق الأداة بعرضها على محكمين اختصاصيين ( ) والخبراء بصورتها الأولية لإبداء آرائهم حول مدى ملاءمة فقرات الأداة من حيث المحتوى، والمضمون، وارتباطها مع البعد الذي تقيسه مع قابلية الحذف، أو الإضافة، أو التعديل، وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين التي رأى الباحثان أهميتها، وبهذا أخذت الأداة صورتها النهائية.

### ثبات الأداة :

قام الباحثان بالتأكد من ثبات الأداة من خلال معامل (ثبات الإعادة) حيث تم تطبيق الأداة على عينة استطلاعية من أفراد مجتمع الدراسة وبعد ذلك قام الباحث بإعادة التطبيق وتم حساب معامل) ارتباط بيرسون (بين التطبيقين وقد بلغت قيمته ( ٠,٨٧ )، كما قام الباحثان بالتأكد من ثبات الأداة وفق معالم الاتساق الداخلي وقد بلغت قيمته ( ٠,٨٢) ويعتبر هذا مناسباً لأغراض التطبيق.

● مقابلات غير مقننة: حيث قام الباحث بإجراء بعض المقابلات مع بعض الافراد المهتمين بالانتخابات من مجتمع الدراسة بهدف جمع معلومات أولية لاستكشاف وفهم المشكلة البحثية وتوظيفها كبداية للأسئلة المغلقة.

● الملاحظة العلمية البسيطة الحرة والملاحظة العلمية المقصودة بالمشاركة للحصول على بيانات إضافية وأكثر مصداقية ليس بإمكان الاستبيان تسجيلها إما لصدورها تلقائياً أثناء مناقشات العمل والمجالس الخاصة أو لكونها ناجمة عن الحوار والمناقشة.

## أسلوب عرض وتحليل البيانات:

اعتمد الباحث على عرض البيانات في شكل جدولي، وهو الأسلوب الأمثل لعرض البيانات في مثل هذه الدراسات الوصفية. وقد جمعت الدراسة بين الأسلوبين: الكمي الإحصائي البسيط الذي يقتصر على تحليل بيانات المتغير الفردي اتساقاً مع الطبيعة الأفقية للدراسة التي تغطي عدداً كبيراً من الأبعاد الموضوعية لمدى تأثير وسائل الاعلام على الرأي العام وربطها بأسلوب مقارنة بالوسائل الاعلامية بأشكالها المتنوعة المقرءة، المسموعة، والمرئية، والأسلوب الكيفي الوصفي descriptive والاستدلالي Statistics الذي تجاوز وصف وتشخيص دور الاتصال من خلال نتائج عينة الدراسة إلى مناقشة النتائج ومحاولة تعميمها هذه على المجتمع ككل.

## المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة الميدانية :

استخدم الباحث البرنامج الإحصائي الشهير باسم SPSS ( Statistical Package for The Social Science ) حيث يستخدم هذا البرنامج على نطاق واسع في بحوث الإعلام ووسائل الإعلام معالجة البيانات كميًا.

واستخدم الباحث في إطار البرنامج الإحصائي SPSS عدداً من المعاملات الإحصائية التي يمكن ان تحقق اهداف الدراسة، وتلائم اختبار فروض البحث، وشملت هذه المعاملات :

- ١- معامل ارتباط بيرسون Pearson لمعرفة اتجاه و قوة الارتباط بين متغيرين.
- ٢- اختبار ت للعينات المستقلة ( Independent Sample T-test ) لمعرفة دلالة الفروق الإحصائية بين متوسطين حسابيين لمتغيرين استناداً لإختبار ليفين لتجانس العينات Levine's Test (for Equality of Variances)

الجدول التكرارية البسيطة لحساب النسب والمتوسط الحسابي لكل متغير وكذا الانحرافات المعيارية لبعض المتغيرات.

## نتائج الدراسة :

جدول رقم (١) يوضح مدى حرص عينة الدراسة على متابعة الموضوعات السياسية في وسائل الاعلام

م	مدى المتابعة	التكرار	النسبة %
١	أحرص بصورة كبيرة	105	35
٢	أحرص بصورة متوسطة	151	50.3
٣	أحرص بصورة ضعيفة	44	14.7
	المجموع	300	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (١) أن نسبة ٥٠,٣% من إجمالي عينة الدراسة تحرص على متابعة وسائل الإعلام بصورة متوسطة، وتحرص متابعتها بصورة كبيرة بنسبة ٣٥% من أفراد العينة، أما نسبة الذين يحرصون على متابعتها بصورة ضعيفة فقد بلغت نسبتهم ١٤,٧% من جملة أفراد عينة الدراسة.

ويبدو أن وسائل الإعلام لم تعد المصدر الرئيسي لدى الجمهور في الحصول على المعلومات، وهذا يرجع لعدة أسباب يعتقد الباحث أنها سبباً في اعتماد أكثر من نصف عينة الدراسة على وسائل الإعلام بصورة متوسطة وهي:

- ١- تقوم بعض وسائل الإعلام حالياً في تضخيم الأحداث والتهويل في الأمور، و تزيد من حدة الاحتقان بين الشعب و النظام ، سواء كان هذا النظام ظالماً أو مظلوماً.. اياً كانت طبيعته لكن أداء بعض وسائل الإعلام ومنها الموالي للنظام أو المعارض معه تعتمد حالياً على أسلوب الإثارة و أحداث الفتنة بين أبناء الوطن الواحد.

٢- لا تقوم اغلب وسائل الإعلام بالتجديد في موضوعاتها أو مضمونها، فقد أصبح الأمر روتينياً لدى هذه الوسائل المسموعة منها أو المقروءة أو المرئية، واستضافتها لأشخاص مل الجمهور من تكرار رؤيتهم على شاشة التلفزيون ولا يقدمون جديداً، مما أدى إلى إيجاد حالة من الملل لدى الجمهور، فوسائل الإعلام حالياً تفتقر إلى التجديد في موضوعاتها ومحتواها الإخباري أو الاجتماعي، ويعتقد الباحث أن هذا السبب هو الذي أدى إلى الوصول إلى هذه النتيجة.

