



مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

- تحسين صورة الإسلام والمسلمين على الفضائيات الإسلامية خلال فترة التحول الديمقراطي العربي . د. عرفة عامر
- دور وسائل الإعلام في تشكيل توقعات الجمهور المصري عن مستقبل المجتمع بعد ثورة ٢٥ يناير . د. ماهيناز محسن
- تذكّر القراء للكاريكاتير في الصحافة المصرية . د. لمياء البحيري
- مدى اعتماد الصفوة السعودية على وسائل الإعلام وقت الأزمات . د. مبارك الحازمي
- تغطية الصحافة الإلكترونية للاضطرابات السياسية في الوطن العربي . د. عيد الحافظ صلوى
- مصدقيه وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات أثناء الانتخابات البرلمانية المصرية نوفمبر ٢٠١٠ . د. أحمد فاروقى . د. شرين على
- الأداء الحالي لسياسة الإعلان بالبنوك التجارية الفلسطينية . د. أحمد حماد
- أخلاقيات المعالجة الصحفية للانتخابات البرلمانية المصرية ٢٠١٠ . د. محمود منصور
- الخطاب الصحفي لأزمة مياه النيل في الصحافة المصرية قبل وبعد ثورة ٢٥ يناير . د. دعاء فكرى
- دور الصحف السعودية في نشر الثقافة الصحية بين الجمهور . د. رباب صلاح
- دور البرامج الحوارية التليفزيونية في التوعية المرورية للمشاة . د. أميرة صابر

العدد

السادس والثلاثون

أكتوبر ٢٠١١

(المجلد الأول)

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية

٦٥٥٥

العدد السادس والثلاثون

أكتوبر ٢٠١١م

المجلد الأول

مجلة

البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة
الأستاذ الدكتور أسامة العبد

رئيس التحرير
الأستاذ الدكتور عبد الصبور فاضل

الإشراف الفنى
د. سامى الكومى

سكرتير التحرير
د. محمد أحمد هاشم الشريف

توجه المراسلات باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالى :
القاهرة - جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالدراسة ت : ٢٥١٠١٤٦٦

المراسلات

٥٠ جنيها مصريا
٤٠ دولارا أمريكيا

داخل جمهورية مصر العربية
خارج جمهورية مصر العربية

السعر
للسنسخة الواحدة

هيئة المحكمين

- أ.د : فاروق أبوزيد
 أ.د : على عجووة
 أ.د : انشراح الشال
 أ.د : ماجى الحلوانى
 أ.د : منسى الحديدى
 أ.د : عدلى رضا
 أ.د : سامى الشريف
 أ.د : حسن عماد مكاوى
 أ.د : أشرف صالح
 أ.د : نجوى كامل
 أ.د : شعبان شمس
 أ.د : جمال النجار
 أ.د : محمد معوض
 أ.د : شريف درويش اللبان
 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 السادس والثلاثون - أكتوبر ٢٠١١ م (المجلد الأول)

دور وسائل الإعلام في تشكيل توقعات الجمهور المصري

عن مستقبل المجتمع بعد ثورة ٢٥ يناير

الدكتورة : ماهيناز محسن
الأستاذ المساعد في قسم علوم الاتصال والإعلام
كلية الآداب- جامعة عين شمس

مقدمة

قامت ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ في مصر بهدف تغيير واقع المجتمع إلى الأفضل على المستوى الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والثقافي، من خلال إسقاط نظام الحكم وقيام نظام ديمقراطي جديد يحقق هذا الهدف بما يتفق ومكانة مصر إقليمياً ودولياً. وحملت لافتات المتظاهرين على مدى الأيام الأولى لاندلاع الثورة شعارات عكست هذا الهدف؛ (الشعب يريد إسقاط النظام، والشعب يريد كرامة .. حرية .. عدالة اجتماعية)، وغير ذلك من شعارات أكدها الإصرار الشعبي على تحقيق أهداف الثورة. وقد تحقق بالفعل سقوط النظام الحاكم وخضع رموزه للحبس ثم المحاكمة العلنية، ولكن على الرغم من أن النظام قد سقط بالفعل، إلا أن "التغيير إلى الأفضل" في المجتمع بأبعاده المختلفة لم يتحقق بعد، ومن المؤكد أن مثل هذا التغيير سوف يحدث إن عاجلاً أو آجلاً، لكن هل سيكون متفقاً مع إرادة الشعب؟ أم أنه لن يكون كذلك؟ كانت الإجابة عن هذه الأسئلة محل اهتمام مكثف من جانب وسائط الاتصال التقليدية والحديثة على السواء؛ فالراديو والتلفزيون والصحافة والإنترنت تنقل للجماهير الأحداث التي تتأقظ في بعض الأحيان احتمالات حدوث هذا التغيير، وفي أحيان أخرى تنقل ما يدعم احتمالات تحققه. فمن جهة أولى تتواتر الأنباء والتعليقات والتحليلات عبر وسائل الإعلام عن "المظاهرات المليونية" وكيف أن هذه المظاهرات تعطل العمل والإنتاج ومصالح المواطنين بما يشكل "ردة" عن أهداف الثورة، مع ربط ذلك باقتصاد محلي يتراجع بشكل خطير، وأسواق خارجية تحارب الصادرات الزراعية المصرية، بالإضافة إلى نقص موارد السياحة، وتناقص تحويلات المصريين العاملين في الخارج، وانخفاض إنتاج المصانع التي إما توقفت بالفعل أو مهددة بالتوقف، وكذلك نقص حصيدلة الضرائب، وغيرها من مصادر الدخل القومي السيادية للدولة، فضلاً عن أنباء تناقص احتياطي الدولة من النقد الأجنبي، واضطرار الدولة إلى السحب من هذا الاحتياطي بسبب نقص الموارد وتدهور الإنتاج، وغير ذلك من أخبار تنقلها وسائل الإعلام وتقدم تحليلات معمقة حول انعكاساتها المدمرة على ارتفاع الأسعار وغلاء المعيشة، والتضخم، وقلة فرص العمل، وتدهور الخدمات الحيوية (خاصة الصحة والتعليم وزيادة معدلات البطالة)، بالإضافة إلى التركيز على تأثيرات الانفلات الأمني، وتضخم ظاهرة البلطجة، وانتشار السلاح وغير ذلك من "مهددات الأمن". أما فيما يخص الوضع السياسي، فإن وسائل الإعلام بشكل عام كثفت تركيزها على قضية الديمقراطية وعالجتها بشكل أساسي من منظور أن "الحزب الوطني المنحل" مازال يضرب بجذوره في كل أركان المجتمع والدولة، وأن هناك قوى سياسية ركبت موجة الثورة وتريد فرض رؤيتها بالقوة بما يتناقض ومبادئ الديمقراطية، بما "يناقض" ضمناً احتمالات التغيير إلى الأفضل كأحد أهداف ثورة ٢٥ يناير.

لكن على الجانب الآخر، فإن وسائل الإعلام - في سياق معالجتها لقضايا الشأن العام والواقع المصري في ظل ثورة ٢٥ يناير - تناولت الكثير من الموضوعات التي "تدعم" توقعات حدوث التغيير إلى الأفضل، فمن خلال المواد الإخبارية في وسائل الإعلام المختلفة، والأحاديث والتحقيقات الصحفية، وبرامج الحوار وبرامج "التوك شو"، والتحليلات والتعليقات الإخبارية تظهر بوضوح فكرة "دولة القانون"، فهام رموز النظام السابق قيد السجن والمحاكمة، كما أن رموز الفساد المالي والسياسي يخضعون لتحقيقات النيابة العامة وتحريات جهاز الكسب غير المشروع، وتقوم الدولة بجهود قانونية ودبلوماسية لاسترداد الأموال المنهوبة والمهربة خارج مصر والتي تقدر بمليارات الدولارات، كما أن المجلس العسكري وضع "خطة طريق" تتضمن إجراء انتخابات مجلسي الشعب والشورى أولاً، ثم تشكيل لجنة تأسيسية لوضع دستور للبلاد، وانتخاب رئيس الجمهورية، مع ضمان النزاهة والشفافية. غير أن هذه الأمور - التي حظيت باهتمام مكثف من وسائل الإعلام كافة - اختلفت بشأنها قوى الثورة، فقد انقسمت التيارات السياسية حول المفاضلة بين الدستور أولاً أم الانتخابات أولاً، بل إن التيارات السياسية

انقسمت حول المجلس العسكري، وطالب بعضها بإسقاطه وتشكيل مجلس رئاسي مدني (علماً بأن هذا المطلب مضاد تماماً لأحد أهم شعارات الثورة (الشعب والجيش يد واحدة). وفي السياق نفسه، تباينت رؤى التيارات السياسية مما أوجد انشقاقات بينها؛ فالقوى الليبرالية والقوى الدينية تختلف حول أمور جوهرية (وليست ثانوية)، وكل منهما يريد فرض رؤيته مستخدماً كافة الأساليب ومستغلاً في بعض الأحيان حالة الفوضى في الحاضر؛ فبينما تريد القوى الدينية أن تكون الدولة ذات مرجعية دينية، فإن القوى الليبرالية تريد أن تكون الدولة (مدنية)، وهذا الانشقاق يزيد احتمالات تهديد المستقبل (أي عدم تغيير واقع المجتمع إلى الأفضل على النحو الذي تستهدفه ثورة ٢٥ يناير).

مشكلة الدراسة:

يتضح مما سبق أن هناك "مهددات" لأهداف ثورة ٢٥ يناير في التغيير المجتمعي إلى الأفضل، وأن هناك في الوقت نفسه "مدعمات" لهذه الأهداف، وكلاً من هذه المهددات والمدعمات عكستها وسائل الإعلام المختلفة بدرجات متفاوتة تبعاً لتداعيات الأحداث التي فرضت على الجمهور المصري أن يصبح نشطاً اتصالياً أكثر من أي وقت مضى من أجل الحصول على المعلومات من خلال وسائل الإعلام، بما يساعده على بلورة رؤية حول واقع ما بعد ثورة ٢٥ يناير وملاح التغيير المحتمل.

وتعمل وسائل الإعلام على تشكيل التوقعات المستقبلية للجمهور Publics' Expectations في ضوء ما تنقله عن الحاضر بمعطياته وتناقضاته (Louise&Paul,2007)، مع الأخذ في الاعتبار أن هناك عوامل تتوسط دور وسائل الإعلام في تشكيل توقعات الجمهور. ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في تساؤل أساسي حول العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام من جهة والتوقعات المستقبلية للجمهور بشأن الواقع المجتمعي ما بعد ثورة ٢٥ يناير من جهة ثانية، ومن هذا التساؤل الرئيسي تنبثق مجموعة التساؤلات الآتية:

- ما معدلات تعرض الجمهور المصري لوسائل الإعلام بهدف متابعة أحداث وتداعيات ثورة ٢٥ يناير؟
- ما هي توقعات الجمهور المصري بشأن تحسن الأوضاع السياسية والاقتصادية والمعيشية والأمنية في ظل ثورة ٢٥ يناير؟
- ما هي العلاقة بين معدل التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أحداث وتداعيات ثورة ٢٥ يناير والتوقعات بشأن تحسن الأوضاع السياسية والاقتصادية والمعيشية والأمنية كنتيجة لثورة ٢٥ يناير؟
- ما هي العلاقة بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين وكل من معدل التعرض والتوقعات بشأن المستقبل؟
- إلى أي حد توجد فروق جوهرية بين المبحوثين من حيث التوقعات حسب مستوى التعرض لوسائل الإعلام؟ وما هو تأثير التفاعل بين مستوى التعرض وخصائص المبحوثين على مجمل التوقعات؟ ومن واقع تلك التساؤلات التي كُمنل مشكلة البحث، تتضح أهمية الدراسة الحالية؛ فمن منظور التخصص العلمي تلقي الدراسة الضوء على علاقة التعرض لوسائل الإعلام بالتوقعات المستقبلية المرتبطة بتحول فريد Unique Transformation ألا وهو ثورة الخامس والعشرين من يناير، فإذا كانت الثورات لا تتكرر كثيراً في حياة الأمم والشعوب، فإن إخضاعها للبحث العلمي من منظور التخصص هو أمر تمليه اعتبارات ربط التخصص بواقع المجتمع خاصة في ضوء تفرد الحدث، ومن جهة أخرى تتجسد أهمية الدراسة الحالية في أنها تلقي الضوء على توقعات الجماهير بشأن أبعاد أساسية تمس حياتهم بشكل مباشر، ولأجيال قادمة سواء في الجانب السياسي أو الاقتصادي أو الأمني، كما أن الدراسة الحالية تفتح المجال لدراسات إعلامية أخرى حول ثورة ٢٥ يناير، خاصة وأن الدور الذي أدته وسائل الإعلام التقليدية والحديثة قبل وأثناء وبعد الثورة فرض على المتخصصين إعادة النظر في مدى

مهنتها وطبيعية إمكانياتها كأدوات للتواصل بين القوى السياسية والمجتمع؛ فالثورة - كفعل اجتماعي - بدأت بدعوة عبر الإنترنت لمظاهرات شعبية في يوم عيد الشرطة، ثم فرضت تداعيات قرار حجب الإنترنت نفسها على الممارسات الإعلامية والواقع السياسي بأبعاده المختلفة، فحدث تحول كيمي في طبيعة الممارسة الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد والإعلام المملوك للدولة والقنوات الخاصة والصحف القومية والمستقلة والحزبية، وبرز سلاح الرقابة مرة أخرى من خلال قرار وقف بعض المحطات الفضائية عن البث من مصر، فكان حرباً ببحوث الاتصال أن تتقصى تلك الممارسات بهدف الوصول إلى نتائج ذات دلالة تفيد في فهم كيف تعمل وسائل الإعلام المصرية في أوقات التحولات السياسية ذات التأثير القوي والمستمر - على تشكيل اتجاهات الجمهور وتوقعاته بشأن الحاضر والمستقبل.

الإطار النظري:

على الرغم من أن نظرية التوقعات الاجتماعية لها تطبيقات واسعة المدى في مجال الاتصال، إلا أن هذه التطبيقات تركز على العناصر الأساسية الأربعة للتنظيم الاجتماعي، وهي المعايير، والأدوار، والمكانة، والعقوبات (عماد & حسين، ٢٠٠٧، ص ١٥٧)، ومن الواضح أن هذه الفكرة الجوهرية رغم أهميتها، إلا أنها تعكس الطريقة التي تجعل وسائل الإعلام تؤثر في التطور الاجتماعي للفرد ولا يتوقف عند مجرد تشكيل توقعاته المستقبلية عن واقع مجتمع معين، والذي تنقصه الدراسة الحالية حيث تتناول دور وسائل الإعلام في تشكيل توقعات الجمهور المصري عن مستقبل المجتمع بعد ثورة ٢٥ يناير)، ومن المسلم به أن نجاح وسائل الإعلام (كمؤسسات) يتوقف على مجموعة من العوامل من أبرزها أن تكون ممارساتها تقابل توقعات المجتمع من تلك الوسائل وإلا فقدت جماهيريتها ومصداقيتها، وينطبق ذلك على المؤسسات المختلفة (وليس فقط وسائل الإعلام)، هذه النتيجة تؤكدت من واقع دراسات علمية (Hasegawa et al, 2003) حيث تبين أن التزام المؤسسات بالتوقعات الاجتماعية يؤدي دوراً محورياً في نمو تلك المؤسسات وتطوير قوانينها واكتسابها قيمة عالية لدى الجماهير، فالتوقعات الاجتماعية تعمل كمعايير لدى الأفراد والمؤسسات وبالتالي المجتمع ككل لما ينبغي عمله، ومن هنا تصبح بمثابة المناخ الذي يتصور فيه الجمهور ما يجب أن يكون عليه دور المؤسسات المختلفة بما فيها وسائل الإعلام الجماهيرية، فموجب نظرية التوقعات الاجتماعية، فإن الجماهير "تتوقع" أن تكون ممارسات وسائل الإعلام بخصائص معينة تتفق مع دور ومكانة هذه الوسائل، لكن نظرية التوقعات الاجتماعية - وإن كانت تقرر أن وسائل الإعلام هي أحد المؤثرات في تشكيل تصورات وأفكار الجماهير، إلا أنها لم تتضمن إجابة حاسمة/مباشرة عن التساؤل: إلى أي حد تسهم هذه الوسائل في تشكيل توقعات الجمهور عن مستقبل المجتمع؟

غير أنه من منظور المسؤولية الاجتماعية، فإن وسائل الإعلام تنشر المعلومات والحقائق والأفكار عن الحاضر، كما أن تلك الوسائل تنشر المعلومات والأفكار والرؤى كتوقعات مبنية على معطيات دقيقة، بما يمكن الجمهور من فهم الواقع الحاضر وتكوين رؤية من نوع ما عن المستقبل (Evans & Anderson, 2006).

ورغم أهمية دور وسائل الإعلام في بناء توقعات الجمهور عن المستقبل، فإنه تلاحظ عدم وجود أية دراسات علمية باللغة العربية تتناول العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والتوقعات المستقبلية للجمهور بشأن قضايا معينة أو واقع مجتمعي محدد، سواء في الظروف العادية أو في ظروف التحولات الكبرى. وقد انصب اهتمام الدراسات العربية على قضايا أو اتجاهات أو تأثيرات في الواقع الحاضر (وليس على توقعات مستقبلية)، من ذلك دراسة حسن (٢٠٠١) عن مدى تأثير الاتجاه السائد بوسائل الإعلام

المصرية على تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو قضايا التحول الاقتصادي، وكذلك دراسة منصور (٢٠٠٣) عن دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو أداء الحكام العرب في الحرب الأمريكية على العراق. في الوقت نفسه، هناك بعض الدراسات العربية التي تناولت قضايا مستقبلية ولكن ليس من منظور التوقعات في علاقتها بالتعرض لوسائل الإعلام، من ذلك مثلاً دراسة سليم (٢٠٠٥) عن اتجاهات الصفوة نحو واقع ومستقبل القنوات الإخبارية العربية، ودراسة إبراهيم (٢٠٠٥) عن مستقبل برامج الأطفال في التلفزيون المصري كما يراه القانمون بالاتصال في ظل تعددية القنوات الفضائية الخاصة بالأطفال، ودراسة عبد الباري (٢٠٠٥) عن مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، ودراسة البدري (٢٠٠٥) عن تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحافة المطبوعة في مصر، ودراسة الجزار (٢٠٠٥) عن مستقبل الإعلان التلفزيوني بين القنوات الأرضية الحكومية والفضائيات المصرية الخاصة كما يراه القانمون بالاتصال، ودراسة أبوشنب (٢٠٠٥) عن مستقبل الإعلام الفلسطيني، وهناك أيضاً دراسة زيادات (٢٠٠٥) عن مستقبل الإعلام الأردني في ظل التشريعات الصحفية الحديثة، وفي الاتجاه نفسه تأتي دراسة كامل (٢٠٠٥) عن مستقبل الإعلام العربي كم انعكسه دراسات قضايا الغزو الثقافي والاختراق الإعلامي، كما تناولت دراسة إسماعيل (٢٠٠٥) مستقبل الصحافة الإلكترونية كما يراه القانمون بالاتصال في الصحف المصرية، وأخيراً فإن دراسة رضوان (٢٠٠٥) تناولت مستقبل الإعلان الإذاعي في المحطات الإذاعية الخاصة (٢٠٠٥)، فهذه الدراسات بقيمتها العلمية تقصت مستقبل ظواهر إعلامية معينة في ضوء حاضر تلك الظواهر، أي أنها لم تتناول ولم تستهدف دراسة وتحليل العلاقة بين معدل التعرض لوسائل الإعلام وتوقعات عموم الجمهور بشأن قضايا مجتمعية في المستقبل على المستوى السياسي والاقتصادي والأمني والاجتماعي. أما فيما يخص الدراسات الأجنبية في ذات السياق، فإن الاتجاه الغالب على نتائجها يتلخص في أن وسائل الإعلام تساهم في تشكيل توقعات الجمهور، وأنها ليست المساهم الوحيد أو الأساسي، وإنما هناك عوامل أخرى تساهم في ذلك. من جهة ثانية، فإن تحليل توقعات الجمهور بشأن القضايا المختلفة يشكل الأساس للسياسات الرسمية والمعرفة المتخصصة باتجاهات الرأي العام، وإن كانت هذه التوقعات ليست هي الفيصل النهائي أو الوحيد في استشراف أبعاد الحاضر والتخطيط للمستقبل، إلا أنها ضرورية لمعرفة اتجاهات وتصورات الجماهير عن الحاضر والمستقبل، وهي أيضاً أحد مكونات الرؤية العلمية التي يمتلك مقوماتها الخبراء والمتخصصون والسياسيون؛ فمن الثابت أن عموم الجمهور ليس لديهم المعلومات الدقيقة أو الكافية عن واقع المجتمع في أبعاده المختلفة، ففي المجال الاقتصادي مثلاً لا يتوقع أن يكون لدى عامة الناس المعلومات الكافية والدقيقة عن حالة الاقتصاد، وإن كان الكثير من عامة الناس يلمسون مؤشرات الوضع الاقتصادي من واقع ما يلمسونه في حياتهم وما يتعرضون له في وسائل الإعلام فيما يخص جوانب اقتصادية هامة مثل البطالة وارتفاع الأسعار، وقلة الدخل، وغير ذلك من الجوانب ذات الصلة الوثيقة بالحياة اليومية للمواطنين (Paldam & Nannestad, 2000)، فعموم الجمهور لديهم إدراك عن الواقع في حدود الخبرة المباشرة وما يتعرضون له عبر التلفزيون والصحافة وغير ذلك من وسائط الإعلام الجماهيري والاتصال الشخصي، وبموجب ذلك تتكون لديهم تصورات عن الواقع (حالياً)، أي كما يعيشونه (هنا والآن) في حدود معينة.

فإذا علمنا أن توقعات الخبراء والمختصين عن مستقبل قضايا معينة قد تتحقق وقد تفشل كلياً أو جزئياً، فإن ذلك ينسحب أكثر على توقعات عموم الجمهور؛ فهذه التوقعات سواء كانت على المدى القريب أو البعيد، لا تركز على معلومات كافية، وبالتالي ليست دقيقة بالدرجة التي تمكنهم من الحكم الصحيح على الحاضر أو طرح التوقعات الصائبة بشأن المستقبل، ومن هنا يظهر انحراف Deviation من نوع ما عن

التقييم الصحيح للواقع، ويترتب عليه انحراف في مدى دقة التوقعات عن المستقبل (Kinder et al., 1995). وعلى الرغم من ذلك، فإن التوقعات العامة المتفائلة بشأن المستقبل – بصرف النظر عن عدم دقتها – تمثل قيمة معنوية قوية للمجتمع والدولة على حد سواء خاصة إذا لم تكن مفرطة في المثالية. وقد تستند التوقعات المتفائلة على مبررات واقعية، وهي تتشكل بفعل مؤثرات عديدة يأتي في مقدمتها الخبرة المباشرة، وكذلك التعرض لوسائل الإعلام (Anderson et al., 2004). وإلى جانب التعرض لوسائل الإعلام، فهناك معايير أخرى يستند إليها الجمهور في تكوين توقعاتهم عن المستقبل، فالبعض يبني توقعاته على أساس الحالة العامة للمجتمع كما يدركها هو، والبعض الآخر يعتمد في بناء تصوراته على تقييم ظروفه الخاصة أو الشخصية، والبعض الثالث يعتمد على واقع جماعات أخرى مرت بظروف مشابهة. كما أن التوقعات المستقبلية تتأثر بالتفضيلات السياسية لأفراد الجمهور، بمعنى اتجاهات الفرد نحو من هم في موقع السلطة؛ فالجماهير ذات الاتجاهات الإيجابية نحو من هم في موقع السلطة سوف يكون لديهم توقعات إيجابية بشأن المستقبل (Evan & Anderson, 2006)، وفي ظروف الأزمات والتحويلات التي تقترن بتغيير السلطة فإن الأفراد ذوي الاتجاه السلبى نحو السلطة تزداد احتمالات أن تتحول اتجاهاتهم إلى النقيض عندما تتولى زمام الأمور في البلاد سلطة جديدة، وبالتالي تكون توقعاتهم بشأن المستقبل إيجابية. وفي ظروف التحول أيضاً فإن توقعات الجمهور عن المستقبل تتأثر بما تنشره وسائل الإعلام عن تردى الوضع الاقتصادي والتناقضات السياسية والأمنية المصاحبة للتحول وتداعياته.

ويختلف دور وسائل الإعلام في تشكيل توقعات الجمهور بشأن المستقبل وفقاً للعديد من العوامل التي تأتي في مقدمتها درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات عن القضايا المختلفة؛ فكلما زاد الاعتماد على تلك الوسائل، زاد تأثيرها في تشكيل التوقعات المستقبلية (Delli, 2004). غير أن أهمية القضايا المطروحة التي تتناولها وسائل الإعلام، وطبيعة ظروف المجتمع (عادية / أزمة / تحولية)، والاتجاهات نحو القوى السياسية المتصارعة، والظروف الشخصية للأفراد وتقييماتهم واتجاهاتهم واهتماماتهم وتفضيلاتهم، كل هذه العوامل تؤثر في توقعاتهم المستقبلية. وتعمل وسائل الإعلام كمؤثر محفز أو مثبط (McLeod et al., 2001). والواقع أن المعلومات عن الظروف المحيطة يستمدّها الناس من الخبرة المباشرة، ومن وسائل الإعلام المرئية والمطبوعة والمسموعة، ويقوم الجمهور بالتفاعل مع تلك المعلومات ومن ثم بلورة تقييمات معينة حول الحاضر وتوقعات بشأن المستقبل (Clark & Stewart, 1994).

وقد أثبتت بعض الدراسات التجريبية أن تأثير وسائل الإعلام على التوقعات المستقبلية يكون من خلال ما تنشره تلك الوسائل من موضوعات تشكل تصورات Conceptions الأفراد عن واقعهم من جهة، وكذلك من خلال الخبرات المخزونة في الذاكرة من جهة ثانية والمعلومات المتجددة التي تتدفق عبر وسائل الإعلام عن ذات القضايا من جهة ثالثة، فمن خلال هذه العوامل جميعها تتشكل التوقعات (Morton & Duck, 2001).

وقد ربطت بعض الدراسات العلمية بين التغطية الإعلامية للقضايا وتوقعات الجمهور بشأنها في المستقبل وبين السلوك الانتخابي، من هذه الدراسات دراسة شيفر (Shaffer, 2008) والتي ركزت على القضايا الاقتصادية، وأوضحت الدراسة الميكانيزمات التي تتكون بها توقعات الجماهير وتقييماتهم، وكيف أن هذه التوقعات والتقييمات تتكون من خلال الرؤية الذاتية والمعطيات الموضوعية التي تتفق وتلك الرؤية، وطبيعة اختيارات الجمهور من محتوى إعلامي بما يتفق ورؤيته الذاتية وخبرته المباشرة وظروفه التي يدركها كحقيقة، وخلصت الدراسة إلى أن الاتجاه العام في تناول وسائل الإعلام للقضايا الاقتصادية يؤثر

في مدركات الجماهير عن الواقع الاقتصادي، ومن ثم يتحدد سلوكهم الانتخابي تجاه القوى المختلفة، حيث يصوتون لصالح الأطراف التي يرون أنها قادرة على التغيير إلى الأفضل أو التي تمنع حدوث الأسوأ.

وقد أشارت دراسات علمية أخرى (Luis-Beck & Stegmaier, 2000) إلى أن التقييمات الذاتية - وليس التقييمات الموضوعية - للواقع من جانب المواطنين - هي التي تفسر التوقعات المستقبلية (وبالتالي السلوك).

ونظراً لأن الرؤية الذاتية قد تفتقد الحقائق والمعايير السليمة، فإنه يحدث نوع من التشويه بين الواقع كما يدركه الجمهور وبين الواقع كما هو موجود، وفي تقصي متعمق لهذه المسألة، خلصت دراسات علمية إلى أن إدراك الجمهور قد يكون موضوعياً لكنه يركز على جانب واحد أو جوانب محدودة وليس على الواقع الحقيقي بتفاصيله وجوانبه المختلفة وتفاعلاته بما لها من انعكاسات على حياة الجمهور في المستقبل (Sanders, 2000; Sanders et al, 2001)

وإذا كانت التغطية الإعلامية للقضايا المثارة تؤثر في تقييم الجماهير للواقع وتوقعاتهم المستقبلية، إلا أن هذه التقييمات والتوقعات تتأثر - إن لم تكن تتحدد - بالواقع الذي يعيشه الناس؛ أي أن الخبرة الشخصية ذات تأثير جوهري، وإن كانت وسائل الإعلام تدعم التقييمات والتوقعات بل وتوسع نطاق الإدراك الشخصي والتوقعات المستقبلية بناء على هذه الخبرة، فالفرد الذي لا يجد عملاً (خبرة شخصية) سوف يدرك البطالة على أنها مشكلة شخصية لكن تعرضه لرسائل إعلامية تتناول مشكلة البطالة وكيف أنها منتشرة في المجتمع فإنه يدرك البطالة كمشكلة اجتماعية (Mutz, 1992). وفي سياق المقارنة بين المادة الإعلامية التي تنتجها وتقدمها وسائل الإعلام وبين تصريحات المسؤولين الرسميين من حيث التأثير في توقعات الجمهور، تبين أن تقييمات الجمهور وتوقعاته تكون أفضل (أكثر إيجابية) عندما يتأثر هذا الجمهور بما يقوله المسؤولون مقارنة بما يقوله وسائل الإعلام (Mosely, 1984) ومن هذين التقييمين يبيلور عامة الناس انطباعاتهم وتوقعاتهم الخاصة بشأن الحاضر والمستقبل عن القضايا المثارة.

وفيما يخص العلاقة بين التوقعات المستقبلية والتعرض لوسائل الإعلام في ظروف أزمت حاضرة، فقد أجريت في هولندا دراسة موسعة عن التغطية الإخبارية للأزمات، وتناولت بعمق تأثير ذلك على توقعات الجمهور (BoomGaorden et al. 2010)، وفي تلك الدراسة افترض الباحثون أن "المعلومات" التي يستمدّها الأفراد من وسائل الإعلام - وليس الظروف الشخصية أو الخاصة - هي التي تتوسط تقييمهم للوضع الاقتصادي وتوقعاتهم بشأنه. واستهدفت الدراسة الإجابة عن تساؤل أساسي هو: إلى أي حد تتأثر توقعات الجمهور عن مستقبل الاقتصاد بالتغطية الإعلامية لأحداث الأزمة الاقتصادية العالمية خلال العام ٢٠٠٨/٢٠٠٩. وقد أجريت الدراسة عبر ثلاث مراحل، على عينة عشوائية قوامها ١٣٩٤ مواطناً من المواطنين الهولنديين من ذوى الأعمار ١٧ سنة فأكثر (تم اختيارهم عشوائياً من قوائم أسماء الناخبين)، غير أن العينة الصحيحة تناقصت إلى ١٢٩٣، وإن ظلت ممثلة للمجتمع من حيث النوع، السن، التعليم، حجم الأسرة. وقد تضمنت الدراسة تحليلاً لمحتوى التغطية الإخبارية للأحداث الاقتصادية في الصحافة والتلفزيون مصنفة إلى إيجابية وسلبية، من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة المذكورة أن وسائل الإعلام ذات تأثير جوهري في توقعات الجمهور عن مستقبل الاقتصاد في المجتمع، وأنه كلما زاد التعرض للقضايا التي تعرضها وسائل الإعلام على أنها سلبية، زادت التوقعات السلبية لدى المبحوثين عن مستقبل الوضع الاقتصادي. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات علمية أخرى تثبت أن المادة الإعلامية التي تُظهر جوانب سلبية في القضايا محل التداول تؤثر إلى حد كبير في تقييمات وتوقعات الجماهير الذين يتعرضون لتلك المادة (Soroka, 2006)، ولا يشترط بالضرورة أن يكون هذا

التأثير مباشر، وإنما من خلال عوامل وسيطة، فقد تبين من نتائج دراسات أخرى أن التغطية الإعلامية السلبية للقضايا يكون لها تأثير غير مباشر - وليس تأثيراً مباشراً - على توقعات جمهور وسائل الإعلام وذلك بعد التحكم في متغير إدراك الواقع، وأنه عندما تعكس التغطية الإعلامية جوانب إيجابية في القضايا محل التناول فإن الجمهور يعبر عن رؤى إيجابية (Goidel & Langely, 1995)، غير أنه في ظروف الأزمات والتحويلات يكون هناك واقع مجتمعي مضطرب، وقد تقع أحداث خارج إطار الحياة المألوفة للجماهير، وفي سياق تناول وسائل الإعلام لهذا الواقع الاستثنائي تكون الجوانب السلبية ظاهرة بوضوح، ويزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وهذا بدوره يكون له انعكاسات ذات دلالة جوهرية على تقييمات الجمهور وتوقعاته بشأن المستقبل (Hetherington, 1996).

بقي أن نشير إلى أنه على الرغم من أن الاتجاه الغالب على نتائج الدراسات العلمية التي اهتمت بقياس دور وسائل الإعلام في تشكيل التوقعات المستقبلية للجمهور، إلا أن هناك دراسات محدودة توصلت إلى نتائج مناقضة، من ذلك على سبيل المثال دراسة (Wu et. al, 2000)، والتي كشفت عن أن الأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام عن القضايا الاقتصادية ليس لها تأثير في تقييمات الناس وتوقعاتهم بشأن هذه القضايا. ومن المعروف أن تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري رغم أنها تمثل القضية الأهم في بحوث الاتصال، إلا أن نتائج هذه البحوث لا تحظى إلا بأقل قدر من الاتفاق وأكبر قدر من الاختلاف بين الباحثين، ولعل في ذلك دلالة واضحة على تنوع مداخل ومناهج وفلسفات بحوث التأثير بصفة عامة، والتأثيرات الاجتماعية لوسائل الإعلام على وجه الخصوص (حمادة، ٢٠٠٨)، غير أن هذا الاختلاف لا يعني انتفاء تأثير وسائل الإعلام في المجتمع، خاصة في ظل الدور المحوري لوسائل الإعلام وتطورها التقني المستمر وتفاعلها مع مختلف القضايا التي تمس حياة الجماهير وتفاعل الجمهور ذاته معها، كما تزداد أهمية دراسة وتحليل دور وسائل الإعلام في تشكيل التوقعات المستقبلية للجماهير في ظروف التحويلات الكبرى التي لا تتكرر كثيراً في حياة الأمم والشعوب، ولعل ثورة ٢٥ يناير واحدة من أهم التحويلات الكبرى في تاريخ المجتمع المصري، وتبني عليها الجماهير توقعات وآمال كبيرة، الأمر الذي يجعل من الضروري تفصي دور وسائل الإعلام في تشكيل توقعات الجمهور المصري وهو موضوع هذه الدراسة.

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

فيما يلي نعرض لإجراءات الدراسة من حيث: العينة، أداة جمع البيانات، المعالجة الإحصائية:

(أ) عينة الدراسة:

أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها ٨٠٠ مفردة من محافظة القاهرة، وجميعهم من ذوي الأعمار ٢٠ سنة فأكثر، غير أنه تم استبعاد ٧١ مفردة، فأصبحت العينة الصحيحة ٧٢٩ مفردة. وقد تم اختيار العينة بأسلوب المعاينة متعددة المراحل وذلك على النحو التالي:

- حصر شامل بأسماء الأقسام الإدارية التي تتكون منها محافظة القاهرة.
- تصنيف الأقسام الإدارية إلى ثلاث مجموعات: المجموعة الأولى تضم المناطق الراقية، بينما تضم المجموعة الثانية المناطق المتوسطة، أما المجموعة الثالثة فتضم المناطق الشعبية.
- تدوين أسماء أقسام كل مجموعة بحيث يكون اسم كل قسم إداري مكتوباً في ورقة مستقلة، ومن ثم السحب العشوائي لقسم إداري واحد من كل مجموعة، فأصبح هناك ثلاثة أقسام إدارية، الأول يمثل

الأحياء الراقية (جاء الاختيار ممثلاً في حي مصر الجديدة) والثاني يمثل الأحياء المتوسطة (تم اختيار حلمية الزيتون)، أما الثالث فيمثل الأحياء الشعبية (تم اختيار حي المرج).

- من بين كل قسم إداري تم اختياره، تم اختيار أحد الشوارع عشوائياً.
- تدوين أرقام جميع المباني في الشارع الذي تم اختياره، واستبعاد المباني غير السكنية، والاختيار العشوائي لعدد من المباني السكنية، ومن ثم إجراء المقابلة بشكل عشوائي مع أحد قاطني المبنى الذي تم اختياره ممن هم في عمر ٢٠ سنة فأكثر، وفي حالة عدم استكمال العدد المطلوب من الشارع الذي تم اختياره، يتم اختيار شارع آخر مشابه للشارع الأول، مع مراعاة ضوابط في المفردات التي تجرى معها المقابلة، وتتمثل هذه الضوابط في تنوع مفردات العينة من حيث النوع التوزيع، والسن، والتعليم وذلك في إطار كل منطقة (شعبية، متوسطة، راقية) وانعكاسات هذه المتغيرات على خصائص أخرى ذات دلالة لموضوع البحث الحالي خاصة حالة العمل وعدد أفراد الأسرة، وبموجب ذلك جاءت العينة في خصائصها النهائية على النحو المبين في الجدول التالي:

جدول رقم (١) خصائص عينة الدراسة

الخصائص	ك	%
النوع: ذكور	٣٧٧	٥١,٧
إناث	٣٥٢	٤٨,٣
السن: ٢٠ لأقل من ٤٠	٤٤٧	٦١,٣
من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة	٢٤٣	٣٣,٣
٦٠ سنة فأكثر	٣٩	٥,٣
المنطقة: شعبية	٣,٦	٤٢
متوسطة	٢٧١	٣٧,١
راقية	١٥٢	٢٠,٩
التعليم: الثانوي وما في مستواه	٣٩٧	٥٤,٥
فوق المتوسط	٢٣١	٣١,٧
جامعي أو أعلى	١٠١	١٣,٩
حالة العمل: يعمل	٥١٥	٧٠,٦
لا يعمل	٢١٤	٢٩,٤
الدخل: أقل من المتوسط	٤٩٤	٦٧,٨
المتوسط أو أعلى	٢٣٥	٣٢,٢
عدد أفراد الأسرة: أقل من ٥	٣٤٣	٤٧,١
٥ فأكثر	٣٨٦	٥٢,٩
العينة	٧٢٩	١٠٠

يتضح من الجدول أن العينة تتوزع حسب النوع بين الذكور بنسبة ٥١,٧% مقابل ٤٨,٣% للإناث، أما حسب السن فإن العينة تتوزع بنسبة ٦١,٣% لذوي الأعمار من ٢٠ لأقل من ٤٠ سنة، مقابل ٣٣,٣% تتراوح أعمارهم من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة، وهناك ٥,٣% من العينة تبلغ أعمارهم ٦٠ سنة فأكثر، ومن حيث منطقة الإقامة يتبين من الجدول أن ٨٠% تقريباً من قاطني المناطق الشعبية أو المتوسطة، أما حسب متغير التعليم فإن عينة الدراسة تضم ٥٤,٥% من ذوي التعليم الثانوي وما في مستواه، كما أن ٣١,٧% من العينة لديهم مؤهلات فوق المتوسطة، وتخفض النسبة إلى ١٣,٩% لذوي التعليم الجامعي أو أعلى. أما حسب متغير حالة العمل، فإن العينة تضم ٢٩% من العاطلين، بمعنى أنهم لا يعملون ولا هم في مرحلة الدراسة، أما النسبة الباقية (٧٠,٦%) فإنهم إما من العاملين أو من الطلاب، كما يوضح الجدول أن العينة من حيث متغير الدخل - تتوزع بين الثلثين تقريباً من ذوي الدخل الأقل من المتوسط، مقابل الثلث من ذوي الدخل المتوسط أو أعلى (علماً بأن ذلك حسب تقدير الباحثين أنفسهم لمستوى دخول أسرهم شهرياً بالجنيه المصري). أما من حيث متغير عدد أفراد الأسرة، فإن الجدول يوضح أن مفردات العينة تتوزع بنسبة ٤٧,١% من الأسر الأقل من خمسة أفراد مقابل ٥٢,٩% ينتمون إلى أسر يبلغ عدد أفرادها خمسة أفراد أو أكثر، ومن كل ذلك يتضح أن العينة تضم مفردات متنوعة من حيث الخصائص التي يحتمل أن تكون ذات علاقة بتعرضهم لوسائل الإعلام وتوقعاتهم بشأن تحسن الأوضاع المجتمعية بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١.

(ب) أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على استبيان يتضمن مقياسين أساسيين بالإضافة إلى المتغيرات المستقلة (خصائص الباحثين)، المقياس الأول يقيس معدل التعرض للوسائل Media Exposure ويشمل ذلك (مشاهدة التلفزيون، سماع الراديو، قراءة الصحف اليومية، استخدام الإنترنت)، سواء فيما يتعلق بمدى الانتظام والوقت المنقضي في التعرض وذلك ضمن الاهتمام بمتابعة أحداث وتطورات ثورة ٢٥ يناير. ويشتمل هذا المقياس على بنود تقيس: التعرض لكل وسيلة، عدد الأيام التي يتعرض فيها خلال الأسبوع، الوقت أو المدة الزمنية للتعرض، وتتراوح الدرجة الكلية للمقياس ما بين (٤) إلى (٣٦) درجة، وتدل الدرجة المرتفعة على كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أحداث الثورة وتطوراتها. أما المقياس الثاني فيقيس التوقعات Expectations بمعنى مدى توقع الباحثين بتحسين الأوضاع المجتمعية كنتيجة لثورة ٢٥ يناير، ويتمثل هذه الأوضاع في: تحسن اقتصاد المجتمع المصري بوجه عام، إقامة نظام حكم ديمقراطي حقيقي، الارتقاء بمستوى معيشة الأسرة، كفاءة مؤسسات الدولة وخدمات المواطن، زيادة الدخل المالي للموظفين، إيجاد فرص عمل للشباب، محاصرة الفساد والفساديين. وقد تم تحديد هذه الجوانب باعتبارها تشكل الاهتمامات المشتركة من واقع مقابلات متعمقة تم إجراؤها أثناء تصميم الاستبيان مع بعض المتقنين والمواطنين العاديين. أما عن القيمة الكمية للاستجابات على كل جانب بمفرده من تلك الجوانب فإنها تتراوح ما بين (١) إلى (٤)، وتتراوح الدرجة الكلية على مجمل مقياس التوقعات ما بين (٧) إلى (٢٨) درجة، والدرجة المرتفعة على هذا المقياس تدل على توقع إيجابي مرتفع بشأن تحسن الأوضاع مستقبلاً والعكس صحيح. وقد خضع الاستبيان للتجريب المسبق من خلال تطبيقه أكثر من مرة على مفردات متنوعة من حيث الخصائص الديموجرافية بما في ذلك مستوى التعليم والدخل، كما تم التحقق من صدق الاستبيان باستخدام طريقة الصدق الظاهري Face Validity حيث تمت مراجعة الاستبيان - قبل تطبيقه - مراجعة مدققة لصياغة البنود من حيث اللغة والمحتوى والأفكار والاستجابات بأوزانها الترجيحية، كما تم عرض الاستبيان على خمسة محكمين من الأكاديميين بهدف التأكد من أن الاستبيان يقيس الموضوع المطلوب قياسه، وقد تم تجريب الاستبيان على مجموعات محدودة بهدف التأكد من

وضوحه وكفاءته، أما عن الثبات Reliability فقد تم إجراؤه بطريقة إعادة التطبيق، حيث طبق الاستبيان على مجموعة من ٥٩ شخصاً وذلك مرتين بفواصل زمني عشرة أيام، وتم حساب معامل الارتباط بين الاستجابات على مجمل المقياس في المرة الأولى والمرة الثانية، وقد بلغت قيمة الارتباط ٠,٨٧ على مستوى المجموعة ككل، أما على مستوى مجموعات العينة - حسب الخصائص الديموجرافية- فقد تراوحت قيم معامل الارتباط ما بين ٠,٨٠ إلى ٠,٩٤.

(ج) جمع البيانات والمعالجة الإحصائية:

تم جمع بيانات تلك الدراسة من خلال المقابلات الفردية المباشرة مع المبحوثين وذلك وفق الضوابط المعتمدة للعينة وذلك في المناطق التي تم اختيارها، وقام بإجراء المقابلات فريق من الباحثين تم تدريبهم والتأكد من كفاءتهم، واستمر جمع البيانات خلال النصف الثاني من شهر إبريل ٢٠١١ والنصف الثاني من شهر مايو ٢٠١١؛ حيث تم استخراج المعطيات الإحصائية الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية لاستجابات المبحوثين لأداة الدراسة، وكذلك لمعدلات التعرض لوسائل الإعلام، بالإضافة إلى الأوزان المئوية للقيم الكمية التي تعكس استجابات المبحوثين على بنود مقياس التوقعات.

- المتوسطات والانحرافات المعيارية للدرجة على مقياس التعرض ومقياس التوقعات.
- مقاييس العلاقة والارتباط بين مستوى التعرض لوسائل الإعلام للوسائل وخصائص المبحوثين، حيث تم استخدام كا^٢ ومعامل التوافق، كما تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لرصد الارتباط بين معدل التعرض لوسائل الإعلام ومستوى التوقعات.

- اختبار T وتحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA لمعرفة معنوية الفروق بين مجموعات العينة من حيث مجمل التعرض لوسائل الإعلام، والدرجة على مقياس التوقعات، وكذلك اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة Scheffe Multi Comparison Test لمعرفة مكان الفروق الجوهرية في حالة وجودها حسبما يكشف عنها تحليل التباين.

- التفاعل الثنائي Bilateral Interaction بين معدل التعرض والخصائص الديموجرافية للمبحوثين من حيث تأثير هذا الفاعل في الدرجة على مقياس التوقعات.

نتائج الدراسة:

فيما يلي عرض للنتائج التي توصلت إليها الدراسة بما يجيب عن التساؤلات التي تسعى الدراسة للإجابة عنها:

أولاً- معدل التعرض لوسائل الإعلام:

يقصد بمعدل التعرض لوسائل الإعلام المدى الزمني اليومي الذي يقضيه المبحوثون في التعرض لتلك الوسائل. وقد تم تصنيف المبحوثين بحسب معدل التعرض إلى منخفض أو متوسط أو مرتفع بناءً على متوسطات الدرجة والانحراف المعياري لاستجابات المبحوثين على مقياس التعرض.

فالمبحوثون الحاصلون على درجة تقل (واحد) انحراف معياري عن المتوسط العام تم تصنيفهم في المستوى المنخفض، أما المبحوثون الحاصلون على درجة تعادل المتوسط العام + ١ انحراف معياري فقد تم تصنيفهم في المستوى المتوسط، بينما تم تصنيف المبحوثين الحاصلين على درجة تزيد عن ذلك في المستوى المرتفع.

وقد كشف تحليل البيانات عن أن معدلات التعرض لوسائل الإعلام جاءت على النحو المبين بالجدول التالي:

جدول رقم (٢) معدل التعرض لوسائل الإعلام

المجموع (ن=٩٢٧)	معدل التعرض						الوسيلة		
	ك	%	مرتفع		متوسط			منخفض	
			ك	%	ك	%		ك	%
٩٤	٦٨٦	٣٠,٣	٢٠,٨	٦٤,٤	٤٤٢	٥,٢	٣٦	التلفزيون	
١٤,٨	١٠,٨	٢٥	٢٧	٤٨,١	٥٢	٢٦,٩	٢٩	الراديو	
٥٢,٨	٣٨٥	١٧,٤	٦٧	٦١	٢٣٥	٢١,٦	٨٣	الصحف اليومية	
٦٧,٥	٤٩٢	١٢,٨	٦٣	٦٩,١٠	٣٤٠	١٨,١	٨٩	الإنترنت	
٨,٢	٦٠	٢٥	١٥	٧٠	٤٢	٥	٣	كل الوسائل	

يتبين من هذا الجدول أن التلفزيون يتصدر الوسائل الأخرى من حيث معدل التعرض؛ إذ أن ٩٤% من الباحثين يشاهدون التلفزيون، يليه استخدام الإنترنت (٦٧,٥%)، ثم قراءة الصحف (٥٢,٨%) وأخيراً سماع الراديو، حيث ينخفض بدرجة ملحوظة (١٤,٨%). ويوضح الجدول أيضاً أن هناك (٨,٢%) من العينة - أي ما يعادل ٦٠ مبحوثاً يستخدمون جميع الوسائل، كما يكشف الجدول عن أن مستوى التعرض المتوسط حظي بأعلى التكرارات، وهذا ينطبق على جميع الوسائل، حيث يتبين من الجدول أن معدل التعرض المتوسط تبلغ نسبته ٦٤,٤% فيما يخص التلفزيون وذلك من إجمالي ٦٨٦ هم إجمالي مشاهدي التلفزيون، وفيما يخص الراديو، فإن الجدول يوضح أن تكرارات المستوى المتوسط تشكل (٤٨,١%) وذلك من مجمل مستمعي الراديو والبالغ عددهم ١٠,٨ مفردات. أما فيما يخص الصحف اليومية فإن الجدول يكشف بوضوح عن تكرارات المستوى المتوسط تشكل (٦١%) من مجمل قراء الصحف اليومية والبالغ عددهم ٣٨٥ مفردة. وفيما يخص الإنترنت يتبين من الجدول أيضاً أن النسبة الأعلى (٦٩,١%) من المستخدمين دلت استجاباتهم على مستوى استخدام متوسط. ويفصح الجدول عن نتيجة هامة أخرى تتعلق بمستوى التعرض المرتفع؛ إذ تظهر هذه الخاصية أكثر وضوحاً في الاستماع للراديو مقارنة بالوسائل الأخرى، إذ إن مستمعي الراديو البالغ عددهم ١٠,٨ مفردات يتوزعون حسب معدل التعرض بواقع ٢٦,٩% منخفض ٤٨,١٠% متوسط ٢٥% مرتفع، وبذلك نجد أن معدل الاستماع للراديو يزيد عن معدل التعرض المرتفع للصحف اليومية، إذ أن المعدل المرتفع للتعرض للصحف اليومية هو ١٧,٤%، كما أن معدل الاستماع المرتفع في الراديو يتفوق على نظيره في استخدام الإنترنت؛ إذ أن معدل التعرض المرتفع للإنترنت يبلغ نسبة ١٢,٨%، وهكذا فإن مستمعي الراديو إذا كانوا أقل كثيراً من مستخدمي الوسائل الأخرى، إلا أن هؤلاء المستمعين - رغم قلتهم - تزداد معدلات استماعهم.

ثانياً- العلاقة بين مستوى التعرض للوسائل وخصائص المبحوثين:

ماهي العلاقة بين مستوى التعرض لوسائل الإعلام محل الدراسة من جهة وخصائص المبحوثين من جهة ثانية؟ للإجابة عن هذا التساؤل تم التحليل الإحصائي للبيانات بهدف الوصول للنتائج التي توضح العلاقة بين خصائص المبحوثين وكل من: مشاهدة التلفزيون، سماع الراديو، قراءة الصحف اليومية، استخدام الإنترنت، ومن ثم بلورة نتيجة أساسية توضح معنوية الفروق بين مجموعات العينة من حيث مجمل التعرض لوسائل الإعلام.

فيما يخص العلاقة بين مشاهدة التلفزيون وخصائص المبحوثين، كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين مشاهدة التلفزيون وكل من متغيرات: منطقة الإقامة، المستوى التعليمي، حالة العمل، الدخل، عدد أفراد الأسرة ($p > 0.05$)، أي أن معدل التعرض للتلفزيون لا يختلف حسب هذه المتغيرات الخمسة، غير أن تحليل البيانات كشف عن أنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل مشاهدة التلفزيون وكل من النوع والسن ($p < 0.05$)، وذلك على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (٣) العلاقة بين مشاهدة التلفزيون وكل من النوع والسن

($n = 686$)

مؤشرات إحصائية	معدل العرض			ن	الخصائص
	مرتفع	متوسط	منخفض		
ر	كا				
**٠,١٤١	**١٣,٩	٨٤٠	٢٣٧	٢٤	٣٤٥
		١٢٤	٢٠٥	١٢	٣٤١
		١٤٢	٢٦١	٢٠	٤٢٣
**٠,١٤٥	**١٤,٨	٤٩	١٦٢	١٥	٢٢٦
		١٧	١٩	١	٣٧

**($p < 0.01$)

ففيما يخص العلاقة بين معدل مشاهدة التلفزيون ومتغير النوع، يتبين من الجدول ارتفاع نسبة الإناث اللاتي يشاهدن التلفزيون بمعدل مرتفع؛ إذ تصل هذه النسبة إلى ٣٦,٤%، أي ما يعادل ١٢٤ مفردة من إجمالي الإناث اللاتي يشاهدن التلفزيون والبالغ عددهن ٣٤١ مفردة، أما الذكور الذين يشاهدون التلفزيون بمعدل مرتفع، فإن نسبتهم تبلغ ٢٤,٣% أي ما يعادل ٨٤ مفردة من إجمالي الذكور الذين يشاهدون التلفزيون والبالغ عددهم ٣٤٥ مفردة، فالعلاقة هنا واضحة؛ إذ يزداد معدل مشاهدة المرتفعة للتلفزيون بين الإناث مقارنة بالذكور. وعلى مستوى متغير السن، فإن الجدول يوضح ارتفاع معدل مشاهدة المرتفعة بين المبحوثين ذوي الأعمار ٦٠ سنة فأكثر؛ إذ تصل النسبة إلى ٤٦%، وتتنخفض نسبة معدل مشاهدة المرتفعة إلى ٣٣,٦% من إجمالي المبحوثين ذوي الأعمار من ٢٠ لأقل من ٤٠ سنة، ثم تنخفض أكثر بين المبحوثين ذوي الأعمار من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة حيث تصل إلى ٢١,٧%؛ إذ أن هناك ٤٩ مفردة هم الذين يشاهدون التلفزيون بمعدل مرتفع وذلك من بين ٢٢٦ مفردة هم المبحوثون ذوو الأعمار (من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة).

