

دور الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الشباب

نحو الأحزاب السياسية وهوية الدولة المصرية

د/آمال كمال*

مقدمة

تزايد دور وسائل الإعلام خلال السنوات الخمس الأخيرة في معالجة الشئون السياسية المصرية وثار الجدل حول طبيعة هذا الدور وحدود تأثيره على أفراد المجتمع . وأضحت وسائل الإعلام بمختلف أنواعها مصدرا حيويا للأخبار والمعلومات لدى فئات المجتمع لاسيما الشباب وقد أصبحت تلك الوسائل أحد أبرز الروافد الأساسية التي تسهم في تشكيل اتجاهات المواطن نحو الأحداث السياسية والقوى الفاعلة في الشأن السياسي المصري وصياغة رؤيته حيال هوية الدولة المصرية.

وتعد دراسة وتقييم دور مصادر المعلومات السياسية مجالا بحثيا مهما حيث يحتاج أفراد المجتمع الحصول على قدر كاف من المعلومات السياسية لتتيح لهم المشاركة بفاعلية في المجتمع وتتأسس هذه المشاركة على معارفهم السياسية واتجاهاتهم نحو القوى الفاعلة سياسيا ذات المواقف الأيديولوجية المتنوعة والمتنافسة .

ويعتبر دور الإعلام في الإمداد بالمعلومات وصياغة وتشكيل الاتجاهات السياسية على قدر كبير من الأهمية وذلك نظرا لكون الوظيفة الإخبارية للإعلام تمثل أبرز الوظائف الأساسية التي يقوم بها وتتفاقم أهميتها خلال أوقات التحولات السياسية والانتخابات حينما تتزايد حاجة أفراد المجتمع للمعلومات حول القضايا السياسية والأحزاب والمرشحين المتنافسين . ومن ثم يثور التساؤل حول كيفية مساهمة الإعلام في المعارف السياسية وتشكيل الاتجاهات السياسية للمواطنين ، وقد أسفرت نتائج العديد من الدراسات عن أن التعرض للأخبار والاهتمام بها يرتبط ارتباطا إيجابيا بالمعرفة السياسية ، كما توصلت عدة دراسات إلى وجود علاقة إيجابية بين استخدام المواطن لوسائل الإعلام الإخبارية والاهتمام السياسي والمشاركة السياسية وتشكيل الاتجاهات السياسية.

* أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة حلوان

وقد تصاعد الجدل حول هوية الدولة المصرية بعد 25 يناير 2011 وظهر ذلك انعكاسا للصراع السياسى فى المجتمع المصرى بين قوى الإسلام السياسى وقوى المجتمع المدنى ، وتزايدت المخاوف من وجود تهديد للهوية التى تتسم بها الدولة المصرية ، وبرزت إشكالية الجدل حول الهوية الثقافية للمجتمع المصرى لاسيما خلال فترات الاستحقاقات الانتخابية وعملية كتابة الدستور المصرى وتصاعد النقاش بشأن الدولة المدنية المصرية فى وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة وبدا الجدل بين التيارات السياسية الإسلامية والليبرالية أنه يمثل صراعا حول هوية الدولة المصرية ، وتزايدت المخاوف بشأن التهديد للخصوصية الثقافية للمجتمع المصرى بعد وصول تيار الإسلام السياسى للحكم ، ومارست وسائل الإعلام دورا واضحا فى إلقاء الضوء حول تلك القضية وإبراز خطورة التيارات الإسلامية والأحزاب ذات المرجعية الدينية على الهوية الثقافية للدولة المصرية .

مشكلة الدراسة :

يمكن رصد مشكلة الدراسة من خلال عدة عوامل أبرزها : ظهور الجدل والصراع فى المجتمع المصرى حول هوية الدولة المصرية وذلك بعد ثورة يناير 2011 وتزايد المخاوف من الأحزاب ذات المرجعية الدينية واعتبارها تمثل تهديدا لتلك الهوية ، وأهمية مرحلة الشباب التى تتشكل خلالها اتجاهات الفرد السياسية والفكرية والتى يتزايد تأثيره خلالها بمختلف وسائل الإعلام التقليدية والحديثة.

ومن ثم تتحدد مشكلة الدراسة فى بحث دور الإعلام فى تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحزاب السياسية ونحو هوية الدولة المصرية وذلك من خلال قياس المعارف والاتجاهات السياسية للشباب ودور الإعلام فى تشكيل اتجاهات الشباب نحو مدى فاعلية دور الأحزاب السياسية ورؤيته لطبيعة هوية الدولة المصرية خلال فترة حاسمة يشهدها المجتمع المصرى عقب الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 وقبل الانتخابات البرلمانية 2015

أهمية الدراسة :

1- تمارس وسائل الإعلام التقليدية والحديثة دورا محوريا فى تشكيل الثقافة السياسية للمواطن بمختلف أبعادها ، المعارف والاتجاهات والسلوك ، وتسعى

لتشجيع المواطن على المشاركة السياسية فى مختلف الأحداث السياسية والاستحقاقات الانتخابية .

2- تتبع أهمية الدراسة من كونها تركز على المعارف والاتجاهات السياسية التى تتشكل لدى الشباب المصرى عقب ثلاث سنوات من الفترة الانتقالية التى شهدها المجتمع المصرى والتى برز فيها الزخم السياسى ومارست فيها وسائل الإعلام دورا واضحا فى صياغة التوجهات السياسية للمواطن

3- تتأتى أهمية الدراسة من كونها تركز على الشباب الذى يمثل مايقرب من 25% من المجتمع المصرى¹والذى يعد أكثر الفئات استخداما لمواقع التواصل الاجتماعى

4- أثير الكثير من الجدل فى وسائل الإعلام حول حجم مشاركة الشباب فى الاستحقاقات الانتخابية المختلفة الأمر الذى يستلزم إجراء دراسة علمية حول العوامل المؤثرة فى ثقافته السياسية لاسيما وأن تلك المرحلة تعد أكثر المراحل التى تتشكل فيها الهوية السياسية للفرد والتى من شأنها التأثير فى اتجاهاته وسلوكه السياسى .

5- تمثل هذه الدراسة أهمية كبيرة نظرا لأنها تعد من الدراسات البنينة التى تربط الإعلام والعلوم السياسية لاسيما وأنها تتصدى لدراسة ظاهرة حديثة نسبيا ولم تتوافر بشأنها دراسات كافية فى التراث العلمى فى الدراسات العربية خاصة فى ضوء خصوصية السياق السياسى والثقافى والاجتماعى فى المجتمع المصرى فى الوقت الراهن

الهدف الرئيس للدراسة :

دراسة دور الإعلام فى تشكيل معارف واتجاهات الشباب نحو الأحزاب السياسية بصفة عامة ونحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية بصفة خاصة وكذلك دور الإعلام فى صياغة وتشكيل اتجاهات الشباب نحو هوية الدولة المصرية .

الأهداف الفرعية :

1- التعرف على مصادر المعلومات المختلفة التى تعتمد عليها العينة فى متابعة الشؤون السياسية المصرية

- 2- دراسة دور وسائل الإعلام فى تشكيل اتجاهات الشباب المصرى نحو الأحزاب السياسية المصرية بصفة عامة والأحزاب ذات المرجعية الدينية بصفة خاصة ونحو هوية الدولة المصرية
- 3- دراسة دور متغيرات المعرفة والاهتمام والمشاركة السياسية فى تشكيل اتجاهات الشباب المصرى نحو الأحزاب السياسية ونحو هوية الدولة المصرية

الدراسات السابقة :

أولاً : دراسات تناولت دور الإعلام فى تشكيل المعارف والاتجاهات السياسية من بين هذه الدراسات دراسة Gibson (2014) ²تناولت دور الانترنت فى زيادة فجوة المعرفة فى استراليا وجمعت بياناتها خلال الانتخابات وتوصلت إلى تأييد افتراض فجوة المعرفة وأظهرت أن استخدام المعلومات السياسية يرتبط بالمستويات المرتفعة من المعرفة السياسية ، حيث يدعم الانترنت مميزات الأكثر معرفة فى حين يفشل فى التأثير على غير المهتمين سياسيا .

واستهدفت دراسة الشيماء العزب (2014) دراسة علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بتشكيل اتجاهات الرأى العام نحو القضايا السياسية فى مصر وطبقت على ثورة 25 يناير وأجريت على عينة بلغت 407 مبحوث ، وأظهرت وجود علاقة بين كثافة استخدام المبحوثين للفيسبوك واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية . ³

واختبرت دراسة Younei (2012) ⁴التأثيرات المعرفية للإعلام الجديد على المستخدمين وتم إجراء مجموعات بؤرية ومقابلات متعمقة مع الشباب وأظهرت النتائج أن الإعلام الجديد يساعد المستخدمين فى التعلم حول السياسة من خلال تمكينهم من التثبت من نوعية المعلومات المتاحة .

وركزت دراسة سمىة عرفات 2012 ⁵على بحث العلاقة بين استخدام الجمهور المصرى للقنوات الفضائية والانترنت خلال ثورة 25 يناير والتأثيرات المعرفية والوجدانية وأجريت على عينة بلغت 400 مبحوث من الجمهور المصرى وتوصلت لتفوق الفضائيات العربية كمصادر للمعلومات عن أحداث الثورة ، وإلى دور الإعلام فى مساعدة معظم أفراد العينة على تكوين رأى فيما يتعلق بالثورة والتأثير على معارفهم ووجدانهم بشأنها .

واستهدفت دراسة أشرف جلال 2012⁶ بحث دور الشبكات الاجتماعية فى تكوين الرأى العام فى المجتمع العربى نحو الثورات العربية ، وأجريت على عينة بلغت 500 مفردة ، وأظهرت تفوقا واضحا للشبكات الاجتماعية فى تكوين آراء الجمهور نحو الثورات العربية ، كما أظهرت وجود علاقة بين الاعتماد على الشبكات الاجتماعية والاتجاه نحو الثورات العربية .

واستهدفت دراسة أحمد فاروق (2012)⁷ بحث اعتماد الجمهور المصرى على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة يناير 2011 ، وأجريت على عينة بلغت 300 مفردة وتوصلت إلى تصدر القنوات الإخبارية العربية مقدمة الوسائل التى يتابع من خلالها المبحوثون أحداث الثورة تليه الصحف الخاصة ، وأظهرت صحة فروض نظرية الاعتماد وتحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى مفردات العينة .

وبحثت دراسة سماح محمدى (2012)⁸ اعتماد الشباب الجامعى على موقع التواصل الاجتماعى فيسبوك أثناء انتخابات الرئاسة المصرية 2012 وأجريت على عينة بلغت 200 طالب فى جامعتى القاهرة و6 أكتوبر ، وتوصلت إلى تقدم الفيسبوك الوسائل التى اعتمدها المبحوثون لاستقاء معلوماتهم عن انتخابات الرئاسة المصرية بعد التلفزيون بينما جاءت الصحف فى المركز الثالث ، وأظهرت وجود علاقة ارتباطية بين كثافة الاعتماد على الفيسبوك أثناء انتخابات الرئاسة المصرية ومتغيرات دوافع الاعتماد وتأثيرات الاعتماد والقرار الانتخابى .

وأجريت دراسة عادل عبد الغفار (2012)⁹ حول اعتماد الجمهور المصرى على القنوات الفضائية الإخبارية فى متابعة أحداث ثورة 25 يناير وتطوراتها وطبقت على عينة بلغت 400 مفردة وتوصلت إلى تفوق الإعلام الخاص على الإعلام الحكومى كمصدر للمعلومات حول ثورة يناير وتقدم القنوات التلفزيونية الخاصة المرتبة الأولى يليها الصحف المصرية الخاصة ، وتقدم القنوات الإخبارية العربية كأهم مصادر المعلومات العربية التى اعتمدها المبحوثون .

واستهدفت دراسة Inas Abou Youssef (2012)¹⁰ اختبار دور الإعلام فى التهيئة المعرفية فى المرحلة الانتقالية فى مصر خلال حكم المجلس العسكرى فى

تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الإصلاح السياسى فى مصر ، وأجريت على عينة بلغت 300 مفردة وتوصلت إلى وجود علاقة دالة إحصائيا بين حجم التعرض لكل من البرامج التليفزيونية والصحف والاتجاهات السياسية تجاه أداء المجلس العسكرى وتجاه الأداء الحكومى وأداء مجلسى الشعب والشورى خلال تلك الفترة .

وسعت دراسة هبة شاهين (2010) ¹¹ إلى التعرف على دور وسائل الإعلام فى تكوين التقييمات المختلفة نحو الأداء الحكومى وتشكيل اتجاهات الرأى العام المصرى نحو الثقة فى الحكومة ، وأجريت على عينة بلغت 230 مفردة من سكان خمس محافظات 18 عاما فأكثر ، وتوصلت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات درجات الثقة فى الحكومة لدى المبحوثين من ذوى مستويات التعرض المختلفة للصحف .

واستهدفت دراسة الهام يونس (2010) ¹² بحث العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الاخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصرى واتجاهاته نحوها ، وتوصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين استخدام القنوات الفضائية العربية وبين مستوى معرفة الجمهور المصرى عن القضايا الداخلية .

وعنيت دراسة لمياء سمير (2007) ¹³ ببحث تأثير التعرض للأخبار والبرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية على المستوى المعرفى للجمهور المصرى وطبقت على عينة عمدية بلغت 400 مفردة من الجمهور العام ، وتوصلت إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للنشرات الاخبارية بالقنوات الفضائية ومستوى المعرفة .

وعنيت دراسة محمد هلال (2007) ¹⁴ ببحث دور القنوات الفضائية فى إمداد الجاليات العربية فى مصر بالمعلومات السياسية ، وطبقت على عينة قوامه 450 مفردة وتوصلت إلى اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية بشكل مرتفع كمصدر للمعلومات السياسية .