٣- ما زالت وسائل الإعلام تضل طريقها في الوصول إلى ثقة الجمهور فيها وحتى لو تحققت هذه الثقة بصورة متوسطة كما توصلت نتيجة الدراسة الميدانية على الجمهور عينة الدراسة، لكن لا بد من وضع سياسة إعلامية واضحة ونقاط فحص لاهتمامات الجمهور وحاجاته الاجتماعية والنفسية، لكي تصل هذه الثقة إلى المعدل الطبيعي ولتحقق وسائل الإعلام رسالتها السامية في المجتمع.

### جدول رقم (٢) يوضح

الاهداف التي تحققها وسائل الإعلام المصرية (الصحافة - التلفزيون - الراديو) من وجهة نظر عينة الدراسة

الاهداف	اتباعها بصورة كبيرة		اتباعها بصورة متوسطة		اتباعها بصورة ضعيفة		المجموع	الوسط الحسابي
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
معرفة الاحداث الجارية	٧٣,٣	٢٢٠	٢٣,٣	٧٠	١٤,٧	٤٤	٣٠٠	١,٨
معرفة الآراء حول القضايا	٦٤,٧	١٩٤	٤٠,٠	١٢٠	٢,٣	١٠	٣٠٠	١,٣
التفاعل مع لحدث المجتمع	٤٥,٠	١٣٥	٣١,٣	٩٤	١٦,٧	٥٠	٣٠٠	١,٤
قضاء وقت الفراغ	٤٤,٧	١٣٤	٤٠,٣	١٢١	٢٤,٧	٧٤	٣٠٠	١,٦
الحصول على معلومات التي تهمني	٤١,٧	١٢٥	٣٣,٣	١٠٠	٢٦,٠	٧٨	٣٠٠	١,٩
زيادة الانتماء للمجتمع	٤٠,٧	١٢٢	٣٣,٣	١٠٠	٢١,٧	٦٥	٣٠٠	١,٨
التحقق من صحة الشائعات	٣٨,٧	١١٦	٣٥,٣	١٠٦	٢٨,٠	٨٤	٣٠٠	١,٧
فهم الاحداث الخارجية	٣٦,٣	١٠٩	٣٤,٠	١٠٢	٢١,٣	٦٤	٣٠٠	١,٧

بالنظر في بيانات الجدول السابق رقم (٢) أن أهم الاهداف التي حققتها وسائل الإعلام لبعض أفراد عينة الدراسة معرفة الأحداث الجارية بصورة كبيرة بأعلى نسبة تكرارات ٢٢٠ ونسبة مئوية ٧٣,٣ %، تلتها معرفة الآراء المختلفة عن القضايا الهامة بنسبة تكرارات ١٩٤ ونسبة مئوية ٦٤,٧ %، كذلك يتضح من الجدول أن أعلى نسبة تكرارات تتواجد في المقياس " أتابعها بصورة كبيرة "، وهذا وإن دل فإنه يدل على أهمية وسائل الإعلام لدى الجمهور فأعلى نسبة متابعة لدى الجمهور من بين المقاييس الثلاث كانت للمتابعة بصورة كبيرة، فلم تتفوق تكرارات " المتابعة بصورة متوسطة " أو " المتابعة بصورة ضعيفة " على أي من العبارات التي طرحها الباحث.

وهنا تظهر من خلال هذه النتيجة الأهمية الكبيرة لوسائل الإعلام لدى الجمهور في علاقتها بالمجتمع والبيئة المحيطة وكذلك الأحداث الجارية، وماتحققه وسائل الإعلام لدى الجمهور بشأن إعلامه وإخباره وتزويده بأهم المعلومات عما يدور حوله من أحداث في المجتمع.

## تقييم عينة الدراسة للمعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام

الاعراف المعبري	الوسط الحسابي	معارض		مؤيد		موافق		العبارة
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
٠,٥١١٨٨	١,٤١٣٣	٥,٢	٨	٢٠,٥	٤٦	٦٤,٢	٩٧	وسائل الإعلام تتيح الفرصة بصورة كبيرة للجهات المعارضة لسياسات الحكومة لانتقاد ما تصدره الحكومة من قرارات
٠,٨٠٥٨٥	١,٨١	٢٤,٥	٣٧	٣١,٨	٤٨	٤٣,٧	٦٦	وسائل الإعلام تمنح الفرصة للجمهور للتعبير عن رأيه في ما تصدره الحكومة من قرارات
٠,٨٣٠٠٤	٣	٢٤,٤	٥٢	٣١,١	٤٧	٢٤,٤	٥٢	وسائل الإعلام تتخذ بموضوعية ما يبصر عن الحكومة من قرارات
٠,٧٤٨٦٦	١,٦٠٦٧	١٥,٩	٢٤	٢٨,٥	٤٣	٥٥,٦	٨٤	وسائل الإعلام تهتم بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية
٠,٨٠٣٨١	٢,١٣٦٧	٣١,٧	٦٠	٢٣,٨	٥١	٢٦,٥	٤٠	وسائل الإعلام يتصدر دورها على الإشادة فقط ما تصدره الحكومة من قرارات
٠,٨٢٣٨٦	١,٨٤٦٧	٧٧,٢	٤١	٢٩,٨	٤٥	٤٣	٦٥	وسائل الإعلام لا تقتصر في تغطيتها على وجهة نظر الحكومة بل تركز على تغطية مختلف وجهات النظر
٠,٨٢٤٧٨	٢,١٣٦٧	٤٦,٧	٦٣	٣٠,٥	٤٦	٢٧,٨	٤٢	وسائل الإعلام رسيعة محدثة بين الحكومة والجمهور
٠,٦٩٠٤٩	٢,٠٢٣٣	٣٢,٥	٤٩	٣٧,٧	٥٧	٢٩,٨	٤٥	ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات عن القضايا المهمة خير بثقة
٠,٧٧٤٥٩	١,٨٠٣٣	٢١,٩	٣٣	٣٦,٤	٥٥	٤١,٧	٦٣	وسائل الإعلام تركز في تغطيتها الإعلامية على القضايا السياسية التي تقدمها وسائل الإعلام وخاصة المعلومات المتعلقة بقضية الدستور
٠,٨١٣٦٣	١,٨١٣٣	٦٥,٨	٢٩	٢٩,٨	٤٥	٤٤,٤	٦٧	وسائل الإعلام ترمز صراحة غير حذرة عن الدستور الجديد بأنه لا يعبر كل أفراد المجتمع
٠,٨٠١٨٦	١,٧٥	٢٢,٥	٣٤	٢٩,٨	٤٥	٤٧,٧	٧٢	وسائل الإعلام ترمز صراحة غير حذرة عن الدستور الجديد بأنه لا يعبر كل أفراد المجتمع
٠,٨١٦٩٣	١,٨٥٣٣	٢٧,٢	٤١	٣١,١	٤٧	٤١,٧	٦٣	وسائل الإعلام تعبر فقط عن مصالح ملاكها دون مراعاة المصلحة العامة للمجتمع

يتضح من بيانات السابق:

١- ان نسبة ٦٤,٢% من الجمهور عينة الدراسة وافقت على عبارة أن وسائل الإعلام تتيح الفرصة بصورة كبيرة للجهات المعارضة لسياسات الحكومة لانتقاد ما تصدره الحكومة من قرارات وعارضها نسبة ٥,٣%، وهذه النتيجة تدل على مناخ الحرية والديمقراطية واختلاف الآراء على الساحة الإعلامية بدليل أن هذه النسبة الكبيرة التي وافقت على العبارة السابقة تشاهد وتعرف أسباب رفض وانتقاد القرارات الحكومية التي ترى الجهات المعارضة أسباب رفضها للقرارات التي قد تصدر من الحكومة ويكون فيها نسبة أخطاء قد لا تكون في خدمة الصالح العام. ووافق نسبة ٣٤,٤% من إجمالي عينة الدراسة على أن وسائل الإعلام تنتقد بموضوعية ما يصدر عن الحكومة من قرارات ورفضت نفس النسبة هذه العبارة، وكانت نسبة ٣١,١% محايدة في رأيها بشأن هذه العبارة.

وافقت نسبة ٥٥,٦% من إجمالي عينة الدراسة على أن وسائل الإعلام تهتم بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية ورفضتها نسبة ١٥,٩% فيما لم تحدد نسبة ٢٨,٥% درجة موافقتها أو معارضتها على هذه العبارة، وهذه النتيجة توضح مدى اهتمام وسائل الإعلام بقضايا معينة عن قضايا أخرى، فيما يتفق مع سياستها، دون أن تكون مراعية للصالح العام، فقد تظهر قضية هامة على الساحة ومن المفترض إعلام الجمهور بها، ولكن إذا ما تعارضت هذه القضية مع سياسة الوسيلة الإعلامية فإنها قد لا تظهر على مستوى الاهتمام الإعلامي، وقد

### جدول رقم (٣) يوضح مدى اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات

م	مدى الاعتماد	التكرار	النسبة %
١	اعتمد عليها بشكل كبير جداً	131	43.7
٢	اعتمد عليها بشكل متوسط	133	44.3
٣	اعتمد عليها بشكل ضعيف جداً	36	12
	المجموع	300	100%

يتضح من الجدول أن الجمهور عينة الدراسة يعتمد على وسائل الإعلام بشكل متوسط بنسبة ٤٤,٣ %، ويعتمد عليها بشكل كبير في المرتبة الثانية وبفارق لم يقل كثيراً عن المتغير الأول وذلك بنسبة ٤٤,٣ %، فيما اعتمد ١٢ % فقط من الجمهور عينة الدراسة على وسائل الإعلام بشكل ضعيف جداً. ومن هذه النتيجة يتضح للباحث الآتي:

١- ضالة الفارق بين الاعتماد بشكل كبير جداً، والاعتماد بشكل متوسط يدل على أهمية وسائل الإعلام لدى الجمهور عينة الدراسة وأنها تشكل جانباً واسعاً من اهتماماته، وهذا بالتأكيد سينعكس على إدراكاته المعرفية والسلوكية تجاه المجتمع.

٢- على الرغم من ضالة النسبة لدى الجمهور عينة الدراسة التي تعتمد بشكل ضعيف جداً، لكن نسبة ١٢ % تفتح الباب أمام أهمية دراسة أسباب انعدام الثقة في وسائل الإعلام لدى الجمهور وما أسباب ضعف هذا الاعتماد وسبل الحل والتوصل لأسباب حدوث هذا.

### جدول رقم (٤) يوضح مدى ثقة عينة الدراسة في المعلومات المقدمة من خلال وسائل الإعلام

م	مدى المتابعة	التكرار	النسبة %
١	أثق بصورة كبيرة	42	14
٢	أثق بصورة متوسطة	177	59
٣	أثق بصورة ضعيفة	81	27
	المجموع	300	100%

بشكل منطقي جاءت نتيجة ثقة الجمهور عينة الدراسة في وسائل الإعلام متفقة مع النتائج السابقة، حيث جاءت متوسطة بنسبة ٥٩ % وجاءت ثقة الجمهور عينة الدراسة في وسائل الإعلام بصورة ضعيفة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٧ %، وجاءت كبيرة في المرتبة الثالثة بنسبة ١٤ %.