وفيما يخص العلاقة بين معدل التعرض للراديو والمتغيرات الديموجرافية كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أنه لا توجد علاقة بين هذا المعدل وكل من متغيرات: النوع، منطقة الإقامة، حالة العمل، الدخل، عدد أفراد الأسرة ($p > 0.05$)، أي أن معدل التعرض للراديو لا يختلف حسب هذه المتغيرات، لكن هناك علاقة دالة إحصائياً بين معدل التعرض للراديو وكل من السن والتعليم ($p < 0.05$)، وذلك على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (٤) العلاقة بين معدل التعرض للراديو وكل من السن والتعليم

($n = 108$)

مؤشرات إحصائية	معدل العرض للراديو			ن	الخصائص
	مرتفع	متوسط	منخفض		
ر	كا				
		١٣	٤٢	١٩	٧٤
*٠,٣٠٤	*١١	١٣	٨	١٠	٣١
		١	٢	-	٣

التعليم: الثانوي وما في مستواه فوق المتوسط جامعي أو أعلى	٦٤	١٩	٣٨	٧
	٣٥	٦	١١	١٨
	٩	٤	٣	٢

**(p<0.01)

*(p<0.05)

من حيث السن يوضح الجدول أن معدل التعرض المرتفع للراديو يبلغ حوالي ٤٢% بين ذوي المرحلة العمرية من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة (١٣ مفردة من ٣١ مفردة)، وتنخفض هذه النسبة إلى ١٧,٦% بين ذوي المرحلة العمرية من ٢٠ لأقل من ٤٠ سنة (١٣ مفردة من ٧٤ مفردة)، كما أن المبحوثين ذوي الأعمار ٦٠ سنة فأكثر يقل بينهم التعرض للراديو بوجه عام (وهذا ناتج عن قلة عددهم في العينة). أما على مستوى متغير التعليم، فإن الجدول يوضح ارتفاع معدل التعرض المرتفع للراديو بين ذوي التعليم فوق المتوسط (٥١,٤%)، إذ إن هناك ١٨ مفردة من إجمالي ٣٥ مفردة عبروا عن معدل تعرض مرتفع للراديو، بينما تنخفض هذه النسبة إلى ١١% تقريباً بين ذوي التعليم الثانوي وما في مستواه (هناك ٧ مفردات فقط عبروا عن معدل تعرض مرتفع وذلك من إجمالي ٦٤ مفردة كما هو واضح بالجدول)، كما أن أكثرية ذوي التعليم الجامعي فأعلى عبروا عن معدل منخفض من حيث الاستماع للراديو، وكما سبقت الإشارة فإن هذه الاختلافات جوهرية ولا تعزى إلى الصدفة، بمعنى أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين التعرض للراديو وكل من التعليم والسن. وفيما يخص العلاقة بين قراءة الصحف اليومية وخصائص المبحوثين، كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أنه لا توجد علاقة جوهرية بين معدل قراءة الصحف وكل من متغيرات: النوع، منطقة الإقامة، التعليم، الدخل، عدد أفراد الأسرة ($p>0.05$)، أي أن معدل قراءة الصحف لا يختلف حسب هذه المتغيرات، لكن هناك علاقة دالة إحصائياً بين معدل قراءة الصحف وكل من السن وحالة العمل ($p<0.05$)، وذلك على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (٥) العلاقة بين معدل قراءة الصحف اليومية وكل من السن وحالة العمل

(ن=٣٨٥)

مؤشرات إحصائية	معدل قراءة الصحف			ن	الخصائص
	مرتفع	متوسط	منخفض		
ر	٢١	٢٣	٥٨	٢٣٧	السن: ٢٠ لأقل من ٤٠
**٠,٢١	**١٧,٣	٩٠	٢٣	١٢٧	من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة
		١٠	٢	٢١	٦٠ سنة فأكثر
		٥١	٦٨	٢٧٢	حالة العمل: يعمل
**٠,١٦	**٩,٥	٨٢	١٥	١١٣	لا يعمل

**(p<0.01)

*(p<0.05)

يكشف هذا الجدول عن اختلاف معدل قراءة الصحف اليومية باختلاف السن، إذ إن معدل القراءة المرتفع يصل إلى ٤٢,٨% بين المبحوثين ذوي الأعمار ٦٠ سنة فأكثر؛ إذ دلت استجابات (٩) مفردات (من إجمالي ٢١ مفردة) على معدل قراءة مرتفع، وبينما ينخفض هذا المعدل إلى ١٨,٦% بين المبحوثين

ذوي الأعمار من ٢٠ لأقل من ٤٠ سنة (٤٤ مفردة من إجمالي ٢٣٧ مفردة)، فإن النسبة تنخفض أكثر بحيث تصل إلى ١١% بين المبحوثين ذوي الأعمار من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة ١٤ مفردة من إجمالي ١٢٧ مفردة)، أما فيما يتعلق بمتغير "حالة العمل"، فإن الجدول يكشف عن اختلاف توزيع مفردات العينة حسب هذا المتغير، فمعدل القراءة المنخفض تصل نسبته إلى ٢٥% بين العاملين ٦٨ مفردة من إجمالي ٢٧٢ مفردة)، بينما تنخفض هذه النسبة إلى ١٣,٣% بين العاطلين (١٥ مفردة من إجمالي ١١٣ مفردة)، أما معدل القراءة المتوسط فتصل نسبته إلى ٥٦,٣% بين العاملين (١٥٣ مفردة من إجمالي ٢٧٢ مفردة)، بينما ترتفع هذه النسبة إلى ٧٢,٦% بين العاطلين (٨٢ مفردة من إجمالي ١١٣ مفردة)، ومن حيث معدل القراءة المرتفع فإن نسبته تبلغ ١٨,٧٥% بين العاملين (٥١ مفردة من إجمالي ٢٧٢ مفردة)، بينما تنخفض إلى ١٤,٢% بين العاطلين (١٦ مفردة من إجمالي ١١٣ مفردة)، وهذه الاختلافات هي اختلافات جوهرية ولا ترجع إلى الصدفة.

أخيراً، وفيما يخص العلاقة بين استخدام الإنترنت وخصائص المبحوثين فقد سبقت الإشارة إلى أن ٤٩٢ مبحوثاً يستخدمون الإنترنت، وهذا العدد يشكل ٦٧,٥% من عينة البحث، وقد كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أنه لا توجد علاقة بين معدل استخدام الإنترنت وأي من متغيرات الدراسة ممثلة في: النوع، السن، منطقة الإقامة، المستوى التعليمي، حالة العمل، الدخل، عدد أفراد الأسرة ($p > 0.05$).

تبقى الجزئية الخاصة بمعنوية الفروق بين مجموعات العينة من حيث مجمل التعرض لوسائل الإعلام، فإذا كانت هذه الوسائل تختلف من حيث التعرض لكل منها كما هو واضح من النتائج السابق عرضها، فإن ذلك يتطلب معرفة إلى أي حد يختلف مجمل التعرض لوسائل الإعلام باختلاف المتغيرات الديموجرافية. من واقع التحليل الإحصائي للبيانات وباستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA توصلت الدراسة إلى النتيجة الموضحة بالجدول الآتي:

جدول رقم (٦) معنوية الفروق بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التعرض
($n = 729$)

مؤشرات إحصائية	ع	م	ن	مجموعات العينة
٠,٦	٠,٥	٢٤,٤	٣٧٧	النوع: ذكور إناث
	٠,٥٣	٢٤	٣٥٢	
٠,٠١٤	٩,٧	٢٥,١	٤٤٧	السن: ٢٠ لأقل من ٤٠ من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة ٦٠ سنة فأكثر
	٩,٦	٢٢,٨	٢٤٣	
	١٠,٢	٢٤,٣	٣٩	
٠,٣	١٠,١	٢٣,٧	٣,٦	المنطقة: شعبية متوسطة راقية
	٩,٩	٢٤,٣	٢٧١	
	٨,٩	٢٥,٢	١٥٢	

٠,٠٢	F= 3.85	٩,٤ ١٠,٦ ٩,٤	٢٣ ٢٤,١ ٢٤,٩	٣٩٧ ٢٣١ ١٠١	التعليم: الثانوي وما في مستواه فوق المتوسط جامعي أو أعلى
٠,٠٩	T= 1.7	٩,٧ ٩,٨	٢٤,٧ ٢٣,٣	٥١٥ ٢١٤	حالة العمل: يعمل لا يعمل
٠,٥١	T= 0.65	٩,٨ ٩,٧	٢٤,١ ٢٤,٦	٤٩٤ ٢٣٥	الدخل: أقل من المتوسط المتوسط أو أعلى
٠,٨	T= 0.19	٩,٨ ٩,٧	٢٤,٣ ٢٤,٢	٣٤٣ ٣٨٦	عدد أفراد الأسرة: أقل من ٥ ٥ فأكثر
				٧٢٩	العينة

خلاصة هذا الجدول أنه لا توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التعرض وذلك حسب متغيرات: النوع، المنطقة، حالة العمل، الدخل، عدد أفراد الأسرة، فحسب هذه المتغيرات لا توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث متوسط الدرجة على مقياس التعرض لوسائل الإعلام ($P > .05$)، لكن هناك في الوقت نفسه فروقاً جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التعرض لوسائل الإعلام وذلك حسب متغير السن، ومتغير التعليم ($P < .05$)، فوفقاً لمتغير السن يتبين من الجدول أن الأصغر سناً (من ٢٠ لأقل من ٤٠ سنة) هم الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام ($M = 25,1$)، يليهم في ذلك المجموعة ذات الأعمار ٦٠ سنة فأكثر ($M = 24,3$)، وأخيراً تأتي مجموعة المبحوثين ذوى الأعمار (من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة)

($M = 22,8$)، وباستخدام اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة Scheffe Multi Comparison Test تبين أن الفروق الجوهرية توجد بين المجموعة ذات الأعمار من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة وكل من المجموعتين الأخرين، بينما لا توجد فروق جوهرية بين المجموعة ذات الأعمار من ٢٠ لأقل من ٤٠ سنة والمجموعة ذات الأعمار ٦٠ سنة فأكثر، هذا يعني أن المجموعة ذات الأعمار من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة هي المجموعة التي حققت أقل درجة تعرض لوسائل الإعلام. أما فيما يخص متغير التعليم فإن الجدول يوضح ارتفاع معدل التعرض بارتفاع مستوى التعليم، ففي المجموعة الأولى ذات التعليم الثانوي وما في مستواه يبلغ متوسط الدرجة على مقياس التعرض أدنى قيمة له ($M = 23$)، أما المجموعة ذات التعليم المتوسط فإن درجتها على مقياس التعرض تزداد بعض الشيء ($M = 24,1$)، أما ذوى التعليم الجامعي أو أعلى فإن متوسط درجتهم على مقياس التعرض يبلغ ٢٤,٩، وباستخدام اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة Scheffe Multi Comparison Test تبين أن الفروق الجوهرية توجد بين مجموعة التعليم الثانوي وما في مستواه من جهة وكل من المجموعتين الأخرين من جهة ثانية، بمعنى أن المبحوثين الأقل تعليماً ينخفض متوسط درجتهم في التعرض لوسائل الإعلام مقارنة بالمجموعتين الأعلى تعليماً، غير أنه من الناحية الأخرى فإن المبحوثين ذوى التعليم فوق المتوسط لا يختلفون اختلافاً جوهرياً عن المبحوثين ذوى التعليم الجامعي أو أعلى وذلك من حيث متوسط الدرجة على مقياس التعرض.

ثالثاً- توقعات المبحوثين بشأن تحسن ظروف المجتمع بعد ثورة ٢٥ يناير:

تم رصد توقعات المبحوثين بشأن: تحسن اقتصاد المجتمع بوجه عام، إقامة نظام حكم ديمقراطي حقيقي، محاصرة الفساد والفاستين، كفاءة مؤسسات الدولة وخدمات المواطن، زيادة الدخل المالي للموظفين، إيجاد فرص عمل للشباب، الارتفاع بمستوى معيشة الأسرة المصرية. والتساؤل هو: إلى أي حد يتوقع المبحوثون أن تتحسن هذه الجوانب؟ من واقع تحليل البيانات جاءت النتيجة على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (٧)

توقعات المبحوثين بشأن تحسن ظروف المجتمع بعد ثورة ٢٥ يناير

(ن = ٧٢٩)

المجال	م	ع	الوزن المنوي
تحسن اقتصاد المجتمع بوجه عام	٢,٩	٠,٩٢	٧٢,٥
إقامة نظام حكم ديمقراطي حقيقي	٢,٩٤	٠,٩٦	٧٣,٥
محاصرة الفساد والفاستين	٣,١١	٠,٩٧	٧٧,٨
كفاءة مؤسسات الدولة وخدمات المواطن	٢,٨٢	٠,٩	٧٠,٥
زيادة الدخل المالي للموظفين	٢,٦٦	٠,٩	٦٦,٥
إيجاد فرص عمل للشباب	٢,٦٦	٠,٩٤	٦٦,٥
الارتفاع بمستوى معيشة الأسرة المصرية	٢,٦٥	٠,٩٢	٦٦,٣
مجمّل التوقعات	١٩,٧٤	٤,٥	٧٠,٥

يكشف هذا الجدول عن أن محاصرة الفساد والفاستين تأتي في الترتيب الأول من حيث كونها مجالاً لتقاؤل المبحوثين، فقد جاءت القيمة الكمية لاستجابات المبحوثين بمتوسط قدره ٣,١١ وبما يعادل وزناً منوياً قدره ٧٧,٨%، وفي المرتبة الثانية يأتي التوقع بإقامة نظام حكم ديمقراطي حقيقي (م = ٢,٩٤)، وبوزن منوي ٧٣,٥%، وفي المرتبة الثالثة يأتي التوقع بتحسين اقتصاد المجتمع بوجه عام (م = ٢,٩) وبوزن منوي ٧٢,٥%، وينخفض قليلاً تقاؤل المبحوثين بشأن كفاءة مؤسسات الدولة وخدمات المواطن (م = ٢,٨٢) وبوزن منوي ٧٠,٥%، ويكشف الجدول أيضاً عن الانخفاض النسبي للتوقعات الإيجابية للمبحوثين فيما يخص: زيادة الدخل المالي للموظفين، إيجاد فرص عمل للشباب، الارتفاع بمستوى معيشة الأسرة المصرية، حيث جاء متوسط القيمة الكمية لاستجابات المبحوثين بواقع ٢,٦٦ لكل جانب من هذه الجوانب وبوزن منوي قدره ٦٦,٥% أما من حيث مجمل توقعات المبحوثين فإن الجدول يوضح أن القيمة الكمية للاستجابات جاءت بمتوسط قدره ١٩,٧٤ درجة وبوزن منوي إجمالي قدره ٧٠,٥%، الأمر الذي يكشف عن تقاؤل نسبي لدى المبحوثين بشأن تحسن الأوضاع في المجتمع بعد ثورة ٢٥ يناير، ولكن إلى أي حد توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التوقعات؟ من واقع النتائج التي توصلت إليها الدراسة باستخدام اختبار (ت)، وكذلك تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA تبين أن معنوية الفروق بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التوقعات جاءت كما يلي:

جدول رقم (٨)
معنوية الفروق بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التوقعات
(ن=٧٢٩)

مؤشرات إحصائية الدلالة	قيمة المعامل	ع	م	ن	مجموعات العينة
٠,٠٣	T=2.1	٤,٣	٢٠,١	٣٧٧	النوع: ذكور إناث
		٤,٧	١٩,٤	٣٥٢	
٠,٠٠١	F=9.2	٤,٧	١٩,٢	٤٤٧	السن: ٢٠ لأقل من ٤٠ من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة ٦٠ سنة فأكثر
		٣,٧	٢٠,٧	٢٤٣	
		٥,٦	١٩,٢	٣٩	
٠,٠٣	F=3.3	٤,٥	١٩,٨	٣,٦	المنطقة: شعبية متوسطة راقية
		٤,٦	٢٠,٧٤	٢٧١	
		٤,١	١٩,٢	١٥٢	
٠,٠٣	F=3.3	٤,٦	١٩,٣	٣٩٧	التعليم: الثانوي وما في مستواه فوق المتوسط جامعي أو أعلى
		٤,٤	٢٠,٢	٢٣١	
		٤	٢٠,٣	١٠١	
٠,٠٣	T=2.1	٤,٦	١٩,٥	٥١٥	حالة العمل: يعمل لا يعمل
		٣	٢٠,٣	٢١٤	
٠,٨	T=0.3	٤,٦	١٩,٧	٤٩٤	الدخل: أقل من المتوسط المتوسط أو أعلى
		٤,٤	١٩,٨	٢٣٥	
٠,٥٤	T=0.61	٤,٦	١٩,٨	٣٤٣	عدد أفراد الأسرة: أقل من ٥ ٥ فأكثر
		٤,٤	١٩,٦	٣٨٦	
		٤,٥	١٩,٧٤	٧٢٩	العينة

إن النتيجة الأساسية التي يوضحها هذا الجدول هي أنه لا توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التوقعات وذلك حسب متغير الدخل ومتغير عدد أفراد الأسرة ($P > 0.05$)، وهذا يعني أن ذوى الدخل الأقل لا يختلفون عن ذوى الدخل الأعلى، كما أن المبحوثين الذين ينتمون إلى أسر قليلة العدد لا يختلفون عن المبحوثين الذين ينتمون إلى أسرة كبيرة العدد وذلك فيما يخص التوقعات بشأن تحسن واقع المجتمع المصري بعد ثورة ٢٥ يناير، لكن هناك فروقاً جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التوقعات وذلك حسب متغيرات النوع، السن، المنطقة، التعليم، حالة العمل ($p < 0.05$)، ففيما يخص متغير النوع ترتفع التوقعات لدى الذكور ($M = 20.1$) مقارنة بالإناث ($M = 19.4$).

أما حسب متغير السن فإن الجدول يوضح أن المبحوثين ذوي الأعمار من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة هم الذين تزداد لديهم التوقعات ($m = 20,7$) مقارنة بالمجموعتين الأخريين حسب السن ($m = 19,2$)، وقد كشف اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة Scheffe Multi Comparison Test عن أن الفروق الجوهرية توجد بين هاتين المجموعتين من جهة والمجموعة الأخرى من جهة ثانية، بمعنى أن المبحوثين ذوي الأعمار من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة تزداد توقعاتهم الإيجابية بدلالة إحصائية عن المجموعات العمرية الأخرى. أما حسب المنطقة محل الإقامة فإن الجدول يوضح أن المبحوثين من المناطق المتوسطة ترتفع لديهم التوقعات ($m = 20,74$)؛ وذلك بدلالة إحصائية مقارنة بالمبحوثين من المناطق الشعبية ($m = 19,8$)، والمبحوثين من المناطق الراقية ($m = 19,2$) وذلك حسب اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة. أما المتغير الثالث الذي يختلف وفقاً له القيمة الكمية لاستجابات المبحوثين على مقياس التوقعات هو متغير التعليم، ويتضح من الجدول أن ذوي التعليم الأقل (الثانوي وما في مستواه) جاءت توقعاتهم أقل ($m = 19,8$)، وذلك مقارنة بالمبحوثين ذوي التعليم فوق المتوسط ($m = 20,2$)، وكذلك مقارنة بالمبحوثين ذوي التعليم الجامعي أو ما بعد الجامعي ($m = 20,3$)، وتبين من اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة أن الفروق الجوهرية توجد بين مجموعة المبحوثين ذوي التعليم الثانوي وما في مستواه وبين المجموعتين الأخريين، أي أن هذه المجموعة تنخفض توقعاتها الإيجابية بفروق جوهرية عن توقعات المجموعتين الأعلى تعليماً. أخيراً ومن حيث متغير حالة العمل، فإن الجدول يوضح أن مستوى التوقعات يرتفع لدى العاطلين ($m = 20,3$) مقارنة بالعاملين ($m = 19,5$)، أي أن العاطلين أكثر تفاؤلاً، وقد يرجع ذلك إلى أن العاطلين يحدوهم أمل أكبر في الحصول على فرصة عمل بموجب التغييرات أو معطيات ثورة ٢٥ يناير. وخلصنا هذه الجزئية أن التوقعات الإيجابية ترتفع لدى الذكور مقارنة بالإناث، كما ترتفع لدى ذوي الأعمال من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة مقارنة بالفئات العمرية الأخرى، وترتفع التوقعات الإيجابية أيضاً بين المبحوثين من المناطق المتوسطة مقارنة بالمناطق الشعبية والمناطق الراقية، كما تزداد تلك التوقعات لدى المبحوثين الأعلى تعليماً مقارنة بالمبحوث الأقل تعليماً، أما من حيث حالة العمل، فإن التوقعات الإيجابية تزداد لدى المبحوثين العاطلين مقارنة بالمبحوثين العاملين، هذا ولا توجد فروقاً جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التوقعات الإيجابية وذلك حسب متغير الدخل ومتغير عدد أفراد الأسرة.

رابعاً- العلاقة بين معدل التعرض لوسائل الإعلام ومستوى التوقعات:

إلى أي حد يمكن تفسير توقعات المبحوثين بشأن تحسن الوضع المجتمعي في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير في ضوء تعرضهم لوسائل الإعلام؟ للإجابة عن هذا التساؤل بدأت الدراسة برصد معامل الارتباط بين معدل التعرض لوسائل الإعلام (منفردة ومجمعة) وبين توقعات المبحوثين بشأن الأبعاد السابق ذكرها، وقد كشف التحليل الإحصائي عن النتيجة المبينة بالجدول الآتي:

جدول رقم (٩)

الارتباط بين التوقعات والتعرض لوسائل الإعلام

التوقعات	مشاهدة التلفزيون (ن)	سماع الراديو (ن)	قراءة الصحف (ن)	استخدام الإنترنت (ن)	مجمل التعرض (ن)
	(٦٨٦)	(١٠٨)	(٣٨٥)	(٤٩٢)	(٧٢٩)
تحسن اقتصاد المجتمع بوجه عام	**٠,١١٢	٠,٠١٨	٠,٠٣٣	٠,١٤٣	*٠,١١٥

٠,٠٥٦	٠,٠٤	٠,٠١	٠,٠١٣	*٠,٠٨٥	إقامة نظام حكم ديمقراطي حقيقي
*٠,٠٩٣	٠,٠٢٢	٠,٠٠٦	٠,٠٢	٠,٠٧٤	محاصرة الفساد والفاستدين
٠,٠٨	٠,١١١ *	٠,٠٧٢	٠,١٣	٠,٠٤٨	كفاءة مؤسسات الدولة وخدمات المواطن
٠,٠٢	٠,٠٧٠	٠,٠٨	٠,١٨	٠,٠٥٩	زيادة الدخل المالي للموظفين
٠,٠٤	٠,٠٥٣	٠,٠١٩	٠,١٤	٠,٠٧١	إيجاد فرص عمل للشباب
٠,٠٤٣	٠,١٠٣ *	٠,٠٧١	٠,١٤	*٠,٠٨٥	الارتفاع بمستوى معيشة الأسرة
*٠,٠٨٩	٠,١٠٩ *	٠,٠٤	٠,١٠	**٠,١١	مجممل التوقعات

**p<0.01

*p<0.05

ففيما يخص مشاهدة التلفزيون نجد أنها ترتبط ارتباطاً جوهرياً بتوقعات الباحثين بكل من: تحسن اقتصاد المجتمع بوجه عام، إقامة نظام حكم ديمقراطي حقيقي، الارتفاع بمستوى معيشة الأسرة المصرية بوجه عام، مجممل التوقعات (p < .05)، والارتباط هنا موجب، بمعنى أنه كلما زاد معدل التعرض للتلفزيون زادت التوقعات الإيجابية بشأن هذه الجوانب الثلاثة، غير أنه لا يوجد ارتباط دال إحصائياً بين مشاهدة التلفزيون وأي من: محاصرة الفساد والفاستدين، كفاءة مؤسسات الدولة وخدمات المواطن، زيادة الدخل المالي للموظفين، إيجاد فرص عمل للشباب (p > .05). أما فيما يخص الراديو فإن الجدول يوضح أنه لا يوجد ارتباط جوهري بين معدل الاستماع وأياً من مجالات التوقعات في تفاصيلها ومجمملها، النتيجة نفسها فيما يخص في قراءة الصحف، أما بالنسبة للإنترنت فإن الجدول يوضح أن هناك ارتباطاً جوهرياً بين معدل استخدام الإنترنت وكل من: تحسن اقتصاد المجتمع بوجه عام، كفاءة مؤسسات الدولة وخدمات المواطن، الارتفاع بمستوى معيشة الأسرة المصرية، مجممل التوقعات (p < .05)، بينما لا يوجد ارتباط جوهري بين معدل استخدام الإنترنت وكل من: إقامة نظام حكم ديمقراطي حقيقي، محاصرة الفساد والفاستدين، زيادة الدخل المالي للموظفين، إيجاد فرص عمل للشباب.

أخيراً فيما يخص مجممل التعرض لوسائل الإعلام من حيث علاقته بتوقعات الباحثين بشأن واقع المجتمع المصري بعد ثورة ٢٥ يناير، فإن الجدول يوضح أن هناك ارتباطاً إحصائياً دالاً بين مجممل التوقعات ومجممل التعرض لوسائل الإعلام (r = ٠,٠٨٩)، وهذه القيمة لمعامل الارتباط رغم أنها منخفضة كما هو واضح إلا أنها ذات دلالة جوهرياً (p < .05)، كما أن مجممل التعرض لوسائل الإعلام يرتبط ارتباطاً إحصائياً دالاً بكل من: تحسن اقتصاد المجتمع بوجه عام، محاصرة الفساد والفاستدين (p < .05). في الوقت نفسه فإن الجدول يكشف عن أن مجممل التعرض لوسائل الإعلام لا يرتبط بتوقعات الباحثين فيما يخص: إقامة نظام حكم ديمقراطي حقيقي، كفاءة مؤسسات الدولة وخدمات المواطن، الارتفاع بمستوى معيشة الأسرة، إيجاد فرص عمل للشباب، زيادة الدخل المالي للموظفين (p > .05). وعلى الرغم من وضوح هذه النتائج فيما يخص العلاقة بين معدل التعرض لوسائل الإعلام وتوقعات الباحثين بشأن تحسن الوضع في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير، إلا أنها لا تلقى الضوء الكافي على معنوية الفروق بين مجممل توقعات الباحثين حسب مستوى مجممل تعرضهم لوسائل الإعلام، ومن هنا تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA، وجاءت النتيجة على النحو الموضح بهذا الجدول:

جدول رقم (١٠)
معنوية الفروق بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس
التوقعات حسب معدل التعرض لوسائل الإعلام

معدل التعرض	ن	م	ع	قيمة F	الدلالة
منخفض	٢٩٦	١٩,١	٤,٧	٥,٦٥	٠,٠٠٤
متوسط	٤٠٦	٢٠,٢	٤,١		
مرتفع	٢٧	١٩,١	٦,٦		

يكشف هذا الجدول عن وجود فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث متوسط الدرجة على مقياس التوقعات حسب معدل التعرض لوسائل الإعلام ($F = 5.65, p = .004$) حيث تزداد التوقعات الإيجابية بين المبحوثين ذوي معدل التعرض المتوسط ($m = 20.2$)، وذلك مقارنة بالمبحوثين ذوي معدل التعرض المنخفض ($m = 19.2$) والمبحوثين ذوي معدل التعرض المرتفع ($m = 19.1$) وقد تبين من اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة أن الفروق الجوهرية توجد بين مجموعة التعرض المتوسط من جهة وكل من مجموعة التعرض المنخفض والتعرض المرتفع من جهة ثانية، ولا توجد فروق جوهرية بين مجموعة التعرض المنخفض ومجموعة التعرض المرتفع وذلك من حيث الدرجة على مقياس التوقعات.

خامساً: أثر التفاعل بين معدل التعرض وخصائص المبحوثين في التوقعات:

إذا كانت هناك فروق جوهرية بين المبحوثين من حيث مجمل التوقعات حسب معدل التعرض لوسائل الإعلام فإن هذه الفروق قد تتأثر بالخصائص الديموجرافية للمبحوثين، ومن هنا تقصت الدراسة التفاعل بين معدل التعرض لوسائل الإعلام والخصائص الديموجرافية من حيث تأثير هذه التفاعل في الدرجة على مقياس التوقعات؛ إذ إن التفاعل الثنائي Bilateral Interaction بين معدل التعرض والخصائص الديموجرافية كل على حدة سوف يلقي الضوء بدرجة كافية على ما إذا كانت الخصائص الديموجرافية للمبحوثين تؤثر في العلاقة بين معدل التعرض لوسائل الإعلام والتوقعات، ومن واقع المعالجة الإحصائية للبيانات جاءت النتيجة كما يوضحها الجدول الآتي:

جدول رقم (١١)
أثر التفاعل بين التعرض لوسائل الإعلام وخصائص المبحوثين
في الدرجة على مقياس التوقعات

التفاعل	دح	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة	حجم التأثير
التعرض × النوع	٠٢	٤٦	٢٣	١,٤٧	٠,٣٢	٠,٠٠٣
التعرض × السن	٤	١٠٧	٢٦,٧	١,٤	٠,٢٤	٠,٠٠٨
التعرض × المنطقة	٤	٩٣,٦	٢٣,٤	١,١٧	٠,٣٢	٠,٠٠٦
التعرض × التعليم	٤	١١,٨٥	٢,٩٦	٠,١٤٨	٠,٩٦	٠,٠٠١
التعرض × حالة العمل	٢	٦٥,٩	٣٢,٩	١,٧	٠,٢	٠,٠٠٥

٠,٠٠٥	٠,١٤	١,٩٣	٣٨,٧	٧٧,٤	٢	التعرض × الدخل
٠,٠٠٥	٠,٢	١,٨	٣٦,١	٧٢,٢	٢	التعرض × عدد أفراد الأسرة

في ضوء الدلالة الإحصائية للتفاعل ثنائي الاتجاه بين التعرض لوسائل الإعلام وكل متغير من المتغيرات الديموجرافية على حدة فإن جميع التفاعلات غير دالة إحصائياً ($p > 0.05$)، وهذا يعني أن خصائص المبحوثين بالتفاعل مع مستوى التعرض لا تؤثر في العلاقة بين معدل التعرض لوسائل الإعلام وتوقعات هؤلاء المبحوث بشأن المستقبل، وتؤكد ذلك أيضاً من المعطيات الإحصائية للعمود الأخير؛ إذ أن حجم تأثير التفاعل تراوحت قيمته ما بين ٠,٠٠١ إلى ٠,٠٠٨ وهذه قيمة ضئيلة كما هو واضح، ولا تعبر عن أن التفاعل بين معدل التعرض لوسائل الإعلام والخصائص الديموجرافية له تأثير جوهري أو ملموس في توقعات المبحوثين بشأن واقع المجتمع المصري بعد ثورة ٢٥ يناير، مع التأكيد على أن بعض هذه الخصائص منفردة وليس متفاعلة مع مستوى التعرض - تؤثر في التوقعات.

الخلاصة ومناقشة النتائج

إذا كانت هذه الدراسة قد تناولت دور وسائل الإعلام في تشكيل توقعات الجمهور المصري عن مستقبل المجتمع بعد ثورة ٢٥ يناير، فإن الاتجاه العام للنتائج يتمثل في أن التليفزيون يأتي في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها المبحوثون لمتابعة أحداث الثورة وتطوراتها، كما تأتي شبكة الإنترنت في الترتيب الثاني، يلي ذلك الصحف اليومية، ويأتي الراديو في الترتيب الأخير. وعلى الرغم من قلة مستمعي الراديو مقارنة بالوسائل الأخرى، إلا أن هؤلاء المستمعين - رغم قلتهم - تزداد معدلات استماعهم. وإذا كان التليفزيون يأتي في الترتيب الأول كوسيلة يتابع من خلالها المبحوثون أحداث الثورة وتطوراتها، فإن الدراسة كشفت عن أن ذلك لا يختلف باختلاف المبحوثين من حيث منطقة الإقامة، المستوى التعليمي، حالة العمل، الدخل، عدد أفراد الأسرة ($p > 0.05$)، غير أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين معدل مشاهدة التليفزيون وكل من النوع والسن ($p < 0.05$)، حيث يزداد معدل المشاهدة المرتفعة للتليفزيون بين الإناث مقارنة بالذكور، كما يرتفع معدل المشاهدة بين المبحوثين ذوي الأعمار ٦٠ سنة فأكثر. أما بالنسبة لمعدل التعرض للراديو فقد تبين أنه لا توجد علاقة بين هذا المعدل وكل من النوع، منطقة الإقامة، حالة العمل، الدخل، عدد أفراد الأسرة ($p > 0.05$)، لكن هناك علاقة دالة إحصائياً بين معدل التعرض للراديو وكل من السن والتعليم ($p < 0.05$)، حيث تزداد نسبة التعرض المرتفع بين ذوي المرحلة العمرية من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة، ويقل التعرض للراديو بين المبحوثين ذوي الأعمار ٦٠ سنة فأكثر، كما يزداد معدل التعرض المرتفع للراديو بين ذوي التعليم فوق المتوسط وينخفض بين ذوي التعليم الثانوي وما في مستواه، كما أن أكثرية ذوي التعليم الجامعي فأعلى عبروا عن معدل منخفض من حيث الاستماع للراديو. وقد كشفت الدراسة أيضاً عن أنه لا توجد علاقة جوهرية بين معدل قراءة الصحف وكل من متغيرات: النوع، منطقة الإقامة، التعليم، الدخل، عدد أفراد الأسرة ($p > 0.05$)، في حين أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين معدل قراءة الصحف وكل من السن وحالة العمل ($p < 0.05$)؛ إذ أن معدل القراءة المرتفع يصل إلى ٤٢,٨% بين المبحوثين ذوي الأعمار ٦٠ سنة فأكثر، بينما ينخفض هذا المعدل بين المبحوثين ذوي الأعمار الأقل، وحسب حالة العمل تبين أن معدل القراءة المرتفع يزداد بين العاملين. مقارنة بالعاطلين. وإذا كان ٦٧,٥% من المبحوثين يستخدمون الإنترنت، فقد تبين أنه لا توجد علاقة بين معدل استخدام الإنترنت وأي من متغيرات الدراسة ممثلة في: النوع، السن، منطقة الإقامة، المستوى التعليمي، حالة العمل، الدخل، عدد أفراد الأسرة ($p > 0.05$)، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة الموضوع الذي من أجله يستخدم المبحوثون وسائل الإعلام المختلفة بما فيها الإنترنت ألا وهو توقعات هؤلاء المبحوثين بشأن واقع المجتمع المصري بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، تلك الثورة التي بدأت وتطورت

أحداثها باستخدام الإنترنت، الأمر الذي جعل المهتمين بالثورة يلجأون إلى الإنترنت كمصدر للمعلومات والأخبار بصرف النظر عن اختلاف خصائصهم الديموجرافية.

وعلى مستوى مجمل التعرض لوسائل الإعلام ككل لمتابعة أحداث وتطورات ثورة ٢٥ يناير، كشفت الدراسة عن أنه لا توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التعرض وذلك حسب متغيرات: النوع، المنطقة، حالة العمل، الدخل، عدد أفراد الأسرة ($P > .05$)، لكن هناك فروقا جوهرية بين مجموعات العينة من حيث التعرض لوسائل الإعلام حسب متغير السن، و متغير التعليم ($P < .05$)، فحسب متغير السن تبين أن المبحوثين الأصغر سنا هم الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام لمتابعة أحداث الثورة وتطوراتها، كما يرتفع معدل التعرض بارتفاع مستوى التعليم. وعلى مستوى التوقعات بشأن تحسن ظروف المجتمع بعد ثورة ٢٥ يناير، فقد بحثت الدراسة توقعات المبحوثين فيما يخص: تحسن اقتصاد المجتمع بوجه عام، إقامة نظام حكم ديمقراطي حقيقي، محاصرة الفساد والفاستدين، كفاءة مؤسسات الدولة وخدمات المواطن، زيادة الدخل المالي للموظفين، إيجاد فرص عمل للشباب، الارتفاع بمستوى معيشة الأسرة المصرية، وقد تبين من النتائج أن التوقعات المتفائلة بشأن هذه المجالات جاءت بوزن منوي يتراوح بين ٦٦,٥% إلى ٧٧,٨% من مجمل درجة كل مجال، وتأتي محاصرة الفساد والفاستدين في الترتيب الأول من حيث كونها مجالاً لتفاؤل المبحوثين، وفي المرتبة الثانية يأتي التوقع بإقامة نظام حكم ديمقراطي حقيقي، يلي ذلك التوقع بتحسين اقتصاد المجتمع بوجه عام، ثم توقع كفاءة مؤسسات الدولة وخدمات المواطن، وتخفض نسبياً التوقعات بشأن زيادة الدخل المالي للموظفين، إيجاد فرص عمل للشباب، الارتفاع بمستوى معيشة الأسرة المصرية، وعلى مستوى مجمل توقعات المبحوثين جاءت هذه التوقعات بوزن منوي إجمالي قدره ٧٠,٥% الأمر الذي يكشف عن تفاؤل نسبي لدى المبحوثين بشأن تحسن الأوضاع في المجتمع بعد ثورة ٢٥ يناير. وفي السياق نفسه، كشفت الدراسة عن أنه لا توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التوقعات وذلك حسب متغير الدخل ومتغير عدد أفراد الأسرة ($P > .05$)، بمعنى أن ذوي الدخل الأقل لا يختلفون عن ذوي الدخل الأعلى، كما أن المبحوثين الذين ينتمون إلى أسر قليلة العدد لا يختلفون عن المبحوثين الذين ينتمون إلى أسرة كبيرة العدد، غير أن الدراسة كشفت عن وجود فروق جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التوقعات وذلك حسب متغيرات النوع، السن، المنطقة، التعليم، حالة العمل ($p < .05$)، حيث ترتفع التوقعات لدى الذكور مقارنة بالإناث، كما أن المبحوثين ذوي الأعمار من ٤٠ لأقل من ٦٠ سنة تزداد لديهم التوقعات مقارنة بالأعمار الأخرى، وترتفع التوقعات لدى المبحوثين من سكان المناطق مقارنة بالمبحوثين من المناطق الشعبية والمبحوثين من المناطق الراقية. ومن حيث مستوى التعليم تبين من الدراسة ارتفاع توقعات المبحوثين الأعلى تعليماً مقارنة بالمبحوثين الأقل تعليماً. أما من حيث متغير حالة العمل فقد تبين من الدراسة أن مستوى التوقعات يرتفع لدى العاطلين عن العمل مقارنة بالطلاب والعاملين، أي أن العاطلين عن العمل أكثر تفاؤلاً، وقد يرجع ذلك إلى أن العاطلين يحدوهم أمل أكبر في الحصول على فرصة عمل بعد التغيرات التي نتجت عن ثورة ٢٥ يناير.

وعن العلاقة بين معدل التعرض لوسائل الإعلام والتوقعات بشأن المستقبل تبين من الدراسة أن مشاهدة التلفزيون ترتبط ارتباطاً موجباً بتوقعات المبحوثين بشأن كل من: تحسن اقتصاد المجتمع بوجه عام، إقامة نظام حكم ديمقراطي حقيقي، الارتفاع بمستوى معيشة الأسرة المصرية مجمل التوقعات ($p < .05$)، بمعنى أنه كلما زاد معدل التعرض للتلفزيون زادت التوقعات الإيجابية، غير أنه لا يوجد ارتباط دال إحصائياً بين مشاهدة التلفزيون والتوقعات بشأن كل من: محاصرة الفساد والفاستدين، كفاءة مؤسسات الدولة وخدمات المواطن، زيادة الدخل المالي للموظفين، إيجاد فرص عمل للشباب ($p > .05$). ولا يوجد ارتباط جوهرية بين التوقعات المستقبلية من جهة ومعدل الاستماع للراديو وقراءة الصحف اليومية من جهة ثانية. أما بالنسبة للإنترنت فقد تبين وجود ارتباط جوهرية بين معدل استخدام الإنترنت والتوقعات بشأن: تحسن اقتصاد

المجتمع بوجه عام، كفاءة مؤسسات الدولة وخدمات المواطن، الارتفاع بمستوى معيشة الأسرة المصرية، مجمل التوقعات ($p < .05$)، بينما لا يوجد ارتباط جوهري بين معدل استخدام الانترنت وكل من: إقامة نظام حكم ديمقراطي حقيقي، محاصرة الفساد و الفاسدين، زيادة الدخل المالي للموظفين، إيجاد فرص عمل للشباب. وعلى مستوى مجمل التعرض لوسائل الإعلام من حيث علاقته بمجمل توقعات المبحوثين بشأن واقع المجتمع المصري بعد ثورة ٢٥ يناير تبين وجود ارتباط دال إحصائياً، وعند تقصي معنوية الفروق في التوقعات بين مجموعات العينة حسب مستوى مجمل تعرضهم لوسائل الإعلام تبين أن التوقعات الإيجابية تزداد بين المبحوثين ذوي معدل التعرض المتوسط مقارنة بالمبحوثين ذوي معدل التعرض المنخفض والمبحوثين ذوي معدل التعرض المرتفع، وهذه النتيجة تعني أن وسائل الإعلام لها مساهمة من نوع ما في تشكيل توقعات المبحوثين بشأن المستقبل، وهذا يتفق مع ما خلصت إليه بعض الدراسات السابقة التي تطرقت إلى أنه من بين جوانب المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام نشر المعلومات والحقائق والأفكار عن الواقع بما يمكن الجمهور من فهم الواقع الحاضر وتكوين رؤية من نوع ما عن المستقبل (Evans & Anderson, 2006)، ولكن على الرغم من ذلك فإن النتيجة التي توصلت إليها الدراسة الحالية في هذا الشأن لا تعني أن العلاقة بين معدل التعرض ومستوى التوقعات هي علاقة خطية مستقيمة، فهي ليست كذلك، بدليل أن ذوي مستوى التعرض المنخفض لا يختلفون عن ذوي التعرض المرتفع من حيث الدرجة على مستوى التوقعات.

يبقى جانب أساسي في نتائج هذه الدراسة ألا وهو أن التوقعات المتفائلة بشأن المجالات التي تم بحثها جاءت بوزن منوي يتراوح بين ٦٦,٥% إلى ٧٧,٨% وعلى المستوى الإجمالي جاءت هذه التوقعات بوزن منوي قدره ٧٠,٥% الأمر الذي يكشف عن (تفاوت نسبي) لدى المبحوثين بشأن تحسن الأوضاع في المجتمع بعد ثورة ٢٥ يناير، هذا التفاوت النسبي يفسر بالواقع الذي عكسته وسائل الإعلام، فقد اختلطت في هذا الواقع إيجابيات تدعو إلى التفاؤل وسلبيات تدعو إلى التشاؤم، ففي حين نجحت الثورة في إقصاء النظام، وتم القبض على أهم رموزه وسجنهم ومحاكمتهم علناً، إلا أنه سرعان ما ظهرت تيارات وقوى سياسية متنازعة، في ظل غياب القيادة والفكر المستقبلي، وأصبح تركيز وسائل الإعلام على الرئيس السابق وأعوانه بنفس الدرجة التي كانت فيما قبل الثورة مع اختلاف زوايا المعالجة الإعلامية. وفي الوقت الذي ظهر فيه نقاش عام حول النظام السياسي الجديد للدولة، وكيفية تحقيق الديمقراطية والعدالة الاجتماعية، ظهرت الاختلافات والخلافات حول الدستور أولاً أم الانتخابات أولاً، وكذلك حول المرجعية الدينية أم المرجعية المدنية، وغير ذلك من قضايا جوهرية خلافية.

كما ظهر في بدايات الثورة اتفاق بين التيارات المختلفة على هدف واحد، غير أن هذه التيارات دخلت في صراع أخذ نطاقه يتسع بمرور الوقت، وقد عكست وسائل الإعلام ذلك الصراع بين التيارات الإسلامية والتيارات الليبرالية، رغم أن الثورة لم تنبثق من أي تيار ولكنها انبثقت من واقع متردي لتطالب بالعدالة والديمقراطية وكرامة المواطن، والتزمت بالطبيعة السلمية في البداية لكن الأمور اختلطت فيما بعد، وصاحب ذلك انفلاتاً أمنياً مهد لزيادة معدلات الجريمة والعنف.

وعلى الرغم من أن الثورة أعلنت أهدافها في الحرية والعدالة والكرامة، إلا أنها كانت تفتقد الجدول الزمني لتحقيق أهدافها وإعادة هيكلة النظام والمؤسسات، ووضع خريطة طريق لتغيير المفاهيم وأنشطة المؤسسة التنفيذية والتشريعية والقضائية من خلال المعالجة "العقلانية" في النقاش العام، كما أن موقف القوات المسلحة الداعم للثورة كان بشير تفاؤل للمواطن، وعلى الرغم من ذلك ظهرت الكثير من دعوات التشكيك، دون إدراك لأهمية هذا الموقف، وعندما نجحت الثورة في إجبار مبارك ورموز النظام على الرحيل، ساد الاعتقاد بأن (الثورة نجحت) وروجت وسائل الإعلام لهذه الفكرة مبشرة ببزوغ عهد جديد مختلف عن سابقه، غير أن معطيات الواقع المتردي جعلت الجماهير تدرك أن مجرد رحيل الرموز لا يعني نجاح الثورة، وفي الوقت

الذي اتخذت الحكومة الانتقالية إجراءات ملموسة لتعقب الفاسدين ومحاولة استرداد الأموال المنهوبة كانت بعض القنوات التلفزيونية تعكس الاختلافات في الرؤى بين المهتمين بالشأن العام، فظهرت بعض التوجهات التي تنحو إلى تبرير أخطاء النظام السابق، وتحاول القفز على الثورة وتحدث عن قضايا تثير الفرقة والبلبلة وتحض على الصراع مستخدمة في ذلك الصحافة والندوات وقنوات التلفزيون المختلفة.

غير أن تراجع التفاؤل هنا لا يعني بالضرورة أنه ناتج عن تقييم موضوعي، إذ أن عينة البحث ليست من المتخصصين في السياسة والإستراتيجية، وإنما من عموم المواطنين، فالتداخل بين ما هو ذاتي وما هو موضوعي أمر وارد، وكما سبقت الإشارة في الخلفية المرجعية لتلك الدراسة، فإن التقييمات الذاتية للواقع من جانب المواطنين تؤدي دوراً ملموساً في تحديد توقعاتهم المستقبلية (Lewis-Beck & Stegmaier 2000)، ونظراً لأن التقييمات الذاتية قد تفقد الحقائق والمعايير السليمة، فإنه يحدث نوع من التشويه بين الواقع كما يدركه الجمهور وبين الواقع كما هو موجود، الأمر الذي ينعكس على التوقعات بشأن المستقبل.

المصادر والمراجع(أ) مصادر ومراجع عربية:

- ابراهيم، صالح السيد عراقي (٢٠٠٥) مستقبل برامج الأطفال في التلفزيون المصري كما يراه القائمون بالاتصال في ظل تعددية القنوات الفضائية الخاصة بالأطفال، بحوث المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام بعنوان (مستقبل وسائل الإعلام العربية) المجلد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٥، ص ٦٩٥ - ٧٦٠
- أبو شنب، حسين (٢٠٠٥) مستقبل الإعلام الفلسطيني، بحوث المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام بعنوان (مستقبل وسائل الإعلام العربية) المجلد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٥، ص ١١٥٠ - ١٢١٦
- إسماعيل، محمد عبد الله (٢٠٠٥) مستقبل الصحافة الإلكترونية كما يراه القائمون بالاتصال في الصحف المصرية، بحوث المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام بعنوان (مستقبل وسائل الإعلام العربية) المجلد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٥، ص ١٥٨٠ - ١٦٣٦
- البدري، رفعت محمد (٢٠٠٥) تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحافة المطبوعة في مصر، بحوث المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام بعنوان (مستقبل وسائل الإعلام العربية) المجلد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٥، ص ٧٩٣ - ٨٥٦
- الجزار، نجوى محمد (٢٠٠٥) مستقبل الإعلان التلفزيوني بين القنوات الأرضية الحكومية والفضائيات المصرية الخاصة كما يراه القائمون بالاتصال، بحوث المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام بعنوان (مستقبل وسائل الإعلام العربية) المجلد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٥، ص ٩٨٥ - ١٠١٨
- حسن، السيد بهنسي (٢٠٠١) مدى تأثير الاتجاه السائد بوسائل الإعلام المصرية على تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو قضايا التحول الاقتصادي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ١٣، أكتوبر/ديسمبر ٢٠٠١، ص ١ - ٤٨
- حمادة، بسيوني إبراهيم (٢٠٠٨) دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، الطبعة الأولى، عالم الكتب، ص ٩٥
- رضوان، أحمد فاروق (٢٠٠٥) مستقبل الإعلان الإذاعي في المحطات الإذاعية الخاصة، بحوث المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام بعنوان (مستقبل وسائل الإعلام العربية) المجلد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٥، ص ١٤٧٢ - ١٥١٨
- زيادات، عادل (٢٠٠٥) مستقبل الإعلام الأردني في ظل التشريعات الصحفية الحديثة، بحوث المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام بعنوان (مستقبل وسائل الإعلام العربية) المجلد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٥، ص ١٥١٩ - ١٥٤٢
- سليم، حنان أحمد (٢٠٠٥) اتجاهات الصفوة نحو واقع ومستقبل القنوات الإخبارية العربية، بحوث المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام بعنوان (مستقبل وسائل الإعلام العربية) المجلد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٥، ص ١٢٧ - ١٨٦
- عبد الباري، وائل إسماعيل حسن (٢٠٠٥) مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، بحوث المؤتمر العلمي السنوي

- الحادي عشر لكلية الإعلام بعنوان (مستقبل وسائل الإعلام العربية) المجلد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٥، ص ٧٦١-٧٩٢
- كامل، محمود عبد الرؤوف (٢٠٠٥) مستقبل الإعلام العربي كم تعكسه دراسات قضايا الغزو الثقافي والاختراق الإعلامي، بحوث المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام بعنوان (مستقبل وسائل الإعلام العربية) المجلد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٥، ص ١٥٤٢-١٥٨٠
- منصور، أيمن (٢٠٠٣) دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو أداء الحكام العرب في الحرب الأمريكية على العراق. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٢١، أكتوبر/ ديسمبر ٢٠٠٣، ص ٣٢٣-٣٨٢

(ب) مصادر ومراجع أجنبية:

- Anderson, Christopher J. etal (2004) "Endogenous economic voting: evidence from the 1997 British election." *Electoral Studies*, 23:683-708.
- Boomgaarden,Hago etal (2009) Covering The Crisis: Media Coverage Of The Economic Crisis And Citizens' Economic Expectations. *Paper Presented at The International Communication Association. Political Communication Division. Annual Meeting*, Nov. 2009
- Clarke, Harold. D., & Stewart ,Marianne C. (1994) "Prospections, retrospections, and rationality: The "Bankers" model of presidential approval reconsidered." *American Journal of Political Science*, 38 (4): 1104-23
- De Boef, Suzanna and Paul M. Kellstedt (2004). "The political (and economic) origins of consumer confidence." *American Journal of Political Science*, 48 (4): 633-649
- Delli, Carpini, Micael. X (2004) Mediating Democratic engagement : The impact of communication on citizens' involvement in political and civic life. In: L. L. Kaid,Mahawah (ed.) *handbook of political communication research edited. Lawrence Erlbaum.*
- Evans, Geoffrey & Anderson, Robert (2006) "The political conditioning of economic perceptions." *The Journal of Politics*, 68 (1): 194-207
- Goidel, R. K. & Langely, R. E. (1995) "Media coverage of the economy and aggregate economic evaluations: Uncovering evidence of indirect media effects." *Political Research Quarterly*, 48 (2):313-28.
- Hetherington, Marc J. (1996) "The media's role in forming voters' national economic evaluations in 1992." *American Journal of Political Science*, 40 (2):372-95
- Kinder, Donald R. etal. (1989) "Economics and politics in the 1984 Presidential Election." *American Journal of Political Science*, 33 :491-515
- Louise,Pouliot &Paul, S. Cowen (2007) Does Perceived Realism Really Matter in Media Effect. *Media Psychology*, 9,241-259

- Lewis-Beck, Michael S., and M. Stegmaier (2000). "Economic determinants of electoral outcomes." *Annual Review of Political Science*, 3: 183-219
- McLeod, Douglas M. et al (2001) Resurveying the boundaries of political communication effects. In: Jennings Bryant and Mary Beth Oliver (eds.), *Media effects: Advances in theory and practice*, 2008, Routledge Communication Series.
- Morton, Thomas A. & Dick, Julie M. (2001) "Communication and health beliefs. Mass and interpersonal influences on perceptions of risk to self and others." *Communication Research*, 28 (5):602-26
- Mosley, P. (1984) " 'Popularity functions' and the role of the media: A pilot study of the popular press." *British Journal of Political Science*, 14 (1):117-29
- Mutz, Diana C. (1992) "Mass Media and the Depoliticization of Personal Experience." *American Journal of Political Science*, 36:483-508
- Nadeau, R., R. G. Niemi, and T. Amato (2000) "Elite economic forecasts, economic news, mass economic expectations, and voting intentions in Great Britain." *European Journal of Political Research*, 38: 135-70
- Paldam, Martin, and Nannestad, Peter (2000). "What do voters know about the economy? A study of Danish data, 1990-1993." *Electoral Studies*, 19:363-91
- Sanders, D. etal (2001) "The economy and voting." *Parliamentary Affairs*, 54:789-802.
- Sanders, D.(2000) "The real economy and the perceived economy in popularity functions: how much do voters need to know? A study of British data, 1974-1997." *Electoral Studies*, 19 (2&3):275-94
- Shaffer, Tamir (2008) The media and economic voting in Israel. *International Journal of Public Opinion Research*, 20(1): 33-51.
- Soroka, Stuart. (2006) "Good News and Bad News: Asymmetric Responses to Economic Information." *The Journal of Politics*, 68 (2):372-85
- Wu, H. D. etal (2000) "The conditioned impact of recession news: A time-series analysis of economic communication in the United States." *International Journal of Public Opinion Research*, 14 (1): 19-36.

(ملخص)

اهتمت هذه الدراسة ببحث دور وسائل الإعلام في تشكيل توقعات الجمهور المصري عن مستقبل المجتمع بعد ثورة ٢٥ يناير. وقد تمثلت مشكلة الدراسة في تساؤل أساسي حول العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام من جهة والتوقعات المستقبلية للجمهور بشأن الواقع المجتمعي المترتب على ثورة ٢٥ يناير من جهة ثانية مع الأخذ بالاعتبار خصائص المبحوثين كعوامل وسيطة. أجريت الدراسة على عينة متعددة المراحل قوامها ٢٢٩ مفردة من محافظة القاهرة من ذوي الأعمار ٢٠ سنة فأكثر، واستخدمت صحيفة استبيان تتضمن مقياسين، الأول يقيس معدل التعرض Media Exposure أما الثاني فيقيس التوقعات Expectations، وقد تم جمع البيانات من خلال المقابلات الفردية المباشرة مع المبحوثين. كشفت الدراسة عن أن التليفزيون يأتي في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها المبحوثون لمتابعة أحداث الثورة وتطوراتها، يليه شبكة الإنترنت، فالصحف اليومية، بينما يأتي الراديو في الترتيب الأخير، ولا توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس مجمل التعرض وذلك حسب متغيرات: النوع، المنطقة، حالة العمل، الدخل، عدد أفراد الأسرة ($P > .05$)، لكن هناك فروقا جوهرية بين مجموعات العينة من حيث التعرض لوسائل الإعلام حسب متغير السن، ومتغير التعليم ($P < .05$). وفيما يخص التوقعات بشأن تحسن ظروف المجتمع بعد ثورة ٢٥ يناير، كشفت الدراسة عن أن التوقعات المتفائلة جاءت بوزن منوي يتراوح بين ٦٦,٥% إلى ٧٧,٨% من مجمل درجة كل مجال، وتأتي محاصرة الفساد والفاستدين في الترتيب الأول من حيث كونها مجالا لتفاؤل المبحوثين وفي المرتبة الثانية يأتي التوقع بإقامة نظام حكم ديمقراطي حقيقي، يلي ذلك التوقع بتحسين اقتصاد المجتمع بوجه عام، ثم توقع كفاءة مؤسسات الدولة وخدمات المواطن، وتنخفض نسبيا التوقعات بشأن زيادة الدخل المالي للموظفين، إيجاد فرص عمل للشباب، الارتفاع بمستوى معيشة الأسرة المصرية، وعلى مستوى مجمل توقعات المبحوثين جاءت هذه التوقعات بوزن منوي إجمالي قدره ٧٠,٥% الأمر الذي يكشف عن تفاؤل نسبي لدى المبحوثين بشأن تحسن الأوضاع في المجتمع بعد ثورة ٢٥ يناير. في السياق نفسه كشفت الدراسة عن أنه لا توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التوقعات وذلك حسب متغير الدخل ومتغير عدد أفراد الأسرة ($P > .05$)، في حين توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التوقعات وذلك حسب متغيرات النوع، السن، المنطقة، التعليم، حالة العمل ($p < .05$)، وهناك ارتباط دال إحصائيا بين مجمل التعرض لوسائل الإعلام ومجمل توقعات المبحوثين بشأن المستقبل غير أن هذا الارتباط ليس خطيا، حيث عبر المبحوثون ذوو معدل التعرض المتوسط عن توقعات أكثر تفاؤلا بشأن المستقبل، بينما لا يختلف المبحوثون ذوو مستوى التعرض المنخفض عن المبحوثين ذوي التعرض المرتفع من حيث الدرجة على مستوى التوقعات، الأمر الذي يؤكد أنه إذا كان التعرض لوسائل الإعلام ذو علاقة بتوقعات المبحوثين إلا أن هذه العلاقة غير خطية.