

جامعة القاهرة

كلية الإعلام

قسم الصحافة

الشعارات السياسية في المواقع الاجتماعية وعلاقتها باتجاهات الشباب السياسية

دراسة مقارنة بين "25 يناير" و"30 يونيو"

رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام

إعداد

سامح محمد يوسف الشريف

إشراف

الأستاذ الدكتور/ شريف درويش اللبان

أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال

وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

كلية الإعلام – جامعة القاهرة

1437هـ / 2016 م



إهداء

إلى

أبي

أمي

زوجتي

بناتي سلمى، مي، مريم

مع خالص حبي

شكر وتقدير

أشكر الله سبحانه وتعالى المعبود بحق صاحب الفضل وأصل الحب على نعمه التي لا تعد ولا تحصى؛ فالحمد لله حمداً كثيراً مباركاً فيه أن يسر لي أمري فأتممت إنجاز هذه الرسالة بعونه وتوفيقه.

وانطلاقاً من قيمة الاعتراف بالفضل لذويه، يسرني أن أتقدم بالشكر الخالص إلى أستاذي الفاضل الأستاذ الدكتور/ **شريف درويش البان** أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة ووكيل الكلية لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة، الذي شرفني به مشرفاً على هذه الرسالة، فلم يبخل عليّ بعلمه الوفير ووقته الثمين، فكان لي المشعل الذي أرشدني وهداني إلى هذا العمل، فله مني كل الشكر والتقدير والامتنان.

كما أتوجه بالشكر والتقدير إلى أستاذتي الفاضلة الأستاذة الدكتورة/ **إيناس أبويوسف** الأستاذة بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة وعميدة كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية على تشريفها لي بمناقشة هذه الرسالة، والتي أتاحت لي الإفادة من خبرتها العلمية الواسعة منذ تتلمذت على يديها في مرحلة البكالوريوس أثناء الدراسة بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة وكذلك في السنة التمهيدية للماجستير، فلها مني كل الشكر والعرفان بالجميل.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير والعرفان إلى أستاذي الفاضل الأستاذ الدكتور/ **محمد السعيد إدريس** الخبير بمركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام على تفضله بقبول مناقشة هذه الرسالة، والذي أتاح لي الفرصة لكي أنهل من علمه الغزير والوفير في العلوم السياسية والاستراتيجية، فلك مني يا أستاذي العظيم كل الشكر والتقدير والحب والعرفان بالجميل.

وبكل الحب والإخلاص أتقدم بعميق شكري وامتناني إلى كل من ساعدني ولو بالنصيحة والتشجيع لإتمام هذا العمل فلهم مني كل الشكر والتقدير.

والله الموفق ، ، ،

الباحث

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ - د	فهرس المحتويات
هـ - و	فهرس الجداول
ز	فهرس الأشكال.....
3 - 1	مقدمة.....
44 - 4	الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة
8 - 5	مدخل.....
10 - 8	مشكلة الدراسة.....
11 - 10	أهمية الدراسة.....
11	أهداف الدراسة.....
36 - 11	الدراسات السابقة.....
37 - 36	الدراسة الاستطلاعية.....
38 - 37	تساؤلات الدراسة.....
39	فروض الدراسة.....
39	متغيرات الدراسة.....
40	نوع الدراسة.....
40	منهج الدراسة.....
41 - 40	أساليب التحليل.....
42 - 41	مجتمع الدراسة وعينتها.....
42	أدوات الدراسة.....
44 - 42	مفاهيم الدراسة.....
44	ملخص الفصل.....

الفصل الثاني

75 - 45

البيئة السياسية والاجتماعية لثورتي 25 يناير و30 يونيو

46	مدخل.....
61 - 47	حكم مبارك وعوامل قيام ثورة يناير.....
65 - 61	الحراك السياسي قبل عام 2011.....
68 - 65	قيام ثورة يناير وسمات المرحلة الانتقالية.....
72 - 68	حكم مرسي وعوامل قيام ثورة يونيو.....
75 - 72	30 يونيو وتداعياتها وتأسيس حكم جديد.....
75	ملخص الفصل.....