وقد يرجع ذلك الي أن المشهد الإعلامي الذي عكسته وسائل الإعلام كان مرتبك وفوضوي، وحينما يتم تناول أي قضية يتم تناولها من منظور خاص تابع لمقدم البرنامج ومالك القناة وليس من منظور المصلحة العامة، فالحيادية والموضوعية غير موجودة في مراعاة نقل المشهد.

### جدول رقم (٥) يوضح

تظهر على سبيل الإعلام بالشيء فقط، وقد تجد الوسيلة الإعلامية مهمة بقضية أخرى قد تكون أخذت حقها من التغطية وفي نفس الوقت يتضائل الاهتمام بالقضية الجديدة .

### جدول رقم (٦) يوضح مساهمة وسائل الاعلام في رفع مستوى الثقافة السياسية لدى عينة

م	مدى المتابعة	التكرار	النسبة %
١	نعم بشكل كبير	115	38.3
٢	نعم بصورة متوسطة	141	47
٣	لا ، لم تساهم	44	14.7
	المجموع	300	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى أن نسبة ٤٧% من اجمالي عينة الدراسة يقرون بأن وسائل الاعلام ساهمت في رفع مستوى الثقافة السياسية لدى الجمهور بشكل كبير، وأن نسبة ٣٨,٣ منهم يقرون بأنها ساهمت بصورة متوسطة، وهاتان النتيجتان توضحان الدور الذي يمكن ان تلعبه وسائل الاعلام في التحول الديمقراطي في المجتمع المصري، ولذا يقع على هذه الوسائل ان تعي الدور والوظيفة المنوطة بها، ومسئولياتها تجاه المجتمع بتقديم المعلومات التي تبني ولا تهدم، وأن تجعل المهنية في ممارسة دورها هو النبراس الذي تسير عليه.

ويتضح لنا أيضا أن من الجدول السابق أن نسبة ١٤,٧% من اجمالي عينة الدراسة ترى أن وسائل الاعلام لم تساهم في رفع مستوى الثقافة السياسية لدى الجمهور. وهي نسبة ضعيفة في حد ذاتها. ولكن لا يجب اغفالها، ولا بد من معرفة الاسباب التي جعلتها ترى ذلك.

### جدول رقم (٧) يوضح مدى شعور عينة الدراسة بالانتماء ووسائل الاعلام بتقديم المعلومات الكافية عن الاحداث في المجتمع

م	مدى المتابعة	التكرار	النسبة %
١	نعم ملتزمة بشكل كبير	89	29.7
٢	نعم ملتزمة إلى حد ما	167	55.7
٣	لا ، لا تشعر انها ملتزمة	44	14.7
	المجموع	300	100%

بقراءة بيانات الجدول السابق نلاحظ أن ٥٥,٧% من اجمالي عينة الدراسة يرون أن وسائل الاعلام التزمت الى حد ما بتقديم المعلومات الكافية عن الاحداث في المجتمع، ونسبة ٢٩,٧% منهم يرون أنها التزمت بشكل كبير، في حين يرى نسبة ١٤,٧% منهم أشاروا بأنهم لم يشعروا بهذا الانتماء.

وبالنظر الي نتائج هذا الجداول، نجد أنها تؤكد نتائج الجدول السابق التي أشارت فيه نسبة كبيرة من عينة الدراسة الى أن وسائل ساهمت في رفع مستوى الثقافة السياسية لدى الجمهور.

**جدول رقم (٨) يوضح اتجاهات عينة الدراسة على قدرة وسائل الاعلام على تنمية المسؤولية لدى الجمهور تجاه المجتمع**

م	مدى المتابعة	التكرار	النسبة %
١	نعم بشكل كبير	87	29
٢	نعم بشكل متوسط	137	45.7
٣	بشكل ضعيف	76	25.3
	المجموع	300	100%

يلاحظ من نتائج بيانات الجدول السابق أن الاتجاهات إيجابية لعينة الدراسة نحو قدرة وسائل الاعلام على تنمية المسؤولية لدى الجمهور تجاه المجتمع، حيث أشارت نسبة ٤٥,٧% من إجمالي عينة الدراسة أن وسائل الاعلام لديها القدرة على تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الجمهور تجاه المجتمع بشكل متوسط، وارتأت نسبة ٢٩,٠% منهم بأن وسائل الاعلام لديها القدرة على تنمية المسؤولية لدى الجمهور بشكل كبير.

كما يلاحظ من بيانات الجدول السابق أيضا أن نسبة ٢٥,٣% من إجمالي عينة الدراسة سيطر عليهم الاتجاه السلبي في قدرة وسائل الاعلام على تنمية المسؤولية لدى الجمهور تجاه المجتمع حيث يرون أن قدرتها على التأثير في تنمية المسؤولية ضعيف. وقد يبرر هذا الاتجاه نتيجة بعض السلوكيات السلبية التي تصدر عن بعض أفراد المجتمع.

