

جامعة القاهرة

كلية الإعلام

قسم الإذاعة والتلفزيون

دراسة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام بعنوان:

التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري
(دراسة مقارنة)

إعداد:

آية محمد علي محمد علي

المعيدة بقسم الإذاعة والتلفزيون

إشراف:

أ.د. شيماء ذو الفقار زغيب

الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون

مايو ٢٠١٧

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(إِنْ يَنْصُرْكُمُ اللَّهُ فَلَا غَالِبَ لَكُمْ وَإِنْ يَخْذُلْكُمْ فَمَنْ ذَا الَّذِي يَنْصُرْكُمْ مِنْ بَعْدِهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَلْتَئِمُ بِالْمُؤْمِنِينَ)
"صدق الله العظيم"

(سورة آل عمران: آية ١٦٠).

شكر وتقدير

الحمد لله - عز وجل - كما يليق بعظمته ورحمته وجلال وجهه وعظيم كرمه، أسجد له سبحانه شكرًا وحمدًا على إعانتة لي لإنجاز هذا العمل الذي أرجو أن يكون خالصًا لوجهه الكريم، ولا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير لأستاذتي وقدوتي ومعلمتي ومن أسير على دربها، الأستاذة الدكتورة شيماء ذو الفقار أستاذ الإعلام بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة؛ فقد منحتني الثقة في نفسي في أحلك اللحظات، وأولتني عظيم رعايتها، وساندتني ودعمتني نفسيًا ومعنويًا لكي أقدم الرسالة في أفضل صورة ممكنة، وكانت لي نبراسًا أهدى الطريق من خلاله، ولم تبخل علي بوقتها ولا بعلمها، فجزاها الله عني خير الجزاء، وأسأل الله العظيم رب العرش العظيم أن أكون على قدر ثقتها الغالية التي منحتني إياها.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير للأم والقلب الحنون وأيقونة قسم الإذاعة والتلفزيون الأستاذة الدكتورة منى سعيد الحديدي أستاذ الإعلام المتفرغ بقسم الإذاعة والتلفزيون على تشريفها لي بالموافقة على مناقشة الرسالة، وهي دائمًا تمثل روح الأمل والإبداع والدعم لكل طلابها والأجيال التي تتلمذت على يديها.

وأنتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير للأستاذ الدكتور أحمد يوسف أحمد أستاذ العلوم السياسية المتفرغ بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة القاهرة، وعميد معهد البحوث والدراسات العربية السابق على موافقته على مناقشة الرسالة.

والى أُمي الحبيبة الغالية أنتقدم بأسمى آيات الود والعرفان وخالص الشكر والتقدير -يرحمها الله- كما أرفع أكف الضراعة مبتهلة إلى الله أن يتغمد أُمي بواسع رحمته وعظيم مغفرته، وهي قد رحلت بجسدها، لكن حبها وعطاءها وما غرسته في نفسي من حب العلم ظل باقيا، فجزاها الله عني خيرًا، ولعل هذا يكون علمًا ينتفع به في ميزان حسناتها.

وأشكر أبي وصديقي العزيز الذي طالما ساندني وشجعني ومنحني كل المساعدات الممكنة، ووضع خطواتي على أول الطريق، فحفظه الله لي، وأهدي له ثمرة سنوات عجاف.. لعلها البداية.

وأشكر أختي الصغيرة آلاء التي تحملت غيابي وفترات انشغالي عنها حماها الله وحفظها لي.

وأشكر صديقتي العزيزة جهاد حجاج وصديقتي ضحى السيد على دعمهم، وتشجيعهم الدائم حفظهم الله لي.

وأشكر د. فاطمة أبو الحسن على معاونتها لي في إتمام الجزء الإحصائي في الرسالة فجزاها الله عني خيرًا.

كما أتقدم بجزيل الشكر لكل من: (محمد حامد، محمود التلينى، ريهام سامي، إسلام أحمد، منى ياسر، نجوى رضا، صابرين عبد الحكيم، أ. نوال أبو هشيمة، شاهدة عاطف، أ. قرني) على معاونتهم لي في توزيع الاستمارات على المبحوثين، وفي الختام أتقدم أيضًا بجزيل الشكر والتقدير لكل من قدم لي مساعدة وأضاء شمعة لإتمام الرسالة، وكل من اشتركوا تطوعًا في مجموعات النقاش المركزة، فلهم مني محبتى وتقديري.

إهداء لكل من اختار طريق العلم والمعرفة

سر في طريقك لا تهابُ ليثًا عابسًا فالخيرُ في إمرء اقتحم الحياة دون جذع أو مهابة

ولا تقلق بشأن من ترك يديك وأرهبك فالنفسُ ترقى حين تخوض حروبًا مستعصية

ولا تخش طريقًا قل فيه السائرون فالله يؤنس وحشتك وينصرنك ولو بعد حين

وكم من منافق يقترف باسم الوفاء ذنبًا وحاشا لله أن يشترك الوفاء في هذا الإثم

وكلما اقترب وحش اليأس لالتهامك أعطه ظهرك وقاوم إياك إياك المهانة

فالأمس استغرق نبيحًا وشكوى واليوم وقت العمل والغد شهوة انتصار إياك إياك الهوان

بقلم:

آية محمد علي

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	أولاً: قائمة الموضوعات
١	مقدمة الدراسة
٣	الفصل الأول: الإطار النظري والمنهجي
٤	تمهيد
٥	أولاً: مشكلة الدراسة
٥	ثانياً: أهمية الدراسة
٦	ثالثاً: أهداف الدراسة
٧	رابعاً: الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة
٣٢	خامساً: الإطار النظري
٣٢	أ. نظرية التهيئة المعرفية
٣٥	ب. فرضية جامسون Gamson
٤٠	سادساً: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية والكيفية
٤٠	فروض الدراسة الميدانية
٤٠	تساؤلات الدراسة الميدانية
٤١	متغيرات الدراسة
٤٢	نوع الدراسة
٤٣	منهج الدراسة
٤٣	أدوات جمع البيانات
٤٤	مجتمع الدراسة
٤٤	حجم ونوع عينة الدراسة

٤٩	الإجراءات المنهجية للدراسة الكيفية
٤٩	تساؤلات الدراسة الكيفية
٤٩	الخطوات التي تم اتباعها أثناء تنفيذ المجموعات
٥٠	عينة الدراسة الكيفية
٥١	مفاهيم الدراسة
٥٣	التعريفات الإجرائية ومنهجية القياس
٦٥	أساليب قياس المتغيرات
٦٦	المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة
٦٧	الفصل الثاني: الثقة السياسية والتأثيرات السياسية لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة
٦٨	تمهيد
٦٩	المبحث الأول: ماهية الثقة السياسية والمفاهيم المرتبطة بها
٦٩	أولاً: المقصود اللغوي بمفهوم الثقة.
٧٢	ثانياً: مكونات مفهوم الثقة.
٧٣	ثالثاً: أبعاد مفهوم الثقة.
٧٤	رابعاً: تعريف الثقة السياسية والمفاهيم المرتبطة بها.
٧٩	خامساً: الاتجاهات البحثية في دراسات الثقة السياسية.
٨٦	سادساً: النخبة السياسية وعلاقتها بمستوى الثقة السياسية في مصر.
٩٣	سابعاً: الثقة السياسية والفئات المهمشة.
٩٧	ثامناً: وسائل الإعلام والثقة السياسية.
١٠٢	المبحث الثاني: التأثيرات السياسية لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة

١٠٣	أولاً: التأثيرات السياسية لوسائل الإعلام التقليدية وبخاصة التلفزيون .
١٠٥	ثانياً: التأثيرات السياسية لوسائل الإعلام الحديثة وبخاصة فيس بوك وتويتر .
١١٢	المبحث الثالث: وسائل الإعلام التقليدية والحديثة بين التكاملية والتنافس
١١٢	أولاً: المراحل التي مرّ بها متلقي وسائل الإعلام التقليدية والحديثة.
١١٥	ثانياً: طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة.
١١٨	ثالثاً: مفهوم التلفزيون الاجتماعي Social TV.
١٢١	رابعاً: إشكالية الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
١٢٢	الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية والكيفية
١٢٣	تمهيد
١٢٤	المبحث الأول: النتائج العامة للدراسة الميدانية
١٦٠	المبحث الثاني: نتائج اختبار فروض الدراسة
١٧٧	المبحث الثالث: نتائج الدراسة الكيفية
١٩٣	الخلاصة وأهم النتائج والمقترحات
٢٠٣	قائمة المراجع
٢٣٢	ملاحق الدراسة
رقم الصفحة	ثانياً: قائمة الجداول
٣٧	جدول رقم (١) العلاقة بين الثقة والكفاءة السياسية والمشاركة السياسية.
٣٨	جدول رقم (٢) العلاقة بين الثقة في الحكومة والكفاءة السياسية.
٤١	جدول رقم (٣) متغيرات الدراسة.
٤٥	جدول رقم (٤) خصائص عينة الدراسة.
٥٥	جدول رقم (٥) عوامل بناء الثقة في المؤسسات السياسية.
٥٦	جدول رقم (٦) عوامل انعدام الثقة في الحكومة ومجلس النواب.
٥٦	جدول رقم (٧) عوامل انعدام الثقة في الأحزاب السياسية.

٥٨	جدول رقم (٨) عوامل عدم جدارة الآخرين بالثقة.
٥٨	جدول رقم (٩) عوامل جدارة الآخرين بالثقة.
٥٩	جدول رقم (١٠) تصرف الناس في مواقف تضارب المصالح مع المبادئ.
٦٣	جدول رقم (١١) فاعلية الأفراد في العمل السياسي.
٦٣	جدول رقم (١٢) التعبير عن الرأي السياسي في الواقع أو الواقع الافتراضي.
٦٥	جدول رقم (١٣) أسئلة قياس المتغيرات.
٧٩	جدول رقم (١٤) أنواع ومصادر وأهداف التأييد السياسي.
١٢٧	جدول رقم (١٥) ترتيب المواقع الأكثر استخدامًا لدى عينة الدراسة.
١٢٩	جدول رقم (١٦) معدل استخدام تويتر على مدار اليوم.
١٣١	جدول رقم (١٧) معنوية الاختلاف بين الذكور والإناث في متوسطات حجم التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي.
١٣٣	جدول رقم (١٨) معنوية الاختلاف بين المستويات التعليمية المختلفة في متوسطات حجم التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية وحجم التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.
١٣٥	جدول رقم (١٩) استخدام المبحوثين للتلفزيون الاجتماعي Social TV .
١٣٦	جدول رقم (٢٠) الوسائل والأشكال الإعلامية التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات السياسية.
١٤٢	جدول رقم (٢١) الاختلاف في متوسطات التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية والتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بين مستويات الثقة في الحكومة.
١٤٣	جدول رقم (٢٢) الاختلاف في متوسطات التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية والتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بين مستويات الثقة في مجلس النواب.
١٤٥	جدول رقم (٢٣) الاختلاف في متوسطات التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية والتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بين مستويات الثقة في الأحزاب السياسية.
١٥٠	جدول رقم (٢٤) المشاركة السياسية غير التقليدية والنوع.
١٥٢	جدول رقم (٢٥) الفروق بين الذكور والإناث من حيث نسبة المشاركة السياسية.
١٥٤	جدول رقم (٢٦) المشاركة السياسية عبر الفيس بوك.
١٥٥	جدول رقم (٢٧) جدارة الآخرين بالثقة.
١٧٤	جدول رقم (٢٨) نتائج اختبار الانحدار الخطي للعلاقة بين المتغيرات الإعلامية والسياسية والديموغرافية ومستوى الثقة السياسية.

ثالثًا: قائمة الأشكال

رقم الصفحة	
١٧	شكل رقم (١) العلاقة بين الثقة السياسية والاجتماعية.
١٨	شكل رقم (٢) أنواع المشاركة السياسية.
٢٠	شكل رقم (٣) النموذج التكاملي للمشاركة العامة وعلاقتها بالثقة العامة.
٣٤	شكل رقم (٤) تأثير وضع الأولويات والتهيئة المعرفية على السلوك الانتخابي.
٣٤	شكل رقم (٥) دراسات وضع الأولويات والتهيئة المعرفية.
٤٢	شكل رقم (٦) النموذج الذي تقترحه الباحثة.
٤٨	شكل رقم (٧) خصائص عينة الدراسة.
٧٠	شكل رقم (٨) نموذج McKnight & L. Chervany لتعريف الثقة.
٧١	شكل رقم (٩) نموذج مير وديفز وشوكرمان Mayor & Davis & Schoorman لتعريف الثقة.
٧٦	شكل رقم (١٠) مستويات التأييد السياسي.
٧٨	شكل رقم (١١) العلاقة بين الثقة السياسية والشرعية.
٩٢	شكل رقم (١٢) الوضع الحالي للأحزاب والتيارات السياسية في مصر.
١٠٠	شكل رقم (١٣) نموذج نوريز التفسيري.
١٢٥	شكل رقم (١٤) البرامج الحوارية الأكثر متابعة لدى عينة الدراسة.
١٣٤	شكل رقم (١٥) العلاقة بين معدل استخدام موقع تويتر والتوزيع الجغرافي للمبحوثين.
١٧٦	شكل رقم (١٦) المتغيرات التي تؤثر على الثقة السياسية.

رابعًا: ملاحق الدراسة

رقم الصفحة	
٢٣٣	جداول أخرى خاصة بنتائج الدراسة الميدانية.
٢٣٦	استمارة استبيان الدراسة الميدانية.
٢٤٨	دليل مجموعات النقاش المركزة.
٢٥٢	استمارة البطاقات الشخصية لمجموعات النقاش المركزة.
٢٥٣	مقاييس بعض الدراسات العربية والأجنبية والمراكز البحثية لقياس الثقة السياسية.

مقدمة الدراسة:

في وقت أثبتت فيه العديد من الدراسات الإعلامية أن التلفزيون مازال يحتل المركز الأول كمصدر للحصول على المعلومات السياسية بالنسبة للجمهور المصري، ومع تعاظم دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الحياة السياسية وجعل المواطن له القدرة على نقل الحدث بنفسه فور حدوثه، خاصة بعد اندلاع ثورات الربيع العربي، وثورة ٣٠ يونيو، واستقطاب هذه المواقع المزيد من المستخدمين، إذ بلغ عدد مستخدمي موقع فيس بوك في يونيو ٢٠١٦ حوالي (٣٢.٠٠٠.٠٠٠) مستخدم بنسبة ٣٥.٥% من الجمهور المصري، ووصل عدد مستخدمي الإنترنت في يونيو ٢٠١٦ إلى ما يربو على (٣٤,٨٠٠,٠٠٠) مستخدم بنسبة ٣٨.٦% من الجمهور المصري (Internet World State: 2017)، ومع حالة الحراك السياسي التي مر بها المجتمع المصري في الفترة الأخيرة، وتغير العديد من الأنظمة السياسية التي أثبتت عدم كفاءتها، برزت الحاجة الماسة لإجراء المزيد من الدراسات الإعلامية التي تهتم بدراسة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقتها بثقة المواطن السياسية؛ إذ أن مفهوم ثقة المواطن في المؤسسات السياسية يعد ظاهرة تتعاظم دورها في المجتمعات الديمقراطية الراسخة والناشئة، وتعد مؤشراً مهماً لمعرفة دور وقوة وسائل الإعلام وتأثيرها على الرأي العام، وبالتالي تكون الدراسات التي تهتم بتأثيرات وسائل الإعلام على الثقة السياسية للمواطنين بمثابة حلقة وصل بين المؤسسات الإعلامية والسياسية وبين المواطنين، لتطوير أداء الأنظمة السياسية ورفع كفاءة مضامين الوسائل الإعلامية بما يلبي احتياجات المواطنين ويحقق مبادئ الديمقراطية المنشودة.

كما تضافرت عدة أسباب أدت للاهتمام بدراسة ظاهرة الثقة السياسية، من بينها مرور الدولة في الوقت الحالي بعدة تحديات؛ منها استنزاف هبة الدولة، وارتفاع الأسعار، وتضخم الأزمة الاقتصادية، فضلاً عن تزعزع الاستقرار الأمني، وكثرة الأعمال الإرهابية التي تهدد الروح المصرية وتركز على وتر الفتنة الطائفية، وغيرها من الظروف التي أدت إلى تشكيل مزاج عام سلبي لدى المواطنين، وهو ما يؤثر بالضرورة على شرعية النظام السياسي واستقرار الدولة، ويدفعنا أيضاً لقياس الثقة السياسية باعتبارها أحد المؤشرات التي توضح شرعية النظام السياسي في الدولة، كما أن الثقة السياسية تؤثر على سلوك المواطنين الانتخابي، وارتباط مفهوم الثقة السياسية بعدة مفاهيم، من بينها الاغتراب السياسي، والذي يؤدي إلى ارتفاع نسبة المشاركة في الاحتجاجات والمظاهرات لدى بعض الفئات، كما أن الثقة هي مكون أساسي من مكونات رأس المال الاجتماعي، علاوة على أن الثقة السياسية من الظواهر التي لاقت اهتماماً كبيراً من المراكز البحثية الدولية والباحثين حول العالم؛ لما لها من دور بارز في تقييم المؤسسات السياسية وتقويمها، ومعرفة مدى رضا المواطنين عن الأنظمة السياسية المختلفة.

إضافة إلى ذلك، فالوضع الحالي في العديد من الدول العربية يفرض علينا المزيد من الدراسات التي تقيس الثقة السياسية في المؤسسات السياسية لهذه الدول، خاصة تلك الدول تمر بحالات من عدم الاستقرار أو فترات استعادة الاستقرار، وكذلك الدول التي تعاقب عليها العديد من الحكومات والحقائب الوزارية بعد ثورات الربيع العربي، بعد

أن أثبتت هذه الحكومات عدم صلاحيتها، وهو الأمر الذي أدى إلى سحب الثقة منها، بل سحب الثقة من بعض الأنظمة وإسقاط شرعيتها؛ على سبيل المثال: مصر وتونس، ووفق تقرير المؤشر السنوي ٢٠١٦ الذي تم تطبيقه في: السعودية، لبنان، تونس، وموريتانيا، الكويت، العراق، الأردن، فلسطين، مصر، الجزائر، المغرب، والذي يصدر عن المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ارتفعت ثقة المبحوثين في جيش بلادهم، في حين تنخفض ثقتهم في الحكومات والمجالس التشريعية، بينما تنعدم ثقتهم في الأحزاب السياسية (المركز العربي للأبحاث ودراسات السياسات: ٢٠١٧، ص ٥٠).

من هذا المنطلق اتجهت الدراسة الحالية لبحث علاقة التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية بصفتها إحدى الأشكال والقوالب البرمجية التليفزيونية التي أثبتت العديد من الدراسات أنها تحظى بنسبة مشاهدة عالية من الجماهير، وموقعي التواصل الاجتماعي "فيس بوك" وتويتر " بصفتها أكثر المواقع التي استخدمها الناشطون السياسيون للتخطيط للتظاهر، وحشد الجماهير ونقل أحداث ميدان التحرير، فأثبتت دورها الفعال في الثورات (Arora: 2015: 226)، وعلاقتها بثقة المواطنين في الحكومة ومجلس النواب والأحزاب السياسية، كما تعتمد هذه الدراسة على **نظرية التهيئة المعرفية** كإطار نظري لها، في محاولة لقياس فروض النظرية بالتطبيق على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة والمقارنة بينهما، وكذلك **فرضية جامسون** كإطار نظري وتفسيري لخصائص وطبيعة العينة محل الدراسة، والوقوف على تأثير المتغيرات الوسيطة؛ سواء أكانت متغيرات سياسية (الاهتمام السياسي- المعرفة السياسية - الكفاءة السياسية- المشاركة السياسية - الاتجاه نحو القضية المسيطرة) أو المتغيرات الديموغرافية "النوع - المستوى التعليمي- المستوى الاقتصادي الاجتماعي- السن- الديانة) على شدة العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي والثقة السياسية، كما أن الدراسة تركز على دور متغير جدارة الآخرين بالثقة، باعتباره متغيراً أثبتت العديد من الدراسات الأجنبية أهميته في التأثير على الثقة السياسية، كمتغير مستقل، وكذلك كمتغير وسيط، ومعرفة ما إذا كان يؤثر على شدة العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي والثقة السياسية أم لا ، وأيضاً الإجابة على عدد من التساؤلات المهمة، خاصة تلك التي تسعى لمعرفة أسباب الثقة السياسية أو انعدامها وأسباب التعرض أو عدم التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

وقد تم تقسيم الدراسة إلى **ثلاثة فصول**: الفصل الأول يتناول الإجراءات المنهجية الخاصة بالدراسة، الفصل الثاني يتناول الثقة السياسية والتأثيرات السياسية الخاصة بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، والفصل الثالث يتناول نتائج الدراسة الكمية والكيفية، والخلاصة وتتضمن: أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، ومقترحات الدراسة، وما تنبئه من بحوث ودراسات مستقبلية.

(الفصل الأول)

الإطار النظري والمنهجي

تمهيد:

ويتناول هذا الفصل الإطار النظري والمنهجي ويشمل:

- مشكلة الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- عرض الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة.
- الإطار النظري للدراسة: " نظرية التهيئة المعرفية - فرضية جامسون".
- الإجراءات المنهجية للدراسة: بما يشمل (فروض الدراسة الكمية وتساؤلاتها، متغيرات الدراسة، نوع الدراسة، المنهج المستخدم، أدوات جمع البيانات، مجتمع الدراسة، