

جامعة القاهرة

كلية الإعلام

قسم الصحافة

الشعارات السياسية في الواقع الاجتماعي وعلقتها 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 اللبناني

أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال

وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

1437هـ / 2016م



إهداء

إلى

أبي

أمّي

زوجتني

بناتي سلمى، مي، مريم

مع خالص حبّي

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 أستاذى الفاضل الأستاذ الدكتور / **شريف درويش اللبناني** أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة ووكيل الكلية لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة، الذي شرفت به مشرفاً على هذه الرسالة، فلم يبخّل 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 أستاذى الفاضل الأستاذة الدكتورة / **إيناس أبو يوسف** الأستاذ 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 أستاذى 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، فلذلك مني يا أستاذى 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
ه - 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	فرضيات الدراسة.....
39	متغيرات الدراسة.....
40	نوع الدراسة.....
40	منهج الدراسة.....
41 - 40	أساليب التحليل.....
42 - 41	مجتمع الدراسة وعيتها.....
42	أدوات الدراسة.....
44 - 42	مفاهيم الدراسة.....
44	ملخص الفصل.....

الفصل الثاني

75 - 45

البيئة السياسية والاجتماعية لثوري 25 يناير و 30 يونيو

46	مدخل.
61 - 47	حكم مبارك وعوامل قيام ثورة يناير.
65 - 61	الحرك 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 الواقع الاجتماعية وصناعة الثورات .. تحليل متعدد.
127	ملخص الفصل.

الفصل الرابع

171 - 128

نظرية التأثير وتطبيقاتها في إنتاج الشعارات السياسية

130 - 129	مدخل.
132 - 131	نشأة نظرية التأثير ومراحل تطورها.
139 - 132	مفهوم الأطر والتأثير واقتراباته من مفهوم الشعار.

145 - 139	أنواع وتصنيفات الأطر.....
148 - 145	وظائف واستخدامات الأطر.....
149 - 148	عناصر ومكونات عملية التأطير.....
153 - 149	فروض نظرية التأطير و مجالات استخدامها.....
158 - 153	آليات التأطير وعلاقتها بعملية إنتاج الشعار.....
159 - 158	خصائص الإطار الخبري.....
164 - 160	نماذج عملية التأطير ومدى ملاءمتها لعملية إنتاج الشعار.....
166 - 165	تقسيم نظرية التأطير.....
171 - 167	تأثير الثورات المصرية وإنتاج الشعارات السياسية (نموذج مقترن)
171	ملخص الفصل.....

الفصل الخامس

عرض وتحليل نتائج الدراسة التحليلية للشعارات السياسية

173	مدخل.....
178 - 173	الإجراءات المنهجية للدراسة.....
282 - 179	نتائج تحليل خطاب الشعارات السياسية.....
189 - 179	أولاً: الجوانب الشكلية للشعار السياسي.....
183 - 179	- الأشكال الفنية للشعار.....
185 - 183	- الأشكال التفاعلية للشعار.....
189-185	- مصدر الشعار.....
282 - 189	ثانياً: 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	- الاستعمالات المستخدمة.....
240 - 235	- نوع الإطار المرجعي المستخدم.....

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

الفصل السادس

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية على الشباب المصري

347-283 مدخل
284 الإجراءات المنهجية للدراسة
292 - 284 نتائج الدراسة الميدانية
347 - 292	- المحور الأول: أنماط تعرّض الشباب المصري للموقع الاجتماعية
308 - 292	- المحور الثاني: دور الموقف الاجتماعية في المشاركة السياسية للشباب المصري
316 - 308	- المحور الثالث: استخدامات الشباب المصري للموقع الاجتماعية في أحداث 25 يناير و 30 يونيو
324 - 317	- المحور الرابع: علاقة الشباب بالشعارات السياسية لأحداث 25 يناير و 30 يونيو في الموقف الاجتماعية
338 - 325	- المحور الخامس: الاتجاهات السياسية للشباب المصري
347 - 339 ملخص الفصل
347	

الفصل السابع

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 للموقع الاجتماعية	4
294	الوقت المستغرق عند استخدام الموقع الاجتماعية	5
295	أكبر فترة يفضل المبحوثون استخدام الموقع الاجتماعية بها	6
297	الوسيلة التي يستخدمها المبحوثون عند الدخول إلى الموقع الاجتماعية	7
298	الموقع الاجتماعية التي يفضل المبحوثون متابعتها	8
300	دافع استخدام المبحوثين للموقع الاجتماعية	9
302	معدلات استخدام الأنشطة التي توفرها الموقع الاجتماعية من جانب المبحوثين	10
304	علاقة المبحوثين بالموقع الاجتماعية	11
306	القضايا والمواضيع التي يهتم المبحوثون بمتابعتها في الموقع الاجتماعية	12
307	الصفحات التي يهتم المبحوثون بمتابعتها عند تصفح الموقع الاجتماعية	13
308	مدى تلبية الدعوات الموجهة للمبحوثين للمشاركة السياسية عبر الموقع الاجتماعية	14
311	الأنشطة السياسية التي شارك فيها المبحوثون استجابة لدعوات الموقع الاجتماعية	15
313	أهداف الأنشطة التي شارك فيها المبحوثون استجابة لدعوات الموقع الاجتماعية	16
315	أسباب عدم استجابة المبحوثين لدعوات الموقع الاجتماعية بالمشاركة في أنشطة سياسية	17
317	معدلات اعتماد المبحوثين على الموقع الاجتماعية في أحداث 25 يناير وتداعياتها	18
319	معدلات اعتماد المبحوثين على الموقع الاجتماعية في 30 يونيو وتداعياتها	19
321	الصفحات والمجموعات والقوتات التي تابع المبحوثون من خلالها 25 يناير وتداعياتها	20
323	الصفحات والمجموعات والقوتات التي تابع المبحوثون من خلالها 30 يونيو وتداعياتها	21
325	مدى متابعة المبحوثين للشعارات السياسية التي تقدمها الموقع الاجتماعية	22
327	الشعارات السياسية التي تابعها المبحوثون على الموقع الاجتماعية	23
329	مدى مشاركة المبحوثين في إضافة الشعارات السياسية في الموقع الاجتماعية	24