**جدول رقم (٩) يوضح مدى مشاركة عينة الدراسة في الادلاء بصوتها في الاستفتاء على الدستور**

م	مدى المتابعة	التكرار	النسبة %
١	نعم	202	67.3
٢	لا	98	32.7
	المجموع	300	100%

بالنظر في بيانات الجدول السابق نلاحظ أن نسبة ٦٧,٣% من إجمالي عينة الدراسة شاركت بالادلاء بصوتها في الاستفتاء على الدستور، ونسبة ٣٢,٧% منهم لم يشارك في الاستفتاء على الدستور. والملاحظ من تلك النتائج المفارقة الغربية في اتفاق نتيجة التصويت الواردة في الجدول السابق، والنتائج التي أعلنتها اللجنة العليا للانتخابات بأن نسبة الذين صوتوا على الدستور من الشعب المصري مثلت ٦٧%

**جدول رقم (١٠) يوضح اتجاهات عينة الدراسة نحو أداء وسائل الاعلام في تناول قضية الاستفتاء على الدستور**

م	مدى للمتابعة	التكرار	النسبة %
١	كان أدائها محايدا	118	39.3
٢	كان موجه لخدمة فصيل المعارضة	129	43
٣	كان موجه لخدمة السلطة الحاكمة	53	17.7
	المجموع	300	100%

توضح النتائج في الجدول السابق أن اتجاهات عينة الدراسة نحو أداء وسائل الإعلام في تناول قضية الاستفتاء على الدستور يميل إلى أن أداءها كان موجه لخدمة فصيل المعارضة حيث احتل هذا الاتجاه نسبة ٤٣% من إجابات عينة الدراسة، وقد تكون هذه النتيجة ليست متفقة مع بعض نتائج الجداول السابقة التي ترى أن وسائل الإعلام ساهمت في رفع مستوى الثقافة السياسية لدى الجمهور، وقد يرجع ذلك إلى الاتجاهات السلبية الذي كانت واضحة بصورة كبيرة لبعض القنوات الخاصة نحو مؤسسة الرئاسة والحكومة التي تناولت الدستور والاستفتاء عليه بصورة سلبية فجه. كما تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة ٣٩,٣% من إجمالي عينة الدراسة أفادوا بأن أداء وسائل الإعلام في تناول قضية الاستفتاء على الدستور كان محايداً، ونسبة ١٧,٧% منهم أفادوا بأن أداءها كان موجه لخدمة السلطة الحاكمة.

جدول رقم (١١) يوضح مدى اعتماد عينة الدراسة على الصحف والتلفزيون والراديو في الحصول على معلوماتهم عن الدستور والاستفتاء عليه

الوسيلة	اعتمد بقوة		اعتمد بدرجة ضعيفة		اعتمد بدرجة متوسطة		اعتمد		لا اعتمد بقوة		الوسط الحسابي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
الصحف	2.5	9	7	21	19.9	60	24.2	73	15.9	48	2.4
التلفزيون	14.8	1	4.6	14	17.2	52	31.1	94	11.6	35	2.2
الراديو	1.6	3	17.9	54	18.5	56	13.9	42	37.4	113	3.5

يظهر من نتائج الجدول أن نسبة ٣٤,٨% ، بمتوسط حسابي بلغ ٢,٢٦ من إجمالي العينة تعتمد بقوة على التلفزيون في الحصول على المعلومات تليه نسبة ٣٢,٥% من إجمالي العينة على الصحف بمتوسط حسابي بلغ ٢,٢٦٦٧، وتعتمد بقوة على الراديو نسبة ضئيلة من إجمالي العينة بلغت نسبتها ١١,٦% ، وهذه النسبة تدل على أهمية التلفزيون والصحف لدى الجمهور، في وقت تضائلت فيه الاعتماد بقوة على الراديو بمتوسط حسابي بلغ 3.56.

اعتمدت بدرجة متوسطة نسبة ١٩,٩% على الصحف في الحصول على المعلومات في حين اعتمدت نسبة ١٧,٢% من إجمالي العينة على التلفزيون بدرجة متوسطة ونسبة ١٨,٥% من العينة اعتمدت على وسيلة الإذاعة الصوتية بدرجة متوسطة.

كانت درجة الاعتماد ضعيفة أيضاً لوسيلة الإذاعة حيث بلغت نسبة ١٧,٩% ، واعتمدت نسبة ٧% من العينة على الصحافة بدرجة ضعيفة، في حين كانت نسبة الاعتماد الضعيف ضئيلة جداً حيث بلغت نسبة ٤,٦% من إجمالي عينة الدراسة.

لم تعتمد نسبة ٣٧,٤% من إجمالي العينة على الإذاعات الصوتية في الحصول على المعلومات و نسبة ١٥,٩% من العينة لم تعتمد على الصحف ، تليها نسبة ١١,٦% من العينة لم تعتمد بقوة على التلفزيون. وبلغ الوسط الحسابي للوسائل الصحف، التلفزيون، والإذاعة ٢,٤٩ ، ٢,٢٦ ، ٣,٥٦ على الترتيب. كما تشير النتائج إلى أهمية وسيلة التلفزيون لدى عينة الدراسة في الحصول على المعلومات والاعتماد عليها كمصدر إخباري، وتليه في الأهمية وسيلة الصحافة ، وكانت الإذاعة من أقل وسائل الإعلام التي طرحها الباحث على المبحوثين اعتماداً لديهم في الحصول على المعلومات.



جدول رقم (١٢) يوضح مدى كفاية المعلومات التي قدمتها وسائل الاعلام عن الدستور والاستفتاء عليه

م	كفاية المعلومات	التكرار	النسبة %
١	كافية	78	26
٢	كافية إلى حد ما	142	47.3
٣	غير كافية	80	26.7
	المجموع	300	100%

بالنظر في بيانات الجدول السابق نجد أن رؤية عينة الدراسة عن مدى كفاية المعلومات التي قدمتها وسائل الاعلام عن الدستور والاستفتاء عليه بنسبة ٤٧,٣% منهم ترى أن هذه المعلومات كانت كافية إلى حد ما، وأن نسبة ٢٦,٧% ترى أن تلك المعلومات التي قدمتها عن كانت غير كافية، في حين يري نسبة ٢٦,٠% من افراد عينة الدراسة بأن المعلومات كافية.

جدول رقم (١٣) يوضح مدى تأثير وسائل الاعلام على رأي عينة الدراسة في التصويت على الدستور

م	مدى التأثير	التكرار	النسبة %
١	أثرت بشكل كبير جدا	73	24.3
٢	أثرت بشكل كبير	83	27.7
٣	أثرت بشكل متوسط	68	22.7
٤	أثرت بشكل ضعيف	20	6.7
٥	لم تؤثر	56	18.7
	المجموع	300	100%

يلاحظ من بيانات الجدول السابق أن وسائل الاعلام كان تأثيرها كبيرا على رأي الناخبين في التصويت على الدستور الجديد سواء بنعم، أو لا، حيث أفاد نسبة ٢٧,٧% من اجمالي عينة الدراسة بأن وسائل الاعلام أثرت عليهم بشكل كبير في الاقبال على التصويت، ونسبة ٢٤,٣% أفادت بأنها أثرت عليهم بشكل كبير جدا، ونسبة ٢٢,٧% أفادت بأنها أثرت عليهم بشكل متوسط، ونسبة ٦,٧% أفادت بأنها تأثيرها كان ضعيفا.

وهذه النتيجة تظهر المكانة التي تحتلها وسائل الاعلام لدى الجمهور والخطورة في تأثيراتها السلبية إذا تم استغلالها استغلالا خاطئا. وهذه النتيجة تؤكد نتائج الجدول رقم (١) التي ترى ان عينة الدراسة تتابع وسائل الاعلام.

ويلاحظ من بيانات الجدول السابق أيضا أن نسبة ١٨,٧% من اجمالي عينة الدراسة يرون أن وسائل الاعلام لم تؤثر عليهم في التصويت على الدستور الجديد سواء بنعم، أو لا.

**جدول رقم (١٤) يوضح  
الوسائل الاعلامية الأكثر تأثيرا في رأي عينة الدراسة  
ودفعتها للمشاركة في التصويت على الدستور**

م	الوسائل	التكرار	النسبة %
١	الصحافة	90	30
٢	التلفزيون	198	66
٣	الراديو	12	4
	المجموع	300	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى أن الوسائل الاعلامية الأكثر تأثيرا في عينة الدراسة ودفعتها للمشاركة في التصويت على الدستور تمثلت في التلفزيون حيث أفاد بذلك نسبة ٦٦% من أفراد عينة الدراسة، تلاه الصحافة بنسبة ٣٠%، ثم الراديو بنسبة ٤%.

وهذه النتائج تعتبر منطقية فالتلفزيون يتمتع بقدرات وامكانيات هائلة لا تتمتع بها الكثير من الوسائل الاعلامية حيث يجمع أهم سمات الوسائل الاعلامية من الصحافة، والراديو، والسينما، والمسرح، وقدرته علي مخاطبة كل الجمهور بسماتهم الديموجرافية المختلفة، ولذا يتمتع بقدرات هائلة على التأثير القائم على الإقناع، أما بالنسبة للصحافة فتكاد تكون الوسيلة التي لا يستغني عنها كل من لديه معرفة بالقراءة، ووأضحت مطالعة الصحف عادة لدى معظم الجماهير. أما احتلال الراديو المرتبة الاخيرة وبنسبة ضعيفة جدا فهذه النتيجة تستدعي من القائمين على أمر هذه الوسيلة - التي كانت في يوما ما أهم الوسائل الاعلامية- مناقشة الاسباب وراء هذا التراجع.

**جدول رقم (١٥) يوضح  
مدى متابعة عينة الدراسة للحملات الإعلامية في الصحف والتلفزيون والراديو**

م	الوسائل	التكرار	النسبة %
١	نعم	204	68
٢	لا	96	32
	المجموع	300	100%

بالنظر في بيانات الجدول السابق الى أن ثلثي عينة الدراسة بنسبة ٦٨% تابعوا الحملات الإعلامية في الصحف والتلفزيون والراديو، والثلث الاخر لم يتابعها بنسبة ٣٢%. وقد يرجع ذلك الى الحالة التي خلقتها الوسائل الاعلامية حول قضية الدستور والاستفتاء عليه، ورغبة الجمهور في حزم رأيه في تصويته على الدستور، والاسباب التي اتبعتها تلك الحملات في التعريف بالدستور. وهذه النتائج قد تؤكدنا نتائج الجدول التالي رقم (١٧).

**جدول رقم (١٦) يوضح رأي عينة الدراسة في الأسلوب الذي اتبعته الحملات الاعلانية في دعوة الناخبين في التصويت على الدستور**

م	الاسلوب	التكرار	النسبة %
١	تقليدية و هزيلة ولا تتناسب مع الأساليب الحديثة للحملات الانتخابية	83	27.7
٢	مبالغ فيها و مضمونها غير واقعي	71	23.7
٣	اعتمدت على إبراز الجوانب العاطفية والعقلية لكسب الأصوات	84	28
٤	اتسمت بالكذب و الإثارة	28	9.3
٥	اعتمدت على بيانات و معلومات دقيقة	34	11.3
	المجموع	300	100%

بقراءة بيانات الجدول السابق نجد أن نسبة ٢٨% من جملة اجابات عينة الدراسة ترى أن الاسلوب الذي اتبعته الحملات الاعلانية في دعوة الناخبين في التصويت على الدستور، أسلوبا اعتمد على إبراز الجوانب العاطفية والعقلية لكسب الأصوات، وترى نسبة ٢٧,٧% من عينة الدراسة أن الاسلوب كان تقليديا وهزيلة ولا يتناسب مع الأساليب الحديثة للحملات الانتخابية، ونسبة ٢٣,٧% من العينة ترى أنه كان اسلوب مبالغ فيه وغير واقعي، وترى نسبة ١١,٣% من أفراد العينة أن الاسلوب اعتمد على بيانات ومعلومات دقيقة، في حين ترى نسبة ٩,٣% منهم ان الاسلوب اتسم بالكذب. وقد تكون هذه النتائج منطقية نظرا لتتوع وتباين أفراد عينة الدراسة، وكل فصيل ينظر إليها من خلال اتجاهاته وثقافته الشخصية.