الفصل الثالث

127 - 76

الشعارات السياسية ودورها في الثورات المصرية

77	مدخل.....
84 - 78	مفهوم الشعار السياسي.....
89 - 84	سمات الشعار السياسي.....
108 - 90	مجالات الشعار السياسي.....
95 - 90	- الدعاية السياسية.....
99 - 95	- الحملات الانتخابية.....
108 - 99	- الحروب والثورات والتظاهرات.....
115 - 108	الشعار ولغة الخطاب السياسي.....
126 - 115	شعارات المواقع الاجتماعية وصناعة الثورات .. تحليل متعدد.....
127	ملخص الفصل.....

الفصل الرابع

171 - 128

نظرية التأطير وتطبيقاتها في إنتاج الشعارات السياسية

130 - 129	مدخل.....
132 - 131	نشأة نظرية التأطير ومراحل تطورها.....
139 - 132	مفهوم الأطر والتأطير واقترباته من مفهوم الشعار.....

145 - 139أنواع وتصنيفات الأطر
148 - 145وظائف واستخدامات الأطر
149 - 148عناصر ومكونات عملية التأطير
153 - 149فروض نظرية التأطير ومجالات استخدامها
158 - 153آليات التأطير وعلاقتها بعملية إنتاج الشعار
159 - 158خصائص الإطار الخبري
164 - 160نماذج عملية التأطير ومدى ملائمتها لعملية إنتاج الشعار
166 - 165تقويم نظرية التأطير
171 - 167تأطير الثورات المصرية وإنتاج الشعارات السياسية (نموذج مقترح)
171ملخص الفصل

الفصل الخامس

282 - 172

عرض وتحليل نتائج الدراسة التحليلية للشعارات السياسية

173مدخل
178 - 173الإجراءات المنهجية للدراسة
282 - 179نتائج تحليل خطاب الشعارات السياسية
189 - 179أولاً: الجوانب الشكلية للشعار السياسي
183 - 179- الأشكال الفنية للشعار
185 - 183- الأشكال التفاعلية للشعار
189 - 185- مصدر الشعار
282 - 189ثانياً: الجوانب الموضوعية للشعار السياسي
192 - 189- لغة الشعار
194 - 192- الأساليب اللغوية للشعار
196 - 194- الأساليب البلاغية للشعار
214 - 196- القضايا الرئيسية التي يطرحها الشعار
224 - 214- الطروحات الرئيسية التي يقدمها الشعار
230 - 224- الشخصيات الرئيسية الواردة في الشعار
234 - 230- الاستمالات المستخدمة
240 - 235- نوع الإطار المرجعي المستخدم

244 - 240 طبيعة الإطار المرجعي المستخدم
262 - 244 الأطر الرئيسة والفرعية للشعار
270 - 262 الدور الوظيفي الذي يؤديه الشعار
282 - 270 النمط الأيديولوجي للشعار
282 ملخص الفصل

الفصل السادس

347-283

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية على الشباب المصري

284 مدخل
292 - 284 الإجراءات المنهجية للدراسة
347 - 292 نتائج الدراسة الميدانية
308 - 292 المحور الأول: أنماط تعرض الشباب المصري للمواقع الاجتماعية
316 - 308 المحور الثاني: دور المواقع الاجتماعية في المشاركة السياسية للشباب المصري..
324 - 317 المحور الثالث: استخدامات الشباب المصري للمواقع الاجتماعية في أحداث 25 يناير و 30 يونيو
338 - 325 المحور الرابع: علاقة الشباب بالشعارات السياسية لأحداث 25 يناير و 30 يونيو في المواقع الاجتماعية
347 - 339 المحور الخامس: الاتجاهات السياسية للشباب المصري
347 ملخص الفصل

الفصل السابع

377 - 348

عرض وتحليل مقاييس الدراسة الميدانية واختبار الفروض

349 مدخل
364 - 349 مقاييس الدراسة ومنهجية قياسها
377 - 365 اختبار فروض الدراسة
377 ملخص الفصل
411-378 خاتمة الدراسة
460 - 412 مصادر الدراسة ومراجعها
500 - 461 ملاحق الدراسة