واستهدفت دراسة هبة شاهين (2006) ¹⁵ بحث اعتماد الشباب الجامعى على المواقع الإذاعية والتليفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية ، وأجريت على عينة حجمها 260 مبحوثا من طلاب الجامعات المصرية وتوصلت إلى وجود فروق

دالة إحصائياً بين متوسطات درجات كثافة الاعتماد على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية لدى الشباب وكذلك وجود فروق بينهم من حيث درجات تأثير الاعتماد .

واستهدفت دراسة حنان جنيد (2003)¹⁶ بحث علاقة استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي بدرجة الوعي السياسى لدى طلاب الجامعات المصرية وطبقت على عينة حجمها 210 مفردة وتوصلت إلى وجود علاقة بين تعرض طلاب الجامعات للانترنت وارتفاع درجة وعيهم بالقضايا السياسية .

وبحثت دراسة ماهيناز رمزى (2003)¹⁷ التأثيرات المعرفية لاعتماد الشباب الجامعى على القنوات الفضائية الإخبارية كمصدر للمعلومات وتم تطبيقها على عينة بلغت 400 مفردة من طلاب الجامعات وتوصلت إلى ارتفاع اعتماد الشباب الجامعى على الفضائيات الإخبارية فى الحصول على المعلومات .

ثانياً : دراسات تناولت الاعلام وعلاقته بالمشاركة السياسية

من هذه الدراسات دراسة Dimitrova et al. (2014)¹⁸ التى اختبرت تأثير وسائل الإعلام الرقمية- التى تضمنت الأخبار أون لاین ومواقع الأحزاب السياسية ومواقع التواصل الاجتماعى - على المعرفة والمشاركة السياسية وأجريت على الحملات الانتخابية فى السويد عام 2010 ، وأظهرت وجود تأثيرات ضعيفة لاستخدام الإعلام الرقوى على المعارف السياسية إلا أنه ذو تأثيرات كبيرة على المشاركة السياسية .

وعنيت دراسة آمال كمال (2012)¹⁹ باختبار علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بالمشاركة السياسية فى الانتخابات البرلمانية المصرية 2011 وأجريت على عينة غير احتمالية من مستخدمى الفيس بوك بلغت 300 مفردة ، وأظهرت وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام الفيس بوك وكل من الاهتمام السياسى والمشاركة السياسية عبر الفيس بوك والمشاركة السياسية فى الواقع .

وعنيت دراسة هشام عطية (2012)²⁰ برصد وتحليل خصائص عملية اعتماد القراء على الصحف ومواقعها الإلكترونية فى الحصول على المعلومات السياسية بشأن الانتخابات البرلمانية الأولى بعد ثورة 25 يناير ، ودور الصحافة مقارنة

بوسائل الإعلام الأخرى وعلاقتها بمتغيرى الانتماء السياسى والمشاركة فى الانتخابات ، وأجريت على عينة بلغت 292 مفردة وأظهرت وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين اتجاه الفرد نحو المشاركة بالتصويت فى الانتخابات وبين اعتماده على تغطية الصحف الخاصة لها ، ومثلت الفضائيات المصرية الخاصة ومواقع الصحف الالكترونية المرتبتين الأولى والثانية كمصادر لمعلومات العينة عن شئون الانتخابات .

وعنيت دراسة ماجدة مراد (2012)²¹ ببحث تداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بدعم الوعى السياسى لدى الشباب المصرى الجامعى وأجريت على عينة حصصية بلغت 360 مفردة من الشباب الجامعى وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعى بوجه عام وكلا من مستوى المعرفة السياسية ومستوى الاهتمام والمشاركة السياسية

واختبرت دراسة Bakker&Vreese (2011)²² العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام وأشكال المشاركة السياسية أون لاین وأوف لاین وأجريت على نتائج مسح قومى على عينة بلغت 2409 مفردة وكشفت النتائج عن ارتباط إيجابى بين استخدام الانترنت والأشكال المختلفة من المشاركة السياسية .

وأظهرت دراسة Seongyi&Woo-Young (2011)²³ -التي أجريت إبان المظاهرات التى وقعت فى كوريا عام 2008 والتى شارك فيها أكثر من 3.5 مليون متظاهر واستمرت أكثر من 100 يوم -أن الانترنت أصبح أداة يتم من خلالها جمع المعلومات السياسية ويستخدمها المراهقون للتنظيم والتحرك وكشفت النتائج عن ارتفاع مستوى الاهتمام السياسى للشباب مقارنة بالفئات العمرية الأكبر .

واستهدفت دراسة محمود حمدى (2009)²⁴ دراسة دور الإعلام البديل فى تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب وأجريت على عينة مكونة من 400 مفردة من طلاب جامعة المنيا وأوضحت وجود علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب للفييس بوك لأغراض سياسية واتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية .

وعنيت دراسة شيماء ذو الفقار (2011)²⁵ ببحث دور وسائل الإعلام الاجتماعية فى التعبئة السياسية قبل ثورة 25 يناير وطبقت على عينة بلغت 408 مفردة ،

وتوصلت إلى وجود علاقة بين حجم استخدام مواقع الشبكات ومستوى التعبئة السياسية .

واستهدفت دراسة Zhang (2010) ²⁶ اختبار تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على الاتجاهات السياسية والسلوك السياسي ، وأجريت على عينة بلغت 1998 مفردة فى إحدى مدن الجنوب الغربى بالولايات المتحدة الأمريكية ، وأظهرت أن الاعتماد على مواقع الشبكات الاجتماعية يرتبط ارتباطا دالا بزيادة المشاركة فى الشؤون العامة .

واختبرت دراسة Lee (2006) ²⁷ تأثيرات استخدام الانترنت على الفعالية السياسية لطلاب الجامعة ، وأظهرت أن استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية يزيد من الفعالية السياسية للمبحوث أى يزيد من شعور الفرد بالثقة فى قدرته على الدخول فى أنشطة سياسية .

وعنيت دراسة Pasek (2009) ²⁸ باختبار تأثير الشبكات الاجتماعية على مستوى المشاركة المدنية فى الواقع والثقة الشخصية والمعرفة السياسية ، وتوصلت إلى أن استخدام الفيس بوك ارتبط بتزايد المشاركة المدنية وارتفاع مستوى المعرفة السياسية .

واهتمت دراسة Vitak (2009) ²⁹ ببحث تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على المستخدمين خلال انتخابات الرئاسة الأمريكية 2008 وأجريت على عينة من الطلاب بإحدى الجامعات فى الولايات المتحدة الأمريكية ، وأظهرت أن النشاط السياسى على الفيس بوك يعد مؤشرا دالا على المشاركة السياسية .

واستهدفت دراسة Kenski&Stroud (2006) ³⁰ بحث العلاقة بين استخدام الانترنت والفعالية السياسية واستخدمت بيانات من المسح القومى للانتخابات لدراسة تأثيرات الانترنت أثناء حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية 2000 ، وقد أسفرت عن وجود علاقة بين استخدام الانترنت وكل من المعرفة والمشاركة والفعالية السياسية

وتناولت دراسة نها نبيل (2012) ³¹ دور مواقع التواصل الاجتماعى فى إدراك الشباب الجامعى لحرية الرأى ومشاركتهم السياسية فى ثورة 25 يناير 2011 وأجريت على عينة بلغت 400 طالب من الجامعات المصرية . وتوصلت إلى

ارتفاع نسبة من يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور في تجميع وحشد المظاهرات وفي اتخاذ قرار بالمشاركة في أحداث الثورة في الحصول على معلومات حولها .

واستهدفت دراسة رباب هاشم (2012)³² بحث دور برامج الحوار التليفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو المشاركة السياسية بعد ثورة 25 يناير ، وأجريت على عينة غير احتمالية بلغت 350 مبحوثا ، وأظهرت وجود ارتباط إيجابي بين مشاهدة تلك البرامج وكل من مستوى المعرفة بالتطورات السياسية التي شهدتها مصر بعد 25 يناير واتجاهات الجمهور نحو البيئة السياسية .

ثالثا : دراسات تناولت دور الإعلام في تشكيل الاتجاهات نحو الأحزاب السياسية :

من هذه الدراسات دراسة نيرمين خضر (2013)³³ حول اتجاهات الرأي العام نحو الإخوان المسلمين بعد فوزهم في الانتخابات الرئاسية وتوصلت إلى وجود صورة ذهنية يغلب عليها الطابع السلبي عن الإخوان المسلمين بين فئات الرأي العام المصري . ودراسة رباب عبد الرحمن (2013)³⁴ حول دور القنوات الفضائية المصرية الخاصة في تشكيل اتجاهات جمهور المتعلمين نحو أداء حزب الحرية والعدالة وتوصلت إلى وجود اختلافات دالة في اتجاهات المبحوثين نحو أداء حزب الحرية والعدالة باختلاف القنوات الخاصة التي يعتمدون عليها في متابعة الأحداث الجارية وباختلاف انتماءاتهم الفكرية والسياسية . ودراسة إيمان حسنى (2013)³⁵ حول التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي ومستويات الاتجاهات التعصبية لدى المبحوثين بمكوناتها المعرفية والوجدانية والسلوكية . ودراسة سلوى سليمان (2012)³⁶ حول العوامل المؤثرة على القرار الانتخابي والتي توصلت إلى وجود اختلافات دالة إحصائيا بين المبحوثين باختلاف مدى اهتمامهم بالسياسة في طبيعة الاتجاهات المتكونة لديهم نحو الانتخابات التشريعية وإيجابية الصورة المتكونة عن حزب الحرية والعدالة . ودراسة رجاء الغمراوى (2012)³⁷ حول التعرض للبرامج الحوارية ودورها في تكوين صورة ذهنية عن الأحزاب الدينية لدى الشباب الجامعي بعد ثورة 25 يناير 2011 وتوصلت إلى سلبية الصورة المقدمة عن الشخصيات الدينية في البرامج الحوارية ووجود علاقة بين اعتماد الشباب الجامعي على البرامج الحوارية وتكوين صورة سلبية عن الأحزاب الدينية

.ودراسة سلوى سليمان (2011)³⁸ عن التسويق السياسى للأحزاب والجماعات السياسية المصرية وتوصلت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركين فى الانتخابات والممتنعين عن التصويت بشأن الصورة الذهنية لديهم عن الأحزاب السياسية المصرية . ودراسة حنان لاشين (2009)³⁹ عن دور الاتصال فى تشكيل اتجاهات الناخبين نحو الأحزاب والمرشحين وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض للصحف الحزبية وتشكيل اتجاهات سلبية نحو الأداء الحكومى .

رابعاً : دراسات تناولت العلاقة بين الإعلام والهوية :

ركزت هذه الدراسات على دور الاعلام فى تشكيل الهوية الاجتماعية والثقافية لدى الجمهور ، ومن هذه الدراسات دراسة شيماء ذو الفقار (2014)⁴⁰ حول العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية فى التلفزيون والهوية الثقافية لدى الشباب المصرى وتوصلت إلى تأثير الانتماء الحزبى للفرد على درجة التمسك بالهوية المصرية . وخلصت دراسة McGwin&Yinjiao (2014)⁴¹ إلى أهمية دور مواقع التواصل الاجتماعى لاسيما الفيس بوك فى تدعيم الهوية الثقافية لاسيما فى الثقافات الفرعية حيث يتيح لهم التفاعل مع آخرين ينتمون لذات الثقافة الفرعية مما يسهم فى تدعيمها وتقويتها. وتوصلت دراسة إيناس أبو يوسف (2013)⁴² إلى أن الخطاب الصحفى المصرى تجاه مستقبل هوية الدولة بعد ثورة يناير إلى أن ذلك الخطاب قد تعدى التحيز لهوية بعينها للدولة إلى التقليل من شأن التيار الآخر المخالف لتوجهه مما يعلى من حدة الاستقطاب فى المجتمع ويزيد من التعصب .

وأبرز العديد من الدراسات وجود علاقة بين الاستخدام اليومى لوسائل الاعلام وتشكيل الهوية الاجتماعية لدى الشباب سواء على المستوى الفردى أو العام. حيث توصلت دراسة Dijck (2013)⁴³ إلى دور مواقع التواصل الاجتماعى فى تمكين الفرد من التعبير عن هويته كما تيسر تشكيل تلك الهوية عبر هذه المواقع . وتوصل Sanderson (2013)⁴⁴ إلى أن مواقع التواصل الاجتماعى تستخدم لإدارة الأزمات الاجتماعية وتقوية الهوية الاجتماعية وزيادة تقدير الذات . وخلصت دراسة Vera (2012)⁴⁵ إلى أن التلفزيون يلعب دوراً قوياً فى تشكيل الهوية الاجتماعية لدى الأطفال فى المجتمع الأوروبى . وخلص Barker (2012)⁴⁶ إلى أن ذوى

المستويات المرتفعة من التمسك بهوية الجماعة يكونون أكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي للاتصال بجماعاتهم المرجعية لتدعيم تلك الهوية. فى حين توصل Barker (2009)⁴⁷ إلى أن من لديهم مشاعر سلبية تجاه جماعتهم الاجتماعية يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية كوسائل بديلة للتواصل مع أعضاء الجماعات الأخرى كسبيل للتعويض الاجتماعي . وأظهرت دراسة Abrams&Giles (2007)⁴⁸ أن الهوية الاجتماعية مرتبطة باستخدام وسائل الإعلام حيث يؤثر الإعلام على إدراك الناس لأهمية الجماعات الاجتماعية التي ينتمون إليها ، إذ توفر هذه الوسائل معلومات عن تلك الجماعات وسماتها من حيث القوة والتأثير والوضع القانوني .

ملاحظات على الدراسات السابقة وكيفية استفادة الباحثة منها :

تشير قراءة الدراسات السابقة إلى اتفاق نتائجها على وجود علاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام وزيادة المعارف السياسية لدى الجمهور ومستوى المشاركة السياسية لديه ، وعلى دور الإعلام فى تشكيل الهوية الاجتماعية والثقافية لاسيما لدى الشباب .وقد استفادت الباحثة منها فى الإطار النظرى للدراسة ، وفى وضع بعض فروض الدراسة ، وفى تطوير بعض المقاييس المستخدمة ، وفى تفسير بعض النتائج فى ضوء ماخرجت به نتائج الدراسات السابقة. وأظهرت مراجعة تلك الدراسات الحاجة لدراسة دور الإعلام فى تشكيل الاتجاهات السياسية نحو الأحزاب السياسية ونحو هوية الدولة المصرية فى هذه الفترة المهمة فى تاريخ الدولة المصرية .

الإطار النظرى للدراسة :

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

كانت بدايات النظرية على يد ساندرابول روكيتش وميلفين دى فليير فى منتصف السبعينيات من القرن العشرين ، وتركز على العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعى . ويتمثل جوهر النظرية فى أن الناس فى المجتمع الحديث يعتمدون على وسائل الإعلام لفهم العالم من حولهم ، ووفقا للنظرية يسعى الأفراد لتحقيق أهداف متعددة وتساعدهم على تحقيق هذه الأهداف ووسائل الإعلام .

تنطلق النظرية من النظر لوسائل الإعلام بوصفها مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور فى استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية ، وتختلف درجة اعتماد الأفراد على تلك الوسائل باختلاف قدرتها على إشباع احتياجاتهم فكلما كانت وسائل الإعلام لديها القدرة على إشباع احتياجات الجمهور كلما ازداد اعتماده عليها وتزايد كثافة اعتماد الأفراد على مصادر المعلومات مع تزايد الغموض والتهديد فى المجتمع مثل فترات التغيير الاجتماعى وعدم الاستقرار فى المجتمع .⁴⁹

وفقا للنظرية يهدف الأفراد من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام لتحقيق عدة أهداف تتمثل فى : أ- الفهم ويشمل معرفة الذات والحصول على الخبرات والفهم الاجتماعى ومعرفة أمور عن البيئة المحيطة

ب- التوجيه توجيه الفعل والتصرف بشكل يتلاءم مع الأنماط الاجتماعية والتوقعات فى المجتمع وتوجيه التفاعل مع الآخرين فى مواقف جديدة

ج- التسلية وتشمل التسلية الانفرادية مثل الاسترخاء أو التسلية الاجتماعية مثل الصحبة الاجتماعية كوسيلة للهروب من ضغوط الحياة اليومية .

وتتمثل التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام فيما يلى :

- تأثيرات معرفية وتشمل إزالة الغموض الناتج عن نقص المعلومات وتشكيل الاتجاهات نحو القضايا المثارة فى المجتمع ووضع الأولويات وتشكيل المعتقدات عن القضايا أو الأفراد والجماعات
- تأثيرات وجدانية وذلك حينما تؤثر وسائل الإعلام على مشاعر الأفراد واستجاباتهم ومن أمثلتها القلق أو الخوف أو الفتور واللامبالاة أو الشعور بالاندماج فى المجتمع .
- تأثيرات سلوكية وهى النتائج النهائية للتأثيرات المعرفية أو الوجدانية وقد تأخذ هذه التأثيرات شكل التنشيط مثل المشاركة فى الانتخابات أو الخمول والعزوف عن المشاركة .

وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إطارا نظريا مناسباً للمشكلة البحثية موضع الدراسة حيث يشهد المجتمع المصرى حاليا تغيرا كبيرا ويزداد اعتماد

الأفراد على الإعلام لمتابعة تطورات الشأن السياسى المصرى . وتستفيد الدراسة من النظرية فى تحديد مصادر المعلومات المختلفة التى يعتمد عليها الأفراد فى استقاء معلوماتهم حول القضايا السياسية المصرية ، ودراسة أثر الاعتماد على الإعلام فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأحزاب السياسية المصرية ونحو هوية الدولة المصرية .

تساؤلات الدراسة :

- 1) مامصادر المعلومات التى تعتمد عليها عينة البحث فى متابعة الشؤون السياسية المصرية ؟
- 2) كيف تؤثر وسائل الإعلام المختلفة فى تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحزاب السياسية المصرية بصفة عامة ونحو الأحزاب السياسية ذات المرجعية الدينية بصفة خاصة ؟
- 3) كيف تؤثر وسائل الإعلام فى تشكيل اتجاهات العينة نحو هوية الدولة المصرية ؟
- 4) مادور المعارف والاتجاهات السياسية فى تشكيل اتجاهات الشباب عينة البحث نحو الأحزاب السياسية ونحو هوية الدولة المصرية ؟ وما تفسير ذلك؟
- 5) مامدى وجود فروق فى الاتجاهات نحو الأحزاب السياسية ونحو هوية الدولة المصرية وفقا للمتغيرات الديموجرافية والسياسية للعينة ؟ وماأسباب ذلك ؟

فروض الدراسة :

- 1) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المعرفة السياسية للمبحوث وكل من : أ-الاهتمام السياسى ب- المشاركة السياسية ج-الاتجاه نحو الأحزاب السياسية د- الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية هـ- الاتجاه نحو هوية الدولة

- (2) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه نحو الأحزاب السياسية وكل من الاتجاه نحو هوية الدولة والاهتمام السياسى والفعالية السياسية والمشاركة السياسية
- (3) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية وكل من الاتجاه نحو هوية الدولة والاهتمام السياسى والفعالية السياسية والمشاركة السياسية
- (4) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المشاركة السياسية وكل من الاهتمام السياسى والاتجاه نحو هوية الدولة المصرية
- (5) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على وسائل الإعلام والاتجاه نحو كل من الأحزاب السياسية المصرية والأحزاب ذات المرجعية الدينية وهوية الدولة المصرية
- (6) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فى اتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية وفقا لمتغيرات النوع والفئة العمرية والمستوى الاقتصادى والاتجاه السياسى
- (7) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا لاتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية ذات المرجعية الدينية وفقا لمتغيرات النوع والفئة العمرية والمستوى الاقتصادى والاتجاه السياسى
- (8) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فى اتجاهاتهم نحو هوية الدولة وفقا لمتغيرات النوع والسن والمستوى الاقتصادى والاتجاه السياسى

الإطار المنهجي :

نوع الدراسة : تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التفسيرية التى تسعى لرصد وتوصيف وتحليل وتفسير العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام التقليدية والحديثة والاعتماد عليها فى تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحزاب السياسية ونحو هوية الدولة المصرية

منهج الدراسة :

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الذى يعد أكثر المناهج ملاءمة لأهداف الدراسة حيث تم تطبيقه بشقيه الوصفى والتحليلى لتلبية أهداف الدراسة
عينة الدراسة :

طبقت الدراسة على عينة متاحة غير احتمالية بلغ حجمها 300 مفردة من الشباب المصرى الذين تتراوح أعمارهم من 18-35 عاما فى محافظات القاهرة الكبرى (القاهرة والحيزة والقليوبية) وداخل كل محافظة تم اختيار الشباب مع مراعاة شروط السن والتنوع فى متغيرات النوع والتعليم وتمثيل المستويات الاقتصادية المختلفة .

أداة جمع البيانات :

استخدمت الباحثة صحيفة استقصاء بهدف جمع البيانات المتعلقة بالدراسة حيث تضمنت العديد من الأسئلة التى تجيب على تساؤلات وفروض الدراسة وشملت تساؤلات خاصة باعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة ودوافع الاعتماد على هذه الوسائل كمصدر للمعلومات وأسئلة تتعلق بالتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام وأسئلة لقياس مستوى المعارف السياسية والاهتمام السياسى ومستوى المشاركة السياسية وأسئلة لقياس اتجاه العينة نحو الأحزاب السياسية ونحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية بوجه خاص ونحو هوية الدولة هذا فضلا عن الأسئلة المتعلقة بالبيانات الشخصية ، وقد تم تطبيق أداة البحث فى اكتوبر 2014 .

اختبار الصدق والثبات:

تم عرض صحيفة الاستقصاء على عدد من أساتذة الإعلام ومناهج البحث للتأكد من صدق أداة القياس فى قياسها لمتغيرات الدراسة ومراجعة مدى ملاءمة المقاييس المستخدمة للأهداف وللظاهرة محل الدراسة وتم إجراء التعديلات اللازمة وفقا لملاحظات المحكمين .⁵⁰ كما تم تطبيق اختبارات الثبات مثل معامل ارتباط الفا Alfa على بعض المقاييس فى صحيفة الاستقصاء

مقاييس الدراسة :

1- مقياس الاعتماد على وسائل الإعلام : طلب من المبحوثين تحديد درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات المتعلقة بالشئون السياسية المصرية وبلغ متوسط درجات المقياس 10.45 والانحراف المعياري 2.624 درجة

2- مقياس المعرفة السياسية : تم عمل مقياس تجميعي لقياس حجم المعرفة السياسية لدى عينة الدراسة تضمن المعرفة بالمسئولين السياسيين وبالشخصيات العامة وبالأحزاب السياسية والاتجاهات السياسية التي تعبر عنها هذه الأحزاب والمعرفة بالقضايا المجتمعية ، وقد تم تقسيم مفردات العينة وفقا لهذا المقياس لثلاث مجموعات مرتقع من 13-18 ومتوسط من 7-12 ومنخفض من 1-6 (مجموع درجات المقياس 18 درجة والمتوسط 12.77 والانحراف المعياري 3.488

3- مقياس الاتجاه السياسي : تضمن قياس اتجاهات العينة نحو الأحزاب السياسية بوجه عام ونحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية بوجه خاص ، ونحو هوية الدولة المصرية

أ- مقياس الاتجاه نحو الأحزاب السياسية المصرية : تضمن خمس عبارات تشمل أن الأحزاب ليست فاعلة ولاتأثير لها على المواطن ، وأنها مجرد ديكور ولاتمثل معارضة حقيقية ، وأنها ضرورية للتنوع السياسى ، وأنها أصبحت أكثر قوة فى التأثير على المشهد السياسى ، وأنها تمثل معارضة حقيقية للنظام السياسى (مرتقع 11-15 درجة ومتوسط من 6-10 ومنخفض 1-5) (أعلى درجات تحمل اتجاهات إيجابية نحو الأحزاب) (المتوسط = 9.35 والانحراف المعياري = 2.525)

ب- مقياس الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية : تضمن خمس عبارات تضمنت أنه لا بد من حل الأحزاب السياسية ذات المرجعية الدينية ، وأن تلك الأحزاب هى سبب كل المشكلات فى المشهد السياسى المصرى ، وأنها تتعارض مع الدستور المصرى ، وأن لها فكر شأنها شأن بقية الأحزاب ، وأنها تمثل فئات كبيرة من المجتمع المصرى

(مجموع درجات المقياس 15 درجة مرتفع 11-15، متوسط 6-10 ومنخفض 1-5) (المتوسط 9.92 والانحراف المعياري 2.982) (كلما تزيد الدرجة يزيد الاتجاه السلبي نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية)

ت- مقياس الاتجاه نحو هوية الدولة : تضمن تسع عبارات تشمل أن المكون الديني جزء أساسي من هوية الدولة المصرية ، وأن الدولة المصرية دولة إسلامية ، وضرورة فصل الدين عن الدولة ، وأن الخلط بين الديني والسياسي هو سبب كل المشكلات التي تواجه المجتمع ، وأن الدولة المدنية تعنى إعلاء سيادة القانون وأنه لا يوجد فيها تمييز بين المواطنين على أساس ديني ، وأن الدولة الدينية لا وجود لها في الإسلام ، وأنها تعنى تمييز المواطنين على أساس هوية الدولة ، وأن الدولة المدنية تعنى عدم التمسك بالالتزامات الدينية . وتم تقسيم مفردات العينة وفقا لهذا المقياس لثلاث مجموعات مرتفعي الاتجاه (أو ذوى الاتجاهات الإيجابية) نحو الدولة المدنية 19-27 ، متوسط 10-18 ، منخفض 1-9) (مجموع درجات المقياس 27 درجة المتوسط 17.68 والانحراف المعياري 3.337)

4- مقياس الاهتمام السياسي : مكون من ثلاث عبارات تتعلق بالاهتمام بالأحداث السياسية وتطوراتها في مصر والبحث عن الأخبار المتعلقة بالشئون السياسية عبر وسائل الإعلام ومناقشة تلك الأحداث مع الآخرين ، وقد بلغ إجمالي مجموع درجات المقياس 9 درجات وبلغ متوسط درجات المبحوثين 7.35 بانحراف معياري قدره 1.466 (مرتفع الاهتمام 7-9 درجات ، متوسط 4-6 درجات ، منخفض من 1-3 درجات)

5- مقياس الفعالية السياسية : يتضمن ثلاث عبارات تشمل استخدام مواقع التواصل للتعبير عن الرأي في الشئون السياسية المصرية ، ومدى قدرته على التأثير في الشئون السياسية ، ومدى إمكانية فهم وتفسير الشئون السياسية بالنسبة له وللآخرين . وبلغ إجمالي درجات المقياس 9

درجات (مرتفع 7-9 درجات ، ومتوسط 4-6 درجات ، ومنخفض 1-3 درجات) المتوسط = 6.2 الانحراف المعياري 1.343
6- مقياس المشاركة السياسية : تضمن عدة أسئلة حول مدى مشاركة المبحوث خلال الفترة السابقة فى أى نشاط سياسى لصالح حزب أو مرشح ومدى مشاركته فى الانتخابات والاستفتاء خلال الفترة الماضية ، وبلغ مجموع درجات المقياس 13 درجة ، وتم تقسيم مفردات العينة وفقا له إلى مرتفع 10-13 ومتوسط من 6-9 ومنخفض من 1-5 درجات (المتوسط 4.3 والانحراف المعياري 2.784)

المعاملات الإحصائية :

تم استخدام الحاسب الآلى فى معالجة بيانات البحث باستخدام البرنامج الإحصائى SPSS لاستخراج النتائج واختبار فروض الدراسة ، حيث تم حساب التكرارات البسيطة والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ، كما تم حساب اختبار كا² لدراسة العلاقة بين متغيرين اسميين ومعامل التوافق لقياس شدة العلاقة ومعامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة بين متغيرين . كما تم حساب اختبار ت لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الجسابية لمجموعتين من المبحوثين ، وحساب تحليل التباين فى اتجاه واحد ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات لأكثر من مجموعتين من المبحوثين ، كما تم حساب اختبار LSD البعدى لبيان الفروق بين المجموعات .

خصائص العينة

جدول (1)

الخصائص الديموجرافية والسياسية لعينة البحث

النوع	الخصائص	ك	%
النوع	ذكور	115	38.3
	اناث	185	61.7
السن	أقل من 20	27	9
	20-	214	71.3
	25-	36	12
	30 فأكثر	23	7.7
المهنة	طالب	222	74
	لا يعمل	13	4.3
	يعمل	65	21.7
المستوى الإقتصادي	منخفض	182	60.7
	متوسط	89	29.7
	مرتفع	29	9.7
الاتجاه السياسي	ليبرالي	63	21
	يساري	6	2
	إسلامي	62	20.7
	قومي	56	18.7
	لاأدرى	113	73.3
	الإجمالي	300	100

نتائج الدراسة :

أولاً: مصادر متابعة عينة الدراسة للتطورات السياسية في مصر :

الترتيب	الوزن النسبي	المصدر
1	0.837	مواقع التواصل الاجتماعي
2	0.717	القنوات الفضائية الخاصة
3	0.716	الأسرة والأصدقاء
4	0.670	مواقع إخبارية إلكترونية
5	0.543	القنوات الإخبارية العربية
6	0.530	الصحف الخاصة
7	0.511	التلفزيون المصري
8	0.481	الصحف القومية
9	0.394	الإذاعة المصرية
10	0.353	إذاعات مصرية خاصة
11	0.257	القنوات الإخبارية الأجنبية
12	0.239	الصحف الحزبية

جدول (2)

مصادر معلومات العينة حول الشؤون السياسية المصرية

-أظهرت نتائج البحث ارتفاع نسبة متابعة مفردات العينة للشؤون السياسية المصرية حيث بلغت 93.3 % (280 مفردة) وتراوحت هذه النسبة بين المتابعين بدرجة كبيرة 25% والمتابعين إلى حد ما بنسبة 68.3% في حين نسبة غير المتابعين 6.7%

-تشير النتائج إلى تصدر مواقع التواصل الاجتماعي مقدمة قائمة المصادر التي يتابع من خلالها مفردات العينة التطورات السياسية في مصر حيث بلغت 89% (267 مفردة) بوزن نسبي 0.837، تليها في المرتبة الثانية القنوات الفضائية الخاصة بنسبة 79% (237 مفردة) بوزن نسبي 0.717 ثم الأسرة والأصدقاء في المرتبة الثالثة بنسبة 78.4% (235 مفردة) بوزن نسبي 0.716 ثم المواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة 74.7% (224 مفردة) بوزن نسبي 0.670 ، تليها

القنوات الإخبارية العربية بنسبة 59.6% (179 مفردة) بوزن نسبي 0.543 ، تليها الصحف الخاصة بنسبة 58% (174 مفردة) بوزن نسبي 0.530 ، ثم التلفزيون المصري 56% (168 مفردة) بوزن نسبي 0.511 ، ومن الملاحظ تراجع الصحف القومية إلى المرتبة الثامنة بنسبة 51.6% بوزن نسبي 0.511 ، كما تشير النتائج إلى تراجع نسبة متابعة الشؤون السياسية المصرية من خلال الصحف الحزبية إلى 17.3% بوزن نسبي 0.239 .

-تكشف هذه النتائج عن تقدم الوسائل الإعلامية التكنولوجية الحديثة كمواقع التواصل الاجتماعي ، وكذلك بروز دور الاتصال الشخصي كمصدر مهم في متابعة الشؤون السياسية ، وكذلك تقدم الإعلام الخاص بوجه عام مقارنة بالإعلام الحكومي سواء فيما يتعلق بالصحافة أو القنوات التلفزيونية . وربما يفسر ذلك في ضوء كون العينة من الشباب المصري الذين تتراوح أعمارهم من 18-35 عاما وهم الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي وكذلك لقدرة تلك المواقع على إمداد الشباب بالمعلومات والتطورات المختلفة والمتسارعة التي يشهدها المجتمع المصري ، هذا فضلا عما تتيحه من إمكانية النقاش والتفاعل وإبداء الرأي مما يتيح للشباب مشاركة إيجابية فعالة .

-وتتفق هذه النتائج مع ماتوصلت إليه دراسات كل من رباب هاشم (2014) وهشام عطية (2012) ⁵¹ حول تقدم مواقع التواصل الاجتماعي والفضائيات الخاصة والاتصال الشخصي مقدمة مصادر المعلومات مقابل تراجع دور الاعلام الحكومي والصحف القومية والحزبية في تشكيل المعارف والاتجاهات السياسية للمبجوثين .

-بسؤال المبجوثين عن أهم ثلاثة مصادر يعتمدون عليها في متابعة الشؤون السياسية المصرية ، تمثلت أبرز ثلاثة مصادر فيما يلي : مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة 68.7% (206 مفردة) تليها القنوات الفضائية الخاصة بنسبة 57% (171 مفردة) ، ثم الأسرة والأصدقاء بنسبة 33.7% (101 مفردة) ثم المواقع الإلكترونية الإخبارية بنسبة 31.7% (95 مفردة) الأمر الذي يؤكد على أهمية ودور مواقع التواصل الاجتماعي والفضائيات الخاصة والاتصال الشخصي كمصادر معلومات رئيسة في تشكيل معارف الشباب فيما يتعلق بالتطورات السياسية المصرية.

-تشير نتائج البحث إلى تصدر الصحف الخاصة مقدمة المواقع الإلكترونية التي يتابع من خلالها المبحوثون الشأن السياسى المصرى ، حيث أظهرت النتائج تقدم موقع اليوم السابع بنسبة 67% (201 مفردة) ، يليها بفارق ضئيل موقع المصرى اليوم بنسبة 66 % (198 مفردة) ، بينما ورد موقع الأهرام فى الترتيب الثالث بفارق واضح بنسبة 37.3 % (112 مفردة) ، يليه موقع الوطن فى المرتبة الرابعة بنسبة 28.3 % (85 مفردة) ثم الشروق فى الترتيب الخامس بنسبة 25 % ثم صحيفة الأخبار فى الترتيب السادس بنسبة 20.7 % (62 مفردة) وتتفق نتائج الدراسة مع دراسة هشام عطية (2012) التي أظهرت تقدم صحف المصرى اليوم واليوم السابع مقدمة الصحف الخاصة التي يتابع من خلالها المبحوث تغطية الانتخابات .⁵²

-تكشف قراءة هذه النتائج عدة ملاحظات أبرزها تقدم مواقع الصحف الخاصة مقدمة المصادر التي تعتمد عليها العينة فى متابعة الشئون السياسية ، وتراجع ترتيب مواقع الصحف القومية حيث ورد الأهرام فى الترتيب الثالث والأخبار فى الترتيب السادس ، كما تكشف النتائج عن التراجع الشديد لمواقع الصحف الحزبية حيث لم يذكر موقع الوفد سوى 4% من العينة (12 مفردة) وصوت الأمة 1.7% من العينة .

-تشير هذه النتائج إلى تراجع دور الأحزاب فى الساحة السياسية حيث كون الصحف لسان حال الأحزاب والمعبرة عنها لاتستطيع جذب القراء إليها مما يعد انعكاسا لتردى أوضاع الأحزاب فى الساحة المصرية ونكوصها عن أداء الدور المنوط بها القيام به فى الحياة السياسية المصرية.

ثانيا: أسباب الاعتماد على وسائل الإعلام لمتابعة الشئون السياسية المصرية وتأثيرات هذا الاعتماد :

- تشير نتائج البحث إلى تصدر دافع الفهم قائمة دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام المختلفة كمصادر للأخبار المتعلقة بالشئون السياسية المصرية وما يحدث فى المجتمع من أحداث وصراعات بنسبة 78.4 % ، وتتفق هذه النتيجة مع فروض نظرية الاعتماد حيث يتزايد اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام بهدف الفهم فى ظل التغيرات والصراعات وعدم الاستقرار فى البيئة المحيطة . وورد دافع

التوجيه فى المرتبة الثانية بنسبة 37.7% وذلك فى إطار حرص المبحوثين على توجيه أفعالهم واتخاذ القرارات المناسبة فى التعامل مع المواقف الصعبة .

وتتفق هذه النتائج مع ماتوصلت إليه دراسة هبة شاهين 2012⁵³ التى توصلت إلى بروز هدف الفهم فى المرتبة الأولى قائمة دوافع الاعتماد على القنوات التلفزيونية الإخبارية كمصادر للأخبار المتعلقة بثورة 25 يناير يليه دوافع التوجيه فى المرتبة الثانية .

- تشير النتائج إلى تقدم التأثيرات المعرفية مقدمة تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام فيما يتعلق بالشئون السياسية المصرية حيث أفاد 71.6% من العينة بأن التعرف على أسباب القضايا والأزمات ونتائجها فى مقدمة هذه التأثيرات يليها معرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا السياسية بنسبة 64.4% .

- تشير النتائج إلى تراجع التأثيرات السلوكية لذلك الاعتماد . إذ لم تتعد نسبة من ذكر أن المشاركة فى التظاهرات والمسيرات للتعبير عن الرأى من بين تلك التأثيرات 7.5% (مفردة 22) ويرجع ذلك إلى الفترة الزمنية للتطبيق الميدانى للدراسة الراهنة حيث تتسم فيها المعالجة الإعلامية بالبعد عن الحشد وعدم دفع الناس للتظاهر ، وإنما كان التركيز فيها على الاستقرار والسير خلف القيادة السياسية ومحاربة الإرهاب ، هذا فضلا عن ارتباط التظاهرات والمسيرات بالعديد من مظاهر العنف الأمر الذى يؤدى إلى إحجام الكثيرين عن الاشتراك فيها .

ثالثا : المعرفة بالشئون السياسية المصرية لدى عينة الدراسة (المعرفة بالمسؤولين ، المعرفة بالأحزاب ، المعرفة بالقضايا)

لقياس حجم المعرفة بالشئون السياسية المصرية لدى عينة الدراسة تم توجيه عدة أسئلة للمبحوثين تضمنت أسئلة تقيس المعرفة بشخصيات المسؤولين فى الدولة المصرية والشخصيات السياسية بوجه عام وكذلك أسئلة تقيس المعرفة بالأحزاب السياسية وبأبرز القضايا التى تواجه المجتمع المصرى

أ- المعرفة بشخصيات المسؤولين فى الدولة المصرية : تشير النتائج إلى تفاوت فى مستوى معرفة مفردات العينة بالمسؤولين السياسيين حيث انخفضت نسبة من يعرف شخص وزير التعليم العالى إلى 14.7% من العينة وذلك على

الرغم من أن العينة من الشباب المصرى وترتفع فيها نسبة طلاب الجامعات وقد يفسر ذلك فى ضوء التغييرات الوزارية التى سبقت التطبيق الميدانى بأشهر قليلة مما جعل البعض يذكر اسم وزير التعليم السابق أو لكون الإعلام خلال فترة التطبيق لم يركز تركيزا واضحا على شخص الوزير ، ومن الجانب الآخر ارتفعت نسبة معرفة شخص وزير الأوقاف بنسبة 56% ويفسر ذلك فى ضوء عدة عوامل أبرزها التكتيف الإعلامى حوله ،وتصاعد الجدل بشأن قضية تجديد الخطاب الدينى والقرارات التى اتخذها بشأن العمل فى المساجد الأمر الذى ألقى الضوء حول شخصه ، إلا أن هذا لم يمنع أن نسبة كبيرة لاتفرق بين وزير الأوقاف وشخص شيخ الأزهر أو المفتى السابق حيث أفاد 17.3 % أن منصب وزير الأوقاف يتولاه د/ أحمد الطيب وذكر 10.3% أن من يتولى وزارة الأوقاف د/ على جمعة بنسبة 10.3 % وذلك نظرا لكثرة ورود الأخبار فى وسائل الإعلام حول هذه الرموز والقامات الدينية الرفيعة إلا أن البعض يكتفى بمجرد المعرفة السطحية العابرة دون التدقيق فى الفروق بين تلك المناصب . كما أظهرت النتائج ارتفاع نسبة من لايعرف حينما طلب من العينة ذكر أسماء الشخصيات النسائية السياسية حيث بلغت نسبة من لايعرف 26%، فى حين كانت ابرز الشخصيات النسائية التى ذكرها المبحوثون المستشارة تهانى الجبالى ويفسر ذلك فى ضوء كثافة ظهورها فى البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية ومناقشتها للشئون السياسية والقانونية ومن ثم كانت الأبرز لدى مفردات العينة كما برزت شخصيات نسائية أخرى فى استجابات العينة مثل السفيرة ميرفت التلاوى والسيدة فايزة أبو النجا مقارنة بغيرها من الشخصيات النسائية السياسية .

ب- المعرفة بالأحزاب السياسية المصرية : بسؤال مفردات العينة حول أسماء ثلاثة أحزاب سياسية مصرية يعرفونها ذكر أكثر من نصف العينة حزب الوفد وذلك بنسبة 57% (171 مفردة) يليها بفارق كبير حزب النور بنسبة 9% (27 مفردة) ثم حزب الحرية والعدالة بنسبة 7.7 % (23 مفردة) ثم حزب الدستور بنسبة 7.3% (22 مفردة) تفسر هذه النتائج فى ضوء عدة

أمور منها : - الفترة الزمنية للدراسة حيث تمثل تلك الفترة الانتقالية فى المجتمع المصرى فترة فارقة فى المشهد السياسى تتسم بظهور العديد من الأحزاب السياسية الجديدة كالدستور والمصريين الأحرار والمصرى الديمقراطى ومصر القوية والوسط وغيرها ولكنها ليست ذات تأثير واضح على الساحة السياسية المصرية - تتسم فترة الدراسة باختفاء الحزب الوطنى بعد صدور حكم قضائى بحله وبالتالي خلو الساحة من الحزب الرئيسى الذى ظل مسيطرا على المشهد السياسى المصرى لعقود متتالية - تصاعد الاحتكاك بين التيارات السياسية والأيدولوجية والتعبير عن هذا الجدل من خلال رموز سياسية تظهر فى وسائل الإعلام وتسلط عليها الأضواء فى حين يتراجع الحديث عن أحزاب سياسية بعينها مما يكون له أثره فى انخفاض تذكر المبحوث لأسماء كثير من الأحزاب ، وقد أسفر ذلك عن تركيز أكثر الأحزاب التى أشارت إليها عينة الدراسة فى الأحزاب الجديدة الوليدة بعد يناير 2011 وهى أحزاب النور والحرية والعدالة والدستور والمصريين الأحرار ، فى حين لم يكن للأحزاب السياسية المصرية التقليدية دورا مؤثرا باستثناء حزب الوفد، حيث تراجعت نسب ورود أحزاب التجمع (4.8%) والأحرار (0.6%) وبلغت نسبة من أفاد بعدم معرفة أسماء الأحزاب السياسية المصرية 6.8%

وفىما يتعلق بالتيارات الفكرية التى تمثلها الأحزاب السياسية المصرية ، تم توجيه أسئلة للمبحوثين حول الحزب الذى يعبر عن كل تيار ، وتشير نتائج البحث إلى أن النسبة الأكبر فى معرفة التيار الأيدولوجى المعبر عن الحزب كانت بالنسبة لحزب النور حيث أجاب 93% من العينة أنه يعبر عن التيار السلفى (279 مفردة) فى حين بلغت نسبة من عرف أن حزب الوفد معبرا عن التيار الليبرالى 55.3% (166 مفردة) ، وانخفضت نسبة من يعرف أن حزب التجمع يعبر عن التيار اليسارى إلى 41% . ويفسر ذلك فى ضوء بروز الاهتمام بحزب النور فى وسائل الإعلام وتصادد الجدل بشأن أفكاره وإلقاء الإعلام الضوء على رموزه وقياداته مما كان له أثره فى زيادة المعرفة به ، فى مقابل انحسار الاهتمام الإعلامى بالأحزاب

التقليدية وتضائل دورها فى المشهد السياسى المصرى بعد 2011 . وتؤكد هذه النتائج ماتوصلت إليه الدراسة من تقدم أحزاب المصريين الأحرار 63.7% والحرية والعدالة بنسبة 63% والنور بنسبة 51.5% والمصرى الديمقراطى بنسبة 35.7% استجابات عينة الدراسة على السؤال بشأن ماهية الأحزاب التى ظهرت فى مصر بعد يناير 2011

ت- المعرفة بالقضايا السياسية المصرية

تشير نتائج البحث إلى تصدر قضية الإرهاب مقدمة القضايا السياسية التى ذكر المبحوثون أنها أكثر القضايا التى تواجه الدولة المصرية فى الآونة الأخيرة بنسبة 98.6% تليها القضايا الاقتصادية بنسبة 53% ثم القضايا المتعلقة بحريات الرأى والتعبير فى المرتبة الثالثة بنسبة 25% بينما وردت القضايا المتعلقة بالأخلاقيات والتحرش بنسبة 19.6% تليها قضايا التعليم 13.3% ثم الطاقة 10% فى حين بلغت نسبة من لا يستطيع تحديد قضايا بعينها 21%

النتائج الخاصة بمتغيرات الدراسة :

متغير الاعتماد على وسائل الإعلام : تشير نتائج الدراسة إلى زيادة نسبة مرتقى الاعتماد على وسائل الإعلام 59.7% وأن 35% يعتمدون على وسائل الإعلام بدرجة متوسطة ولم تتعد نسبة منخفضى الاعتماد على وسائل الإعلام 5.3%

متغير المعرفة السياسية : تشير نتائج الدراسة إلى أن 5.7% لديهم مستوى منخفض من المعرفة السياسية و 35.7% لديهم مستوى متوسط من المعرفة السياسية فى حين بلغت نسبة ذوى المستوى المرتفع من المعرفة السياسية 58.7%

متغير الاتجاه نحو الأحزاب السياسية المصرية : تشير النتائج إلى ارتفاع من لديهم اتجاه متوسط نحو الأحزاب السياسية المصرية 62% وبلغت نسبة من لديهم اتجاه إيجابى نحو الأحزاب 32.7% فى حين لم تتعد نسبة ذوى الاتجاهات السلبية نحو الأحزاب السياسية المصرية 5.3%

متغير الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية : تشير النتائج إلى ارتفاع نسبة ذوى الاتجاهات السلبية نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية حيث بلغت 42.7 % وإلى الانخفاض الواضح فى نسبة من يحملون اتجاهات إيجابية نحو تلك الأحزاب حيث لم تتعد 7.3% فى حين كانت نصف العينة تحمل اتجاهات محايدة (متوسطة) نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية . ويشير ارتفاع نسبة ذوى الاتجاهات المتوسطة أو المحايدة نحو الأحزاب الدينية أن هؤلاء يزداد احتمال تغيير آرائهم للاتجاه الإيجابى أو السلبى تبعاً لعدة عوامل منها المعالجة الإعلامية والتصورات التى ينقلها الإعلام عن تلك الأحزاب للمواطنين ومنها سلوك هذه الأحزاب ذاتها . ويتفق ذلك مع نتائج دراسة نجوى الجزار (2013)⁵⁴ التى توصلت إلى غلبة التصورات السلبية على الأحزاب ذات المرجعية الدينية .

متغير الاتجاه نحو هوية الدولة المصرية : تشير النتائج إلى الانخفاض الشديد فى نسبة ذوى الاتجاهات السلبية نحو الدولة المدنية حيث لم تتعد 0.7% فى حين ارتفعت نسبة ذوى الاتجاهات الإيجابية نحو الدولة المدنية 41.7% فى حين بلغت نسبة ذوى الاتجاهات المحايدة 57.7% ويتفق ذلك مع دراسة الشيماء العزب (2014)⁵⁵ التى توصلت إلى أن مفاهيم الدولة المدنية حظيت باتجاه إيجابى لدى غالبية المبحوثين وإلى ارتفاع نسبة ذوى الاتجاه المحايد نحو الدولة الدينية .

يمكن تفسير ذلك فى ضوء مصادر المعلومات التى تعتمد عليها مفردات العينة والتى فى مقدمتها الفضائيات الخاصة والتى تعنى بالتركيز على الدولة المدنية وتحذر من خطورة الدولة الدينية على المجتمع المصرى سياسياً واجتماعياً ، ويمكن النظر إلى ذوى الاتجاهات المحايدة أنهم الذين يمكن التأثير فى آرائهم وفق مصادر المعلومات التى يعتمدون عليها أو أنهم يميلون لإخفاء آرائهم فى حالة شعورهم أنها لا تتوافق مع رأى الغالبية فى المجتمع ، أو أنهم يقعون فى حيرة واضطراب فى ظل التكوين العقائدى الذى ينتمون إليه وما أسفرت عنه تجربة الإخوان فى الحكم من فشل وقصور وانقسام حاد فى المشهد السياسى .

متغير الاهتمام السياسى : تشير النتائج إلى زيادة نسبة منخفضى الاهتمام السياسى إذ بلغت 69% فى حين بلغت نسبة متوسطى الاهتمام السياسى 30% ولم تتعد نسبة مرتفعى الاهتمام السياسى 0.7%

متغير الفعالية السياسية : تشير النتائج إلى زيادة نسبة متوسطى الفعالية السياسية 59.3% تليها نسبة مرتفعى الفعالية السياسية 38.7% ثم منخفضى الفعالية السياسية 2%

متغير المشاركة السياسية : تشير النتائج إلى ارتفاع نسبة منخفضى المشاركة السياسية حيث بلغت 61.7% تليها متوسطى المشاركة بنسبة 36.7% والانخفاض الواضح فى نسبة مرتفعى المشاركة السياسية 1.7%

نتائج اختبار فروض الدراسة :

1-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة السياسية للمبحوث وكل من :

أ-الاهتمام السياسى د- الاتجاه نحو الأحزاب السياسية ذات المرجعية الدينية

ب-المشاركة السياسية ه- الاتجاه نحو هوية الدولة المصرية

ج-الاتجاه نحو الأحزاب السياسية

أ- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة السياسية للمبحوث والاهتمام السياسى

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون Pearson بين المعرفة السياسية للمبحوث والاهتمام السياسى له وقد بلغت 0.177 وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01 مما يعنى وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيا ومن ثم نقبل الفرض الأول (أ)

ب-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة السياسية للمبحوث وبين المشاركة السياسية

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون Pearson بين المعرفة السياسية والمشاركة السياسية للمبحوث وقد بلغت 0.214 وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01 مما يعنى وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيا ومن ثم نقبل الفرض الأول (ب)

ح- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة السياسية للمبحوث والاتجاه نحو الأحزاب السياسية

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المعرفة السياسية والاتجاه نحو الأحزاب السياسية المصرية وقد بلغت -0.085 وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية 0.05 مما يعنى عدم وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين ومن ثم نرفض الفرض الأول (ج)

د- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة السياسية للمبحوث والاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية

تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغيري المعرفة السياسية والاتجاه نحو الأحزاب السياسية ذات المرجعية الدينية وقد بلغت -0.023 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05 مما يعنى عدم وجود علاقة ارتباطية ومن ثم نرفض الفرض الأول (د)

هـ- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المعرفة السياسية للمبحوث والاتجاه نحو هوية الدولة المصرية

تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغيري المعرفة السياسية والاتجاه نحو هوية الدولة المصرية وقد بلغت 0.065 وهي قيمة غير دالة إحصائيا مما يعنى عدم وجود علاقة ارتباطية ومن ثم نرفض الفرض الأول (هـ)

جدول (3)

العلاقة بين المعرفة السياسية وكل من الاهتمام والمشاركة السياسية والاتجاه نحو الأحزاب ونحو هوية الدولة

المعرفة السياسية		الاهتمام السياسى		المشاركة السياسية		الاتجاه نحو الأحزاب السياسية		الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية		الاتجاه نحو هوية الدولة	
المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى
12.77	3.488	7.35	1.466	4.3	2.784	9.35	2.525	9.92	2.982	17.68	3.337
		معامل ارتباط بيرسون R	معامل ارتباط بيرسون R	معامل ارتباط بيرسون R	معامل ارتباط بيرسون R	معامل ارتباط بيرسون R	معامل ارتباط بيرسون R				
		0.177	0.214	0.085	0.01	0.023	-	0.065	0.023	0.065	0.065

2-توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المبحوث نحو الأحزاب السياسية المصرية وكل من:

أ-الاتجاه نحو هوية الدولة

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون Pearson بين الاتجاه نحو الأحزاب السياسية المصرية وبين الاتجاه نحو هوية الدولة لدى عينة الدراسة وقد بلغت 0.153 وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01 مما يعنى وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائية ومن ثم نقبل الفرض الثانى (أ)

ب-الاهتمام السياسى

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون بين الاتجاه نحو الأحزاب السياسية المصرية وبين الاهتمام السياسى لدى عينة الدراسة ، وقد بلغت 0.86 وهى قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05 مما يعنى عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا ومن ثم نرفض الفرض الثانى (ب)

ج- الفعالية السياسية

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون بين الاتجاه نحو الأحزاب السياسية المصرية وبين الفعالية السياسية وقد بلغت 0.161- وهى قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.01 مما يعنى وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائيا ومن ثم نقبل الفرض الثانى (ج) . وتشير تلك النتائج إلى أنه كلما يرتفع مستوى الفعالية السياسية للمبحوث كلما تزايد الاتجاهات السلبية لديه نحو الأحزاب السياسية المصرية حيث يتزايد شعوره بعدم فعاليتها فى الحياة السياسية وعجزها عن أداء دور مؤثر فى المجتمع المصرى .

د- المشاركة السياسية

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون بين الاتجاه نحو الأحزاب السياسية المصرية وبين المشاركة السياسية وقد بلغت 0.136- وهى قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05 مما يعنى وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائيا ومن ثم نقبل الفرض الثانى (د)

جدول (4)

يوضح العلاقة بين الاتجاه نحو الأحزاب السياسية ومتغيرات الاتجاه نحو هوية الدولة والاهتمام والفعالية والمشاركة السياسية

الاتجاه نحو الأحزاب السياسية المصرية		الاتجاه نحو هوية الدولة المصرية		الاهتمام السياسى		الفعالية السياسية		المشاركة السياسية	
المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري
معامل ارتباط بيرسون	معامل ارتباط بيرسون	معامل ارتباط بيرسون	معامل ارتباط بيرسون	معامل ارتباط بيرسون	معامل ارتباط بيرسون	معامل ارتباط بيرسون	معامل ارتباط بيرسون	معامل ارتباط بيرسون	معامل ارتباط بيرسون

0.153 دال عند مستوى 0.01	0.086 غير دال إحصائيا	0.161 دال عند مستوى 0.01	-0.136 دال عند مستوى 0.05
--------------------------	-----------------------	--------------------------	---------------------------

3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية وكل من: أ- الاتجاه نحو هوية الدولة-ب- الاهتمام السياسي ج- الفعالية السياسية د- المشاركة السياسية

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون بين الاتجاه نحو الأحزاب السياسية ذات المرجعية الدينية والاتجاه نحو هوية الدولة لدى عينة الدراسة وقد بلغت 0.644 وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01 مما يعنى وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيا ومن ثم نقبل الفرض الثالث (أ)

ولاختبار الفرض الثالث ب، ج، د تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون بين الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية والاهتمام السياسى وقد بلغت -0.011 وهى قيمة غير دالة عند مستوى 0.05 . كما تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية والفعالية السياسية وقد بلغت -0.043 وهى قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى 0.05 كما تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين الاتجاه نحو تلك الأحزاب والمشاركة السياسية وقد بلغت 0.051 وهى غير دالة إحصائيا عند مستوى 0.05 ومن ثم نقبل الفرض الثالث (أ) فقط حيث تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية والاتجاه نحو هوية الدولة فى حين لم تثبت صحة الفرض بوجود علاقة بين الاتجاه نحو تلك الأحزاب وكل من متغيرات الاهتمام والفعالية والمشاركة السياسية . وربما تفسر هذه النتائج فى ضوء غلبة الاتجاهات السلبية نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية لدى المبحوثين بغض النظر عن مستوى اهتمامهم السياسى أو مستوى الفعالية والمشاركة السياسية لديهم .

وتتفق هذه النتائج مع ماتوصلت إليه دراسات نجوى الجزار (2013) ونيرمين خضر (2013) حول غلبة التصورات السلبية نحو الإسلاميين لدى الرأى العام المصرى⁵⁶.

تشير النتائج إلى وجود علاقة بين متغيرى المواقع التى تعتمد عليها العينة فى متابعة الشئون السياسية المصرية وطبيعة الاتجاه نحو الأحزاب السياسية ذات المرجعية الدينية حيث ازدادت نسبة ذوى الاتجاهات السلبية نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية لدى مستخدمى مواقع المصرى اليوم والأهرام واليوم السابع (كا) = 17.16 دالة عند 0.01) والوطن (كا) = 7.95 دالة عند 0.05)

جدول (5)

العلاقة بين الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية والاتجاه نحو هوية الدولة

الاتجاه نحو هوية الدولة		الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية	
الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط
3.337	17.68	2.982	9.92
مستوى المعنوية دال عند 0.01	معامل ارتباط بيرسون R 0.644		

4-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المشاركة السياسية وكل من :

أ- الاهتمام السياسى

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المشاركة السياسية والاهتمام السياسى وقد بلغت 0.153 وهى قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.01 مما يعنى وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيا ومن ثم نقبل الفرض الرابع (أ)

ب- الاتجاه نحو هوية الدولة

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المشاركة السياسية والاتجاه نحو هوية الدولة وقد بلغت 0.169 وهى قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.01 مما يعنى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا ومن ثم نقبل الفرض الرابع (ب)

جدول (6)

العلاقة بين المشاركة السياسية وكلا من الاهتمام السياسى والاتجاه نحو هوية الدولة

الاتجاه نحو هوية الدولة		الاهتمام السياسى		المشاركة السياسية	
الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى
3.337	17.68	1.466	7.35	2.784	4.3
مستوى معنوية P دال عند	معامل ارتباط بيرسون R	مستوى معنوية p دال عند	معامل ارتباط بيرسون R		
0.01	0.169	0.01	0.153		

5-توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على وسائل الإعلام والاتجاه نحو الأحزاب السياسية ونحو هوية الدولة المصرية

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعى والاتجاهات نحو الأحزاب السياسية والأحزاب ذات المرجعية الدينية ونحو هوية الدولة المصرية وقد بلغت قيم معامل بيرسون على التوالي 0.082 ، 0.012 ، 0.018 وهى قيم غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05

كما تم حساب قيمة معامل اختبار بيرسون بين الاعتماد على الفضائيات الخاصة والاتجاهات نحو الأحزاب السياسية وبلغت 0.126 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.029 ، وبين الاعتماد على الفضائيات والاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية وبلغت 0.208 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000 ، كما تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين الاعتماد على الفضائيات الخاصة والاتجاه نحو هوية الدولة المصرية وقد بلغت 0.129 وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.026

كما تم حساب معامل معامل اختبار بيرسون بين الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية والاتجاهات نحو الأحزاب ونحو هوية الدولة وقد بلغت قيم معامل بيرسون 0.014، -0.079، 0.014 وهي قيم غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 تبين من النتائج وجود علاقة ارتباطية بين الاعتماد على القنوات الإخبارية العربية والاتجاه نحو الأحزاب الدينية حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون -0.138 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.017

ومن ثم نقبل هذا الفرض جزئياً حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية بين الاعتماد على الفضائيات الخاصة والاتجاه نحو الأحزاب السياسية المصرية بوجه عام والأحزاب ذات المرجعية الدينية بوجه خاص والاتجاه نحو هوية الدولة المصرية. كذلك تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على القنوات الإخبارية العربية والاتجاه نحو الأحزاب الدينية ، فى حين لم تثبت صحة هذا الفرض فيما يتعلق بالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعى أو المواقع الإخبارية الإلكترونية.

ويفسر ذلك فى ضوء سيادة الاتجاهات السلبية تجاه الأحزاب ذات المرجعية الدينية وزيادة الاتجاهات المؤيدة لمفهوم الدولة المدنية المصرية لدى عينة الدراسة. وتتفق هذه النتائج مع ماتوصلت إليه دراسة رباب عبد الرحمن (2013)⁵⁷ التى خلصت إلى وجود اختلافات دالة فى اتجاهات المبحوثين نحو أداء حزب الحرية والعدالة باختلاف القنوات الخاصة التى يعتمدون عليها فى متابعة الأحداث الجارية .

6-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فى اتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية وفقا لمتغيرات :

النوع /الفئة العمرية / المستوى الاقتصادى / الاتجاه السياسى

جدول (7)

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فى اتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية

الخصائص الديموجرافية	قيم اختبار	المتوسط	الانحراف المعيارى	الخطأ المعيارى	قيمة ت	مستوى الدلالة
النوع ذكور		8.72	2.273	0.212	قيمة ت -	0.001
إناث		9.75	2.599	0.191		معنوية

- يتضح من الجدول السابق وجود اختلافات دالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالاتجاه نحو الأحزاب السياسية (قيمة ت = -3.478) دالة عند مستوى معنوية 0.001 وذلك لصالح الإناث (المتوسط 9.75 مقابل 8.72 للذكور)

- تشير بيانات الجدول التالي (8) أن متغيري السن والاتجاه السياسى كانا عنصرين مؤثرين فى إحداث فروق بين المجموعات فى اتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية حيث كانت قيمة فى متغير السن 7.066 دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.000 كما كانت ف دالة إحصائيا فيما يتعلق بالاتجاه السياسى (ف= 2.739 دالة عند مستوى معنوية 0.029) مما يشير إلى وجود اختلافات فى اتجاهات المبحوثين نحو الأحزاب السياسية وفقا لمتغيرات النوع والسن والاتجاه السياسى للمبحوث . فى حين لم يثبت وجود فروق جوهرية فيما يتعلق بمتغير المستوى الاقتصادى مما يعنى ثبوت صحة الفرض السادس فيما يتعلق بمتغيرات النوع والسن والاتجاه السياسى .
- تتفق هذه النتائج مع دراسة رباب عبد الرحمن (2013) ⁵⁸التي أظهرت وجود اختلافات دالة فى اتجاهات المبحوثين نحو أداء حزب الحرية والعدالة باختلاف انتماءاتهم السياسية

جدول (8)

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا لاتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية وفقا لمتغيرات السن والمستوى الاقتصادى

والاتجاه السياسى

مستوى المعنوية	ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات		
0,000	7,066	42,468	3	127,405	بين المجموعات	السن
معنوى		6,011	296	1779,142	داخل المجموعات	
			299	1906,547	الاجمالي	
0,115	2,181	13,798	2	27,596	بين المجموعات	المستوى الاقتصادى
غير معنوى		6,326	297	1878,951	داخل المجموعات	
			299	1906,547	الاجمالي	
0,029	2,739	17,067	4	68,268	بين المجموعات	الاتجاه السياسى
معنوى		6,231	295	1838,278	داخل المجموعات	
			299	1906,547	الاجمالي	

7-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فى اتجاهاتهم نحوالأحزاب السياسية ذات المرجعية الدينية وفقا لمتغيرات :
النوع /الفئة العمرية / المستوى الاقتصادى / الاتجاه السياسى

جدول (9)

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فى اتجاهاتهم نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية

الخصائص الديموجرافية	قيم اختبار	المتوسط	الانحراف المعيارى	الخطأ المعيارى	قيمة ت	مستوى الدلالة
النوع ذكور		9.57	2.995	0.279	-1.629	0.104
إناث		10.14	2.960	0.218		غير معنوى

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث وفقا لاتجاهاتهم نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية قيمة ت = -1.629 وهى قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05

جدول (10)

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فى اتجاهاتهم نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية وفقا لمتغيرات السن والمستوى الاقتصادى والاتجاه السياسى

مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى المعنوية

0,610	0,608	5,423	3	16,270	بين المجموعات	السن
غير معنوى		8,925	296	2641,810	داخل المجموعات	
			299	2658,080	الاجمالي	
0,462	0,775	6,900	2	13,800	بين المجموعات	المستوى الاقتصادي
غير معنوى		8,903	297	2644,280	داخل المجموعات	
			299	2658,080	الاجمالي	
0,000	25,074	168,604	4	674,414	بين المجموعات	الاتجاه السياسي
معنوى		6,724	295	1983,666	داخل المجموعات	
			299	2658,080	الاجمالي	

يتضح من الجدول السابق أنه لم يكن لأى من المتغيرات السابقة تأثيراً جوهرياً فى إحداث فروق بين المجموعات فى اتجاهاتهم نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية وذلك فيما عدا متغير الاتجاه السياسى للمبحوث ، حيث توجد اختلافات دالة فى الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية باختلاف الانتماء السياسى والفكرى للمبحوث فالمبحوثون ذوو المرجعية الإسلامية لديهم اتجاهات إيجابية نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية أكثر من المبحوثين ذوى الانتماءات السياسية الأخرى .

وباستخدام معامل LSD يتضح أن الفروق تتجه نحو فئة ذوى المرجعية الإسلامية حيث أنه بعد مقارنة قيم الفروق بين كل مجموعتين على حدة مع قيمة LSD ظهر أن هذه الفئة قد حققت أعلى فروق معنوية بينها وبين المتوسطات للمجموعات الأخرى .

هذا فى حين لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً لمتغيرات النوع أو السن أو المستوى الاقتصادى فى اتجاهاتهم نحو الأحزاب الدينية ، مما يعنى عدم وجود فروق جوهريّة بين الذكور والإناث أو بين المبحوثين من ذوى الفئات العمرية المختلفة أو ذوى المستويات الاقتصادية المختلفة فى اتجاهاتهم نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية وتعد نتيجة منطقية فى ضوء الاتجاه السائد نحو رفض هذه الأحزاب

جدول (11)

المقارنات الثنائية لبيان مصدر الفروق بين اتجاهات المبحوثين نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية وفقاً لاتجاهاتهم السياسية

الاتجاهات السياسية	فئة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
إسلامى	ليبرالى	4.488-	0.000
	يسارى	3.091-	0.006
	قومى	3.267-	0.000
	لاادرى	2.820-	0.000
ليبرالى	يسارى	1.397	0.208
	قومى	1.212	0.011
	لاادرى	1.668	0.000
قومى	يسارى	0.185	0.869
	لاادرى	0.456	0.283
يسارى	لاادرى	0.271	0.803

يتضح من الجدول أنه ينجم الفرق الدال إحصائياً فى طبيعة الاتجاهات المتكونة عن الأحزاب الدينية بين فئة ذوى الاتجاه الإسلامى من ناحية وذوى الاتجاهات الأيديولوجية الأخرى (الليبراليين واليساريين والقوميين ومن لم يحدد) حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية على التوالي (0.000، 0.006، 0.000، 0.000) ويعنى ذلك أن الفرق فى الاتجاهات المتكونة عن الأحزاب ذات المرجعية الدينية ينجم عن الفرق بين فئة ذوى الاتجاهات الإسلامية وبين ذوى الاتجاهات السياسية الأخرى

8-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فى اتجاهاتهم نحو هوية الدولة وفقاً لمتغيرات :

النوع /الفئة العمرية / المستوى الاقتصادى / الاتجاه السياسى

جدول (12)

يوضح مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فى اتجاهاتهم نحو هوية الدولة

الخصائص الديموجرافية	قيم اختبار	المتوسط	الانحراف المعيارى	الخطأ المعيارى	قيمة ت	مستوى الدلالة
----------------------	------------	---------	-------------------	----------------	--------	---------------

النوع ذكور	17.42	3.469	0.323	0.284	غير دال
إناث	17.84	3.251	0.239		

لاختبار مدى صحة هذا الفرض تم حساب اختبارات لمعرفة مدى معنوية الاختلاف بين الذكور والإناث من حيث اتجاهاتهم نحو الدولة المصرية وقد تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور ($M=17.42$) والإناث ($M=17.84$) وفقاً لاتجاهاتهم نحو هوية الدولة المصرية (قيمة ت = 0.284) وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05