**جدول رقم (١٧) يوضح رأي عينة الدراسة في تأثير الحملات الاعلانية على تشكيل رأي عام ضد التصويت على الدستور**

م	الوسائل	التكرار	النسبة %
١	نعم أثرت بشكل كبير	120	40
٢	أثرت بشكل متوسط	136	45.3
٣	لم تؤثر	44	14.7
	المجموع	300	100%

بالنظر في بيانات الجدول السابق نجد أن نسبة ٤٥,٣% من جملة اجابات عينة الدراسة ترى أن الحملات الاعلانية المضادة للدستور والاستفتاء عليه أثرت بشكل متوسط، وترى نسبة ٤٠% منهم أنها أثرت بشكل كبير، وعلى الوجه الآخر ترى نسبة ١٤,٤% أنها لم تؤثر.

**جدول رقم (١٨) يوضح مدى موافقة عينة الدراسة على أن وسائل الاعلام تقوم بدور مؤثر في تحول المجتمع المصري من مجتمع دكتاتوري الى مجتمع ديمقراطي**

م	الوسائل	التكرار	النسبة %
١	أوافق بقوة	121	40.3
٢	أوافق	56	18.7
٣	أوافق بدرجة متوسطة	38	12.7
٤	أوافق بدرجة ضعيفة	29	9.7
٥	لا أوافق	56	18.7
	المجموع	300	100%

بالنظر في بيانات الجدول السابق نجد ان نسبة ٤٠,٣% من اجمالي عينة الدراسة توافق بقوة على أن وسائل الاعلام تلعب دورا في تحول المجتمع المصري من مجتمع دكتاتوري الى مجتمع ديمقراطي، ونسبة ٣٧,٤% منهم توافق، وتوافق الى حد ما، ونسبة ١٢,٧% توافق بدرجة متوسطة، ونسبة ٩,٧% لا توافق.

**جدول رقم (١٩) يوضح مدى تأثير وسائل الإعلام في تشكيل رأي عام مؤيد أو معارض في التصويت على الدستور**

م	الوسائل	التكرار	النسبة %
١	نعم بشكل كبير	80	26.7
٢	نعم بشكل متوسط	155	51.7
٣	لا لم تؤثر	65	21.7
	المجموع	300	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى أن نسبة ٥١,٧% من أفراد عينة الدراسة يرون أن وسائل الاعلام لديها القدرة على التأثير في وعي الناس، وتشكيل رأي عام مؤيد أو معارض في التصويت على الدستور بشكل متوسط، في حين يري البعض منهم بأنها تؤثر بشكل كبير بنسبة ٢٦,٧%، والذين لا يرون لا تؤثر بنسبة ٢١,٧%.

ومن هذه النتيجة يتضح لنا موافقة أغلبية عينة الدراسة على فكرة أن وسائل الإعلام لديها القدرة على التأثير في الرأي العام مع أوضد الدستور، وهذا انعكس بطبيعة الحال في نتيجة الاستفتاء التي كانت درجة عدم الموافقة قريبة من درجة الموافقة وإن كانت نسبة الأغلبية في الاستفتاء كانت مؤيدة للدستور.

## الخاتمة :

### مناقشة نتائج الدراسة :

توصلت الدراسة من خلال العرض الجدولي لصحيفة الاستبيان لمجموعة من النتائج يمكن اجمالها على النحو التالي:

١- أوضحت الدراسة أن وسائل الاعلام أثرت بشكل كبير على رأي الناخبين المصريين في التصويت على الدستور الجديد سواء بنعم، أو لا، حيث أفاد نسبة ٢٧,٧% من اجمالي عينة الدراسة بأن وسائل الاعلام أثرت عليهم بشكل كبير في الاقبال على التصويت، ونسبة ٢٤,٣% أفادت بأنها أثرت عليهم بشكل كبير جدا، ونسبة ٢٢,٧% أفادت بأنها أثرت عليهم بشكل متوسط، ونسبة ٦,٧% أفادت بأنها تأثرها كان ضعيفا.

وتتفق هذه النتيجة مع :

دراسة (Jems Strouse) - تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات الفرد وسلوكه السياسي) حيث أوضحت : أن زيادة تعرض الفرد لوسائل الاتصال تزيد من الدافعية السياسية لديه، كما أن زيادة التعرض لوسائل الاتصال تزيد من الاهتمام السياسي للفرد. وأن تأثير وسائل الاتصال على المشاركة السياسية للفرد يزداد في المناطق الريفية عنها في المناطق الحضرية.

دراسة (Sidny Kraus, Dennis Davis) - تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على السلوك السياسي) حيث أوضحت أن لوسائل الاتصال الجماهيري بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة تأثير كبير على المواطنين الأمريكيين فيما يتعلق بقرار التصويت في الانتخابات. وأن دور الراديو والتلفزيون في خلق المعرفة السياسية أكثر تأثير من الصحف. وتبين أن الصحف أكثر تأثير من الراديو والتلفزيون فيما يتعلق بالمشاركة السياسية وإثارة المناقشات السياسية.

١- بينت الدراسة أن وسائل الإعلام تعد أحد المصادر الرئيس التي اعتمد عليها الجمهور المصري في الحصول على المعلومات عن الدستور الجديد لعام ٢٠١٢.

٢- أظهرت الدراسة ان الجمهور المصري لديه ثقة في المعلومات التي قدمتها وسائل الاعلام المصرية عن الدستور. وجاءت درجات الثقة على النحو التالي: نسبة ٥٩% يتقون فيها بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٧% يتقون فيها بدرجة ضعيفة، ونسبة ١٤% يتقون فيها بدرجة كبيرة.

٣- أثبتت الدراسة أن نسبة ٤٧% من اجمالي عينة الدراسة يقرون بأن وسائل الاعلام ساهمت في رفع مستوى الثقافة السياسية لدى الجمهور بشكل كبير، وأن نسبة ٣٨,٣ منهم يقرون بانها ساهمت بصورة متوسطة، وتدنت نسبة من يقرون بان مساهمتها كانت بصورة ضعيفة.

٤- بينت الدراسة أن أداء وسائل الاعلام في تناول قضية الاستفتاء على الدستور كان موجه لخدمة فصيل المعارضة حيث احتل هذا الاتجاه من قبل عينة الدراسة نسبة بلغت ٤٣% من إجابات عينة الدراسة، وأن نسبة ٣٩,٣% من اجمالي عينة الدراسة أفادوا بأن أداء وسائل الاعلام في تناول قضية الاستفتاء على الدستور كان محايداً.

٥- أوضحت الدراسة أن التلفزيون هو الأكثر تأثيراً على رأي الجمهور للمشاركة في التصويت على الدستور، حيث أفاد بذلك نسبة ٦٦% من أفراد عينة الدراسة، ثم تلاه الصحافة بنسبة ٣٠%، ثم الراديو بنسبة ٤%.

وتتفق هذه النتيجة مع: دراسة (Steren, Kasleen) – دور وسائل الاتصال في تنمية المعلومات السياسية للمراهقين) حيث أوضحت أن التلفزيون يلعب دوراً كبيراً في تنمية الوعي السياسي لدى المراهقين، وأن مستوى الوعي السياسي كان مرتفعاً لدى الإناث أكثر من الذكور. وتختلف هذه النتيجة مع: دراسة (Berkowitz, Pretehard) – دور مصادر الاتصال والمعرفة السياسية) حيث أوضحت أن الصحف جاءت في المرتبة الأولى من حيث اتها أكثر وسائل الإعلام ذات التأثير.

٦- أظهرت نسبة ٧٥% من إجمالي عينة الدراسة توافقاً بقوة، وتوافقاً، وتوافقاً الي حد ما، على أن وسائل الإعلام يمكن تلعب دوراً مؤثراً في تحول المجتمع المصري من مجتمع دكتاتوري الى مجتمع ديمقراطي.

٧- أكد أكثر من ٧٧% من أفراد عينة الدراسة الى أن وسائل الإعلام أثرت على وعي الجمهور المصري، وشكلت رأي عام مؤيد في التصويت على الدستور بشكل متوسط، وبشكل كبير.

**هوامش الدراسة :**

- ١- أميمة محمد عمران، دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ١١، أبريل- يونيو ٢٠٠١، ص ٢١٨.
- ٢- إيناس أبو يوسف، الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد ٢٠٠١، ص ٧٢.
- ٣- نائلة إبراهيم عمارة، دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر ٢٠٠٥، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٦.
- ٤- محمود منصور هيبه، دور الصحافة المصرية في دعم المشاركة السياسية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٦.
- ٥- Dimitri Kelly, Biased News and Political Participation, UW Wisconsin-Madison, March 2011.
- ٦- Jems Strouse, The efficacy of issue and character attack message . strategies in political campaign communication, Communication Reports, Volume 2, Issue 2, 1989
- ٧- The effects of mass communication on political behavior / Sidney Kraus and Dennis Davis. University Park : Pennsylvania State University Press, c1976
- ٨- Glenn Leshner, Effects on Political Knowledge and Cynicism, Journalism & Mass Communication Quarterly March 2013 vol. 90 no. 1 5-22
- ٩- حسن عماد مكاوي- ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨، ص ٣١٤.
- ١٠- ميرفت الطرابيشي، وعبدالعزیز السيد : نظريات الإتصال ( القاهرة : دار النهضة العربية ) الطبعة الأولى، ٢٠٠٦ ص ١٢٠
- ١١- Pablo Halpern : Media Dependency and Political Perception in an Authoritarian Political System, (London : Journal of Communication ) Vol. 4 , No. 3, P60, 2009
- ١٢- This journal is available at Proquest database in Bibliotheca Alexandrina
- ١٣- ملفين ديفلير، ساندرابول روكيتش، المرجع السابق ص ٤١٤
- ١٤- حسن عماد مكاوي: نظريات الإعلام ( القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع الطبعة الأولى ) ٢٠٠٩ ص ٢٠٠

- ١٦- ملفين ديفلير، وساندرابول روكيتش، ترجمة كمال عبدالرؤوف : نظرية وسائل الإعلام، ( القاهرة : الدار الدولية للاستثمارات الثقافية ) ، الطبعة الخامسة، ٢٠٠٤ صص ٤١٣ : ٤١٤
- ١٧- ميرفت الطرابيشي، وعبدالعزيز السيد، المرجع السابق ص ١٢١
- ١٨- Dennis G. M.C. Donald : Investigating Assumptions of Media Dependency, Research Auburn University ( Vol.10, No.4, October 2007 ) Pp509-528
- ١٩- حسن عماد مكاوي : المرجع السابق، ص ٢٠٣
- ٢٠- صالح خليل أبو أصبع الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، الطبعة الخامسة ، دار مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٦، ص ١٦٢
- ٢١- Stephen W. little John : Theories of Human Communication (Australia : Wads Worth ) 2002 P.325 Sandra J. Ball Rokeach, Muriel Guntur, Media
- ٢٢- dience and Social Structure. System Dependency Theory, Sage Publication, London 1986. P. 119
- ٢٣- بسيوني إبراهيم حمادة : دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الإتصال والرأي العام ( القاهرة : عالم الكتب، الطبعة الأولى ) ٢٠٠٨ ص ٢٩٩
- ٢٤- ملفين ل. ديفلير وساندرابول روكيتش : نظريات وسائل الإعلام، جامعة القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٣، ص ٤١٤-٤١٣.
- ٢٥- محمد عبدالحميد احمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٧، ص ٢٣٧.