فهرس الجداول

الصفحة	موضوع الجدول	جدول رقم
39	توزيع متغيرات الدراسة على اختبار الفروض	1
284	مقدار التغير في الحد الأدنى لحجم العينة باستخدام طريقة كريجسي ومورقان لمجتمع كبير الحجم (100000 فأكثر) بناءً على تغيير مقدار هامش الخطأ في التقدير ومستوى الثقة	2
288-286	خصائص عينة الدراسة	3
292	معدل استخدام المبحوثين للمواقع الاجتماعية	4
294	الوقت المستغرق عند استخدام المواقع الاجتماعية	5
295	أكثر فترة يفضل المبحوثون استخدام المواقع الاجتماعية بها	6
297	الوسيلة التي يستخدمها المبحوثون عند الدخول إلى المواقع الاجتماعية	7
298	المواقع الاجتماعية التي يفضل المبحوثون متابعتها	8
300	دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الاجتماعية	9
302	معدلات استخدام الأنشطة التي توفرها المواقع الاجتماعية من جانب المبحوثين	10
304	علاقة المبحوثين بالمواقع الاجتماعية	11
306	القضايا والموضوعات التي يهتم المبحوثون بمتابعتها في المواقع الاجتماعية	12
307	الصفحات التي يهتم المبحوثون بمتابعتها عند تصفح المواقع الاجتماعية	13
308	مدى تلبية الدعوات الموجهة للمبحوثين للمشاركة السياسية عبر المواقع الاجتماعية	14
311	الأنشطة السياسية التي شارك فيها المبحوثون استجابة لدعوات المواقع الاجتماعية	15
313	أهداف الأنشطة التي شارك فيها المبحوثون استجابة لدعوات المواقع الاجتماعية	16
315	أسباب عدم استجابة المبحوثين لدعوات المواقع الاجتماعية بالمشاركة في أنشطة سياسية	17
317	معدلات اعتماد المبحوثين على المواقع الاجتماعية في أحداث 25 يناير وتداعياتها	18
319	معدلات اعتماد المبحوثين على المواقع الاجتماعية في 30 يونيو وتداعياتها	19
321	الصفحات والمجموعات والقنوات التي تابع المبحوثون من خلالها 25 يناير وتداعياتها	20
323	الصفحات والمجموعات والقنوات التي تابع المبحوثون من خلالها 30 يونيو وتداعياتها	21
325	مدى متابعة المبحوثين للشعارات السياسية التي تقدمها المواقع الاجتماعية	22
327	الشعارات السياسية التي تابعها المبحوثون على المواقع الاجتماعية	23
329	مدى مشاركة المبحوثين في إضافة الشعارات السياسية في المواقع الاجتماعية	24

الصفحة	موضوع الجدول	جدول رقم
332	الشعارات السياسية التي قام المبحوثون بإضافتها على المواقع الاجتماعية	25
334	دوافع قيام المبحوثين بإضافة الشعارات السياسية في المواقع الاجتماعية	26
335	سلوكيات المبحوثين حيال الشعارات السياسية المنشورة في المواقع الاجتماعية	27
337	السلوك الذي يقوم به المبحوثون حال رؤيتهم شعارات سياسية متعارضة مع توجهاتهم	28
339	أساليب المطالبة بحقوق جماعات الضغط ومنظمات المجتمع المدني والأحزاب	29
341	اتجاهات المبحوثين نحو الشعارات السياسية لحدثي 25 يناير و30 يونيو وتداعياتهما	30
344	اتجاهات المبحوثين نحو الشأن السياسي ومواقف الأطراف الفاعلة	31
350	مقياس كثافة استخدام المبحوثين للمواقع الاجتماعية	32
351	مقياس انغماس المبحوثين في المواقع الاجتماعية	33
353	مقياس الاعتماد على المواقع الاجتماعية في أحداث 25 يناير	34
354	مقياس الاعتماد على المواقع الاجتماعية في أحداث 30 يونيو	35
356	مقياس المشاركة السياسية للمبحوثين والاقتصادية	36
357	مقياس متابعة المبحوثين للشعارات السياسية	37
358	مقياس اهتمام المبحوثين بإضافة الشعارات السياسية	38
360	مقياس تقبل الاختلاف السياسي للمبحوثين	39
361	مقياس اتجاهات المبحوثين نحو شعارات 25 يناير	40
362	مقياس اتجاهات المبحوثين نحو شعارات 30 يونيو	41
364	مقياس اتجاهات المبحوثين السياسية	42
365	معامل جاما لدلالة الارتباط بين كثافة استخدام المواقع الاجتماعية ومستويات المشاركة السياسية	43
366	معامل سبيرمان لدلالة الارتباط بين استخدام المواقع الاجتماعية ومستويات تقبل الاختلاف السياسي	44
368	معامل بيرسون لدلالة الارتباط بين اتجاهات الشباب نحو الشعارات وبين اتجاهاتهم السياسية	45
370	معامل بيرسون لدلالة الارتباط بين اتجاهات الشباب نحو الشعارات وبين اتجاهاتهم السياسية	46
371	اختبار التحليل الانحداري لتأثير استخدام المواقع الاجتماعية على اتجاهات الشباب السياسية	47
373	اختبار التحليل الانحداري لتأثير الاعتماد على المواقع الاجتماعية على الاتجاهات نحو الشعارات	48
374	اختبار التحليل الانحداري لتأثير الاعتماد على المواقع الاجتماعية على الاتجاهات نحو الشعارات	49
376-375	اختبار الفروق بين المبحوثين في معدل استخدامهم للمواقع الاجتماعية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية	50

فهرس الأشكال التوضيحية

الصفحة	موضوع الشكل	شكل رقم
160	نموذج شلال شبكة التنشيط لـ Entman	1
162	نموذج Scheufele لعملية التأطير	2
163	نموذج Goffman للتأطير	3
164	نموذج Chyi & McCombs	4
168	نموذج مقترح لإنتاج الشعار السياسي	5

مقدمة

في ظل الهيمنة على المشهد الإعلامي، الذي تحوّلت معظم وسائله إلى أدوات لخدمة أجندة ملائكتها، وتعمل في إطار سياساتهم الإعلامية، ظهرت أهمية المواقع الاجتماعية، التي باتت وسيلة تواصل أساسية، تتيح التعبير عن الآراء وتبادل المعلومات والمشاركة في توجيه الأحداث، ولم يقتصر استخدامها وتوظيفها على فئات الجماهير المختلفة؛ بل امتد إلى مختلف القوى والمؤسسات السياسية والفكرية، الرسمية والأهلية، لتصبح أحد أهم محركات التفاعل مع الأحداث الجارية والقضايا العامة وإنتاج محتوى إعلامي بديل يعبر عن خطاب الجماهير إلى جانب خطاب المؤسسات المختلفة.

ومع بدء التحولات التي اجتاحت العالم العربي في نهاية عام 2010، والتي لا تزال تفاعلاتها مستمرة حتى الآن، وبالتزامن مع ما شهدته الدولة المصرية من تغيرات سياسية واجتماعية منذ أحداث الخامس والعشرين من يناير مروراً بأحداث الثلاثين من يونيو وتداعياتها؛ كان للمواقع الاجتماعية دوراً مهماً في هذه الأحداث، حيث أنها لم تشكل فقط حلقة وصل بين الجماهير لتبادل المعلومات والخبرات بشأن ما يجري من أحداث؛ لكنها أصبحت أيضاً تمارس دور تجميع الكتلة الحرجة Critical Mass من خلال تشجيع الحشود وتشكيل اتجاهات الجماهير.

وكانت الشعارات السياسية من أهم المحتويات الإعلامية البديلة التي روجتها المواقع الاجتماعية وساهمت في انتشارها وزيادة تأثيرها في كل من العالم الحقيقي والافتراضي في مصر، فالشعارات السياسية في هذه الأحداث لم تكن مجرد تلفظ لغوي ناقل لرسالة سياسية واجتماعية معينة؛ بل كانت فعلاً سياسياً مكنّ من إنتاج أفعال ملموسة على أرض الواقع، وساهم في تشكيل وعي جديد في صفوف الجمهور مُنتجاً كان أم مستهلكاً أم مروجاً، وتعديل موازين القوى بين الجمهور والسلطة.

ومن ثم، يتركز موضوع هذه الدراسة في تحليل خطاب الشعارات السياسية التي قدمتها المواقع الاجتماعية في الخامس والعشرين من يناير وتداعياتها حتى انتخاب أول رئيس منتخب بعد 2011، وفي الثلاثين من يونيو وتداعياتها حتى انتخاب ثاني رئيس منتخب، وكذلك دراسة السلوك الاتصالي للشباب المصري من حيث علاقته بالمواقع الاجتماعية من جهة، وعلاقته بالشعارات السياسية المقدمة في هذه المواقع من جهة أخرى، والدور الذي يمارسه الشباب المصري إزاء الشعارات السياسية سواء أكان مُنتجاً لها أو مستهلكاً أو مروجاً للشعارات عبر هذه المواقع، ودور هذه المواقع كفضاء رقمي جديد للعمل السياسي وإنتاج المضامين السياسية، ومنها

الشعارات السياسية، ودور الشعارات السياسية المقدمة في المواقع الاجتماعية في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الأحداث، وخاصة الخامس والعشرين من يناير والثلاثين من يونيو.

وقد اشتملت هذه الدراسة على سبعة فصول وخاتمة ومراجع وملاحق، حيث اشتمل الفصل الأول على الإطار المنهجي للدراسة، بما يشمل من مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها واستعراض الدراسات السابقة وتساؤلات الدراسة وفروضها ومتغيراتها، إلى جانب نوع ومنهج ومجتمع وعينة الدراسة وأدواتها وأساليب التحليل ومفاهيم الدراسة.

وتتناول الفصل الثاني البيئة السياسية والاجتماعية لكل من ثوري الخامس والعشرين من يناير والثلاثين من يونيو، من حيث مقدماتهما والأسباب التي أدت إلى وقوعهما والتداعيات التي نتجت عنهما.

واشتمل الفصل الثالث على الإطار المعرفي للدراسة، والمتمثل في الشعارات السياسية، حيث يعرض الفصل لمفاهيم الشعار وسمات الشعار السياسي ومجالاته وعلاقته بلغة الخطاب السياسي ودور شعارات المواقع الاجتماعية في الثورات المصرية.

أما الفصل الرابع فيعرض الإطار النظري للدراسة، والمتمثل في نظرية التأطير، حيث يقدم النشأة التاريخية للنظرية ومراحل تطورها، ومفهوم الأطر والتأطير وجوانب الاتفاق والاختلاف بين مفهوم الإطار ومفهوم الشعار، وأنواع وتصنيفات الأطر ووظائفها واستخداماتها وعناصر ومكونات عملية التأطير، وفروض النظرية ومجالات استخدامها وآليات التأطير وعلاقتها بعملية إنتاج الشعار، ونماذج عملية التأطير ومدى ملاءمتها لعملية إنتاج الشعار، مع تقديم نموذج مقترح لإنتاج الشعار السياسي.

أما الفصول من الخامس إلى السابع، فيعرضون الإطارين الإجرائي والتطبيقي للدراسة، حيث يشتمل الفصل الخامس على عرض وتحليل لإجراءات ونتائج الدراسة التحليلية للشعارات السياسية المقدمة في المواقع الاجتماعية، أما الفصل السادس فيعرض لإجراءات ونتائج الدراسة الميدانية على الشباب المصري، في حين يقدم الفصل السابع عرضاً وتحليلاً لمقاييس الدراسة ومنهجية قياسها، ونتائج اختبار فروض الدراسة.

وتختتم الدراسة بعرض خاتمة تشتمل على مناقشة نتائج الدراسة، وتعرض مقترحات الدراسة، وما تثيره من دراسات مستقبلية، ثم مصادر الدراسة ومراجعتها وملاحقها.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

ويشتمل على :

- مدخل.
- مشكلة الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- الدراسات السابقة.
- الدراسة الاستطلاعية.
- تساؤلات الدراسة.
- فروض الدراسة.
- متغيرات الدراسة.
- نوع الدراسة.
- منهج الدراسة.
- مجتمع وعينة الدراسة.
- أدوات الدراسة.
- أساليب التحليل.
- مفاهيم الدراسة.