ولاختبار مدى وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة فى الاتجاه نحو هوية الدولة وفقاً للفئات العمرية تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحد وقد أوضحت نتائج الاختبار عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة من حيث الاتجاه نحو هوية الدولة المصرية حيث أن قيمة ف 1.7 وهى قيمة غير دالة إحصائياً . كما تبين من النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين ذوى المستويات الاقتصادية المختلفة (قيمة ف=0.389) وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من الجدول التالى أنه لم يكن لأى من المتغيرات السابقة تأثيراً جوهرياً فى إحداث فروق بين المجموعات فى اتجاهاتهم نحو هوية الدولة المصرية وذلك فيما عدا متغير الاتجاه السياسى للمبحوث ، حيث توجد اختلافات دالة فى الاتجاه نحو هوية الدولة باختلاف الانتماء السياسى والفكرى للمبحوث (قيمة ف=31.984) دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.000

جدول (13)

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فى اتجاهاتهم نحو هوية الدولة المصرية وفقاً لمتغيرات السن والمستوى الاقتصادى والاتجاه السياسى

مستوى المعنوية	ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات		
0.167	1.700	18.796	3	56.389	بين المجموعات	السن
غير معنوى		11.057	296	3272.891	داخل المجموعات	
			299	3329.280	الاجمالى	

0.678	0.389	4.354	2	8.709	بين المجموعات	المستوى الاقتصادي
غير معنوي		11.180	297	3320.571	داخل المجموعات	
			299	3329.280	الاجمالي	
0.000	31.984	251.775	4	1007.099	بين المجموعات	الاتجاه السياسي
		7.872	295	2322.181	داخل المجموعات	
			299	3329.280	الاجمالي	

وباستخدام معامل LSD يتضح أن الفروق تتجه نحو فئة ذوى المرجعية الإسلامية حيث أنه بعد مقارنة قيم الفروق بين كل مجموعتين على حدة مع قيمة LSD ظهر أن هذه الفئة قد حققت أعلى فروق معنوية بينها وبين المتوسطات للمجموعات الأخرى .

هذا فى حين لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا لمتغيرات النوع أو السن أو المستوى الاقتصادي فى اتجاهاتهم نحو هوية الدولة المصرية ، مما يعنى عدم وجود فروق جوهرية بين الذكور والإناث أو بين المبحوثين من ذوى الفئات العمرية المختلفة أو ذوى المستويات الاقتصادية المختلفة فى اتجاهاتهم نحو هوية الدولة المصرية .

جدول (14)

المقارنات الثنائية لبيان مصدر الفروق بين اتجاهات المبحوثين نحو هوية الدولة المصرية وفقا لاتجاهاتهم السياسية

مستوى المعنوية	الفرق بين المتوسطين	فئة المقارنة	الاتجاهات السياسية	
0.000	5.309-	ليبرالى	إسلامى	الاتجاهات نحو هوية الدولة
0.000	5.301-	يسارى		
0.000	4.253-	قومى		
0.000	3.008-	لأدرى		
0.995	0.008	يسارى	ليبرالى	
0.041	1.056	قومى		

0.000	2.301	لأدري	
0.385	1.048-	يسارى	قومى
0.007	1.246	لأدري	
0.052	2.294	لأدري	يسارى

يتضح من الجدول أنه ينجم الفرق الدال إحصائياً في طبيعة الاتجاهات المتكونة عن هوية الدولة بين فئة ذوى الاتجاه الإسلامى من ناحية وذوى الاتجاهات الأيديولوجية الأخرى (الليبراليين واليساريين والقوميين ومن لم يحدد) حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية على التوالى (0.000، 0.000، 0.000، 0.000) ويعنى ذلك أن الفرق فى الاتجاهات المتكونة عن طبيعة هوية الدولة المصرية ينجم عن الفرق بين فئة ذوى الاتجاهات الإسلامية وبين ذوى الاتجاهات السياسية الأخرى.

الخلاصة

- تشير النتائج إلى تعدد مصادر المعلومات التى يعتمد عليها المبحوثون فى متابعة الشئون السياسية المصرية ، وتكشف عن تصدر مواقع التواصل الاجتماعى تلك المصادر حيث احتلت الترتيب الأول يليها القنوات الفضائية الخاصة ثم الأسرة والأصدقاء فى الترتيب الثالث ثم المواقع الإخبارية الإلكترونية فى الترتيب الرابع يليها القنوات الإخبارية العربية ثم الصحف الخاصة بينما تراجع ترتيب الصحف القومية إلى الثامن والصحف الحزبية إلى الترتيب الثانى عشر . وتتفق هذه النتائج مع دراسات كل من سماح محمدى (2102) وعادل عبد الغفار (2012)⁵⁹ من حيث تقدم مواقع التواصل الاجتماعى مقدمة الوسائل التى يعتمد عليها الجمهور وتغوق الإعلام الحكومى على الخاص كمصدر للمعلومات .
- تشير النتائج إلى تصدر الصحف الخاصة مقدمة المواقع الإلكترونية التى يعتمد عليها المبحوثون فى متابعة الشئون السياسية المصرية وتقدم موقعى اليوم السابع والمصرى اليوم مقدمة تلك المواقع تليها الأهرام فى المرتبة الثالثة ثم الوطن والشروق فى الترتيبين الرابع والخامس على التوالى . ويشير ذلك إلى تقدم مواقع الصحف الخاصة مقدمة المصادر التى تعتمد عليها العينة وتراجع ملحوظ لمواقع الصحف القومية حيث ورد موقع الأهرام فى

الترتيب الثالث والأخبار فى الترتيب السادس ، كما تشير النتائج إلى تراجع شديد لمواقع الصحف الحزبية .

- تشير النتائج إلى عجز الصحف الحزبية عن جذب القراء مما يعد انعكاساً لتدهور أوضاع الأحزاب وعدم قدرتها على القيام بدور فاعل فى الحياة السياسية المصرية وعدم قدرتها على التأثير فى الاتجاهات السياسية للشباب المصرى . كما أسفرت النتائج عن تزايد المعرفة بالأحزاب السياسية التى ظهرت بعد 25 يناير ويفسر ذلك فى ضوء تزايد الاهتمام الاعلامى بتلك الأحزاب مقابل انحسار الاهتمام بالأحزاب التقليدية وتضاؤل دورها فى المشهد السياسى المصرى بعد 2011 مما كان له أثره فى استجابات العينة وانخفاض نسبة من ذكر هذه الأحزاب من مفردات العينة .
- كانت التأثيرات المعرفية فى مقدمة تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام فيما يتعلق بالشئون السياسية المصرية حيث أفاد 71.6% من العينة بأن التعرف على أسباب القضايا والأزمات فى مقدمة هذه التأثيرات يليها معرفة وجهات النظر المختلفة حوله 64.4%.
- أسفرت النتائج عن ارتفاع نسبة ذوى الاتجاهات السلبية نحو الأحزاب السياسية ذات المرجعية الدينية 42.7% وانخفاض نسبة من يحملون اتجاهات إيجابية نحو تلك الأحزاب 7.3% . كما تشير النتائج إلى الانخفاض الشديد فى نسبة ذوى الاتجاهات السلبية نحو الدولة المدنية 0.7% وارتفاع نسبة ذوى الاتجاهات الإيجابية 41.7% نحو الدولة المدنية وارتفاع نسبة ذوى الاتجاه المحايد نحو الدولة المدنية 57.7%.
- توصلت الدراسة إلى غلبة الاتجاهات السلبية نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية لدى المبحوثين بغض النظر عن مستوى اهتمامهم السياسى أو مستوى الفعالية والمشاركة السياسية لديهم ووجود ارتباط بين الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية والاتجاه نحو هوية الدولة المصرية لدى عينة الدراسة ، واتفقت هذه النتائج مع ماتوصلت إليه دراسة رجاء الغمراوى 2012⁶⁰ حول سلبية الصورة لدى الشباب عن الأحزاب الدينية .

- تشير النتائج إلى ارتفاع نسبة الاتجاهات الإيجابية نحو الدولة المدنية حيث حظيت مفاهيم الدولة المدنية باتجاه ايجابي لدى معظم مفردات العينة مقابل الانخفاض الشديد فى نسبة ذوى الاتجاهات السلبية نحو الدولة المدنية وارتباط ذلك بالاعتماد على الاعلام لاسيما الاعتماد على القنوات المصرية الخاصة والقنوات الإخبارية العربية فى تشكيل تلك الاتجاهات .
- أظهرت النتائج قبول الفرض الأول جزئيا حيث تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المعرفة السياسية للمبحوث وكل من الاهتمام السياسى والمشاركة السياسية ، بينما لم تثبت صحة الفرض بوجود علاقة بين المعرفة السياسية والاتجاه نحو كل من الأحزاب السياسية والأحزاب ذات المرجعية الدينية والاتجاه نحو هوية الدولة المصرية . تشير هذه النتائج إلى أن اتجاهات العينة نحو الأحزاب السياسية ونحو هوية الدولة المصرية لا ترتبط بمعدل المعرفة السياسية لدى المبحوث حيث تظهر النتائج تأييدا واضحا للدولة المدنية مقابل رفضا شديدا للأحزاب ذات المرجعية الدينية وللدولة الدينية .
- أظهرت النتائج قبول الفرض الثانى جزئيا فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه نحو الأحزاب السياسية والاتجاه نحو هوية الدولة ووجود علاقة ارتباطية عكسية بين الاتجاه نحو الأحزاب السياسية ومتغيرى الفعالية السياسية والمشاركة السياسية بينما تبين عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين الاتجاه نحو الأحزاب السياسية والاهتمام السياسى لدى العينة .
- أسفرت النتائج عن قبول الفرض الثالث(أ)القائل بوجود علاقة بين الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية والاتجاه نحو هوية الدولة المصرية فى حين لم تثبت صحة الفرض الثالث(ب ،ج،د) حيث لم تثبت صحة الفرض بوجود علاقة بين الاتجاه نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية وكل من متغيرات الاهتمام والفعالية والمشاركة السياسية ، الأمر الذى يفسر فى ضوء غلبة الاتجاهات السلبية لدى عينة الدراسة نحو الأحزاب ذات المرجعية

- الدينية بصرف النظر عن مستوى اهتمامهم السياسى أو مستوى الفعالية أو المشاركة السياسية لديهم .
- كشفت النتائج عن قبول الفرض الرابع القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المشاركة السياسية للمبحوث وكل من الاهتمام السياسى والاتجاه نحو هوية الدولة .
- أسفرت النتائج عن قبول الفرض الخامس جزئيا حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على الفضائيات الخاصة والاتجاه نحو الأحزاب السياسية المصرية بوجه عام ونحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية بوجه خاص وكذلك الاتجاه نحو هوية الدولة المصرية . فى حين لم تثبت صحة هذا الفرض فيما يتعلق بالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعى أو المواقع الإخبارية الإلكترونية . واتفقت مع نتائج دراسة Inas AbouYoussef⁶¹ التى توصلت إلى وجود علاقة بين التعرض للبرامج التليفزيونية والاتجاهات السياسية تجاه أداء المجلس العسكرى والأداء الحكومى .
- أظهرت النتائج صحة الفرض السادس فيما يتعلق بوجود فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين فى اتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية وفقا لمتغيرات النوع والفئة العمرية والاتجاه السياسى فى حين لم يثبت وجود فروق جوهرية فيما يتعلق بمتغير المستوى الاقتصادى للمبحوث .
- كشفت النتائج عن عدم قبول صحة الفرض السابع فيما يتعلق بوجود اختلافات دالة إحصائيا بين المبحوثين فى اتجاهاتهم نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية باختلاف النوع أو السن أو المستوى الاقتصادى ، فى حين أظهرت النتائج قبول صحة الفرض السابع فيما يتعلق بوجود اختلافات دالة إحصائيا بين المبحوثين فى اتجاهاتهم نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية وفقا للاتجاه السياسى للمبحوث .
- أسفرت النتائج عن عدم قبول صحة الفرض الثامن فيما يتعلق بوجود اختلافات دالة إحصائيا بين المبحوثين فى اتجاهاتهم نحو هوية الدولة باختلاف النوع أو السن أو المستوى الاقتصادى ، فى حين أظهرت النتائج

قبول صحة الفرض الثامن فيما يتعلق بوجود اختلافات دالة إحصائية بين الباحثين في اتجاهاتهم نحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية وفقا للاتجاه السياسى للمبحوث . حيث تبين أن الفرق في الاتجاهات المتكونة عن الأحزاب ذات المرجعية الدينية ينجم عن الفرق بين فئة ذوى الاتجاهات الاسلامية وبين ذوى الاتجاهات السياسية الأخرى . واتفقت هذه النتائج مع ماتوصلت إليه دراسة (شيماء ذو الفقار 2014)⁶² من وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ذوى التوجهات الأيديولوجية المختلفة من حيث مستوى التمسك بالهوية المصرية .

- تكشف مناقشة النتائج عن تزايد نسبة رافضى الدولة الدينية لدى عينة الدراسة حيث بلغت 41.7% مقارنة بنسبتهم في نتائج الدراسات السابقة إذ لم تتعد 12.8% في إحدى الدراسات السابقة⁶³ التي توصلت كذلك إلى تقارب نسبتي مؤيدى ورافضى الدولة الدينية (13.8%، 12.8% على التوالي) في حين أظهرت نتائج الدراسة الراهنة تباعدا واضحا بين نسبتي مؤيدى ورافضى الدولة الدينية (0.7%، 41.7% على التوالي) ويفسر ذلك في ضوء تطورات الأحداث في الشأن السياسى المصرى بعد فشل تجربة حكم الإخوان التي تم رفضها من قبل قطاعات كبيرة في الرأى العام المصرى وانعكس ذلك في تزايد حالة الرفض للدولة الدينية ، فالدراسات الى أجريت عقب ثورة 25 يناير مباشرة توصلت إلى عدم وجود تصور واضح لدى العينات موضع البحث لما ستسفر عنه الدولة الدينية مما جعل حالة الغموض تنعكس على استجابات الباحثين وتزايد نسبة الاتجاه المحايد نحوها ، إلا أن الأمر اختلف في نتائج الدراسة الراهنة التي تفسر نتائجها في ضوء عدة عوامل أبرزها فشل حكم الإخوان ومانتج عنه من حوادث عنف وقتل وصراع وتوتر ، وكثافة الانتقادات التي وجهت للدولة الدينية من قبل أنصار التيار الليبرالى مما كان له أثره الواضح في تزايد نسبة الرفض للدولة الدينية .

- ¹ www.capmas.gov.eg
- ² Gibson, Rachel K, New Media, Elections and The Political Knowledge Gap in Australia, **Journal of Sociology**, 2014, pp.1-17.
الشيء العزب حسين ، مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية في مصر ك دراسة ميدانية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة حلوان ، 2014 ، قسم الإعلام ،
- ⁴ Younei,Soe,New Media ,Youth and political Socialization ,Indiana University,Proquest,UMI Dissertations Publishing,2012
سمية عرفات ، العلاقة بين استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية والانترنت خلال ثورة 25 يناير والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، يناير 2012⁵
- أشرف جلال ، دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية : دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربية (مصر – تونس- ليبيا – سوريا- اليمن) ، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر " الإعلام وبناء الدولة الحديثة " 10-13 يوليو 2012⁶ ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2012
أحمد فاروق رضوان ، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011 ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، العدد 39 ، يناير / مارس 2012 ص ص 127-186.
- ⁷ سماح محمدى ، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك أثناء انتخابات الرئاسة المصرية : دراسة ميدانية بالتطبيق على الجولة الأولى من الانتخابات ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، العدد الأربعون ، 2012 .
عادل عبد الغفار ، اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية الإخبارية في متابعة أحداث ثورة 25 يناير وتطوراته ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، المجلد الحادي عشر ، العدد الأول ، يناير – مارس ، 2012 ، ص ص 1-48
- ¹⁰ Inas Abou Youssef, Media and The Transition Period in Egypt :The Role of Media Coverage in Forming audience Attitudes Towards The SCAF Ruling Period in Egypt , **Egyptian Journal of Mass Communication** ,Faculty of Mass Communication , University of Cairo ,vol. 41.July /Sep.2012 ,pp1-78
¹¹ هبة شاهين ، دور وسائل الإعلام في تهيئة الجمهور المصري نحو الثقة في الحكومة ، المؤتمر العلمي السادس عشر ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2010 .
الهام يونس ، العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري واتجاهاته نحوها ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، 2010¹² كلية الإعلام ، قسم الإذاعة ،
لمياء سمير ، تأثير التعرض للأخبار والبرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية على المستوى المعرفي للجمهور المصري ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة ، 2007¹³
- محمد هلال ، دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، قسم الإذاعة ، 2007
هبة شاهين ، اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، المجلد السابع ، العدد الأول ، يناير / يوليو 2006 ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2006

- حنان جنيد ، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الانترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، العدد 18، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2003¹⁶، ص ص1-27
- ماهيناز رمزى ، التأثيرات المعرفية لاعتماد الشباب الجامعى على القنوات الفضائية الإخبارية كمصدر للمعلومات ، **مجلة الآداب والعلوم الانسانية** ، جامعة المنيا ، عدد 47 ، يناير 2003 ، ص ص87-134¹⁷
- ¹⁸ Dimitrova,Daniela V.etal.,The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns: Evidence from Panel Data ,**Communication Research**, vol.41,no.1,2014,pp.95-118.
- آمال كمال ، علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بالمشاركة السياسية فى الانتخابات البرلمانية المصرية 2012/2011 بالتطبيق على موقع : دراسة ميدانية ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، العدد 19 Facebook الثانى والأربعون ، أكتوبر / ديسمبر 2012، ص ص1-72
- ²⁰ هشام عطية ، أنماط اعتماد الجمهور على تغطية الصحف ومواقعها الالكترونية للانتخابات البرلمانية لعام 2011 وعلاقتها بالانتماء السياسى والمشاركة فى التصويت : دراسة ميدانية لعينة من القراء المنتظمين ، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام** ، المجلد الحادى عشر ، العدد الثانى ابريل – يوليو 2012، ص ص1-45 .
- ماجدة مراد ، تداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بدعم الوعي السياسى لدى الشباب المصرى الجامعى ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، العدد الثانى والأربعون ، أكتوبر/ديسمبر 2012، ص ص73-146²¹
- ²² Bakker,TomP.& Vreese,Claes H., Good News for the Future ?Young People, Internet Use and Political Participation, **Communication Research**,vol.38,no.4,2011,pp.451-471
- ²³ Seongyi,Yun&Woo-Young,Chang ,Political Participation of Teenagers in the Information Era, **Social Science Computer Review**,vol.29,no.2.2011,pp.242-249.
- محمود حمدى ، دور الإعلام البديل فى تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب : دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية ، **المؤتمر العلمى الدولى الخامس عشر " الإعلام والإصلاح"**:²⁴الواقع والتحديات ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 7-9 يوليو 2009 ، ص ص 1551-1605
- شيماء ذو الفقار ، دور وسائل الإعلام الاجتماعية فى التعبئة السياسية قبل ثورة 25 يناير ، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام** ، يناير يوليو 2011، ص ص 327-398²⁵
- ²⁶ Zhang , Weiwe et al , The Revolution will be networked: The Influence of Social Networking Sites on Political Attitudes and Behaviors, **Social Science Computer Review** ,vol.28,2010,pp.75-92.
- ²⁷ Lee , H.M,Effects of Internet Use on College Students' Political Efficacy, **Cyber psychology &Behavior**,vol.9,no.4,2006,pp.415-422.
- ²⁸ Pasek ,J.,More,E.&Romer,D.,Realizing The Social Internet: Online Social Networking Meets Offline Civic Engagement, **Journal of Information Technology & Politics**,2009
- ²⁹ Vitac,Jessica etal.,Poking People to Participate : Facebook and Political Participation in the2008 Elections ,Paper Presented at the **Annual Meeting of the International Communication Association** ,Chicago IL, May 23,2009 Available at:<http://www.allacademic.com7L3L2011>
- ³⁰ Kenski,K.& Stroud ,N.,Connection Between Internet Use and Political Efficacy, Knowledge and Participation ,**Journal of Broadcasting Electronic Media** ,vol.50,no.2,2006,pp.179-192.

- نها نبيل ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير 2011 ، دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوي ، 2012
- 31 رباب هاشم ، دور برامج الحوار التلفزيونية المقدمة بالقنوات الحكومية والخاصة في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو المشاركة السياسية بعد ثورة 25 يناير ، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* ، المجلد الحادي عشر ، العدد الأول ، يناير / مارس 2012 ، ص ص 467-429
- 33 نيرمين خضر ، اتجاهات الرأي العام المصري نحو الإخوان المسلمين بعد فوزهم في الانتخابات الرئاسية ، *المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر* ، الإعلام وثقافة الديمقراطية ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 23-25 إبريل 2013
- 34 رباب عبد الرحمن ، دور القنوات الفضائية المصرية الخاصة في تشكيل اتجاهات جمهور المتعلمين نحو أداء حزب الحرية والعدالة ، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام* ، العدد الثالث والأربعون يناير يونية 2013 ، ص ص 105-138
- 35 إيمان محمد حسني ، التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاهات التعصبية لدى الشباب المصري ، *المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر* ، الإعلام وثقافة الديمقراطية ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 23-25 إبريل 2013
- 36 سلوى سليمان ، العوامل المؤثرة على القرار الانتخابي : دراسة تطبيقية على الانتخابات التشريعية في مصر ما بعد الثورة ، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام* ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، عدد خاص ، سبتمبر 2012
- 37 رجاء الغمراوي ، التعرض للبرامج الحوارية ودورها في تكوين صورة ذهنية عن الأحزاب الدينية لدى الشباب الجامعي بعد ثورة 25 يناير ، *المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر* ، الإعلام وبناء الدولة الحديثة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 1-3 يوليو 2012
- 38 سلوى سليمان ، التسويق السياسي للأحزاب والجماعات السياسية المصرية : دراسة تطبيقية على الانتخابات التشريعية نوفمبر 2010 ، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* ، المجلد العاشر ، العدد الثالث يناير – يونيو 2011 ، ص ص 267-327
- 39 حنان لاشين ، دور قنوات الاتصال المباشر في تشكيل اتجاهات وسلوك الناخبين المصريين نحو الأحزاب والمرشحين السياسيين ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2009
- شيماء ذو الفقار ، العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية في التلفزيون والهوية الثقافية لدى الشباب المصري ، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام* ، العدد الثامن والأربعون ، يوليو – سبتمبر 2014 ، ص ص 73-140

41 McGwin,k&Yinjiao,Y.,Social Media and Subcultures :The Role of Facebook Use in Subcultural Identity, Paper presented at the **annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference**, Seattle,Washington ,May21,2014 available at:http://citation.allacademic.com/meta/p713589_index.html 30/7/2015

إيناس أبو يوسف ، الخطاب الصحفي المصري تجاه مستقبل هوية الدولة بعد ثورة يناير: دراسة تحليلية مقارنة بين الصحف الحزبية المصرية ، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام* ، العدد الثالث والأربعون ، 42، يناير –يونية 2013 ، ص ص 191-282 .

43 Dijck,Jose Van, “You have one Identity “:Performing the self on Facebook and LinkedIn ,**Media Culture &Society** ,vol.35 ,no.2,2013,pp.199-215

44 Sanderson,J.,From Loving the Hero to Despising the Villain ;Sports Fans ,Facebook and Social Identity Threat, **Mass Communication and Society** ,vol.16,2013,pp487-509

45 Vera,Slavtcheva,P.,I’m From Europe, but I’m not European, Television’s Influence on Children’s Identities, Paper Presented at the **annual meeting of**

the International Communication Association,Phoenix,AZ,May23,2012
available

at:http://citation.allacademic.com/meta/p550969_index.html30/7/2015

⁴⁶ Baker,V.,A generational Comparison of Social Networking Site Use :The
Influence of Age and Social Identity, **International Journal of Aging and
Human Development**,vol.74,2012,pp.163-187

⁴⁷ Baker,V.,Older Adolescents 'Motivations for Social Network Site Use: The
Influence of Gender ,Group Identity and Collective Self-Esteem, **Cyber
Psychology &Behavior** ,vol.12,2009,pp.203-209

⁴⁸ Abrams,J.R.&Giles,H.,Ethnic Identity Gratification Selection and Avoidance by
African Americans, **Media Psychology**,vol.9,2007,pp.115-134

⁴⁹ لمزيد من التفاصيل حول نظرية الاعتماد انظر :

حسن عماد مكاوى وليلى حسين السيد ، **الاتصال ونظرياته المعاصرة** ، ط9 ، القاهرة ، الدار المصرية
اللبنانية ، 2009 ، ص ص 333-314

Defleur,Melvin&Rokeach,Sandra,**Theories of Mass Communication**,4th ed.,
NewYork,Longman,1982,pp.241-242

Nankoong.Young,Dependency Theory: Concepts, Classifications and Criticisms,
International Area Studies Review ,vol.2, March 1999,pp.121-150

McCallun,Michael,The Dependency Theory of Mass Communication with
Australian Examples

Available at:academia.edu 9/5/2015

⁵⁰ د/ أحمد فاروق أستاذ العلاقات العامة والإعلان ،جامعة حلوان ، د/ شيماء سالم ، أستاذ العلاقات
العامة المساعد ، جامعة حلوان ، د/ رباب عبد الرحمن ، أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد، جامعة
حلوان

⁵¹ رباب عبد الرحمن هاشم ، دور القنوات التلفزيونية فى تشكيل صورة جهاز الشرطة لدى الجمهور
المصرى بعد 30 يونيو، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد
السابع والأربعون ، ابريل -يونيو 2014، ص ص313-346
هشام عطية ، مرجع سابق

⁵² هشام عطية ، مرجع سابق ، ص ص1-45

⁵³ هبة شاهين ، مصداقية القنوات التلفزيونية الإخبارية خلال الأزمات : دراسة حالة للتغطية الإعلامية
لثورة 25 يناير ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، المجلد
الحادى عشر ، العدد الأول يناير -مارس 2012، ص ص49-124

⁵⁴ نجوى الجزار ، دور شبكات الإعلام الاجتماعى فى تكوين الرأى العام نحو الإسلاميين : دراسة
تحليلية ، ورقة مقدمة للمؤتمر السنوى الثانى " إعلام الأزمات وأزمة الإعلام " 19-21مارس
2013 ، جامعة الأهرام الكندية ، كلية الإعلام ، 2013

⁵⁵ الشيماء العزب ، مرجع سابق

⁵⁶ نجوى الجزار ، مرجع سابق ، نيرمين خضر ، مرجع سابق

⁵⁷ رباب عبد الرحمن ، مرجع سابق ، ص ص105-138

⁵⁸ المرجع السابق نفسه ، ص ص 105-138

⁵⁹ سماح محمدى ، مرجع سابق ، عادل عبد الغفار ، مرجع سابق ، ص ص1-48

⁶⁰ رجاء الغمراوى ، مرجع سابق

⁶¹ Inas Abou Youssef,op.cit,pp.1-78

⁶² شيماء ذو الفقار ، مرجع سابق

63 الشيماء العزب ، مرجع سابق