الصفحة	موضع الجدول	جدول رقم
332	الشعارات السياسية التي قام المبحوثون بإضافتها على الواقع الاجتماعية	25
334	دافع قيام المبحوثين بإضافة الشعارات السياسية في الواقع الاجتماعية	26
335	سلوكيات المبحوثين حيال الشعارات السياسية المنشورة في الواقع 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 لحدى 25 يناير و30 يونيو وتداعياتهما	30
344	اتجاهات المبحوثين نحو الشأن السياسي ومواقف الأطراف الفاعلة	31
350	مقاييس كثافة استخدام المبحوثين للمواقع الاجتماعية	32
351	مقاييس انغماس المبحوثين في الواقع الاجتماعية	33
353	مقاييس الاعتماد على الواقع الاجتماعية في أحداث 25 يناير	34
354	مقاييس الاعتماد على الواقع الاجتماعية في أحداث 30 يونيو	35
356	مقاييس المشاركة السياسية للمبحوثين والاقتصادية	36
357	مقاييس متابعة المبحوثين للشعارات السياسية	37
358	مقاييس اهتمام المبحوثين بإضافة الشعارات السياسية	38
360	مقاييس قبل الاختلاف السياسي للمبحوثين	39
361	مقاييس اتجاهات المبحوثين نحو شعارات 25 يناير	40
362	مقاييس اتجاهات المبحوثين نحو شعارات 30 يونيو	41
364	مقاييس اتجاهات المبحوثين السياسية	42
365	معامل جاما لدالة الارتباط بين كثافة استخدام المواقع الاجتماعية ومستويات المشاركة السياسية	43
366	معامل سبيرمان لدالة الارتباط بين استخدام المواقع الاجتماعية ومستويات قبل الاختلاف السياسي	44
368	معامل بيرسون لدالة الارتباط بين اتجاهات الشباب نحو الشعارات وبين اتجاهاتهم السياسية	45
370	معامل بيرسون لدالة 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 الديموغرافية	50

فهرس الأشكال التوضيحية

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

مقدمة

في ظل الهيمنة على المشهد الإعلامي، الذي تحولت معظم وسائله إلى أدوات لخدمة أجندات ملاكها، 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 للموقع 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 الكثرة الحرجية Critical Mass من خلال تشجيع الحشود وتشكيل اتجاهات الجماهير.

وكانت الشعارات السياسية من أهم المحتويات الإعلامية البديلة التي روّجتها الموقع الاجتماعي 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 مكّن منتجيه من إنجاز أفعال ملموسة على أرض الواقع، وساهم في تشكيلوعي جيد في صفوف الجمهور مُنتجاً كان أم مستهلكاً أم مرّجاً، وتعديل موازين القوى بين الجمهور والسلطة.

ومن ثم، يتركز موضوع هذه الدراسة في تحليل خطاب الشعارات السياسية التي قدمتها الموقع 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 بالموقع الاجتماعية من جهة، وعلاقته بالشعارات السياسية المقدمة في هذه الموقع من جهة أخرى، والدور الذي يمارسه الشباب المصري إزاء الشعارات السياسية سواء أكان مُنتجاً لها أو مستهلكاً أو مرّجاً للشعارات عبر هذه الموقع، ودور هذه الموقع كفضاء رقمي جديد للعمل السياسي وإنتاج المضامين السياسية، ومنها

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

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

وتتناول الفصل الثاني البيئة السياسية والاجتماعية لكل من ثورتي الخامس والعشرين من يناير والثلاثين من يونيو، من حيث مقدماتها وأسباب التي أدت إلى وقوعهما والتداعيات التي نتجت عنها.

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

أما الفصل الرابع فيعرض الإطار النظري للدراسة، والمتمثل في نظرية التأثير، حيث يقدم النسأة التاريخية للنظرية ومراحل تطورها، ومفهوم الأطر والتأثير وجوانب الاتفاق والاختلاف بين مفهوم الإطار ومفهوم الشعار، وأنواع وتصنيفات الأطر ووظائفها واستخداماتها وعناصر وتكوينات عملية التأثير، وفرض النظرية و المجالات استخدامها وآليات التأثير وعلاقتها بعملية إنتاج الشعار، ونماذج عملية التأثير ومدى ملاءمتها لعملية إنتاج الشعار، مع تقديم نموذج مقترن لإنتاج الشعار السياسي.

أما الفصول من الخامس إلى السابع، فيعرضون الإطارات الإجرائي والتطبيقي للدراسة، حيث يشتمل الفصل الخامس على عرض وتحليل لإجراءات ونتائج الدراسة التحليلية للشعارات السياسية المقدمة في الواقع 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 مقترنات الدراسة، وما تشيره من دراسات مستقبلًا، ثم مصادر الدراسة ومراجعها وملحقها.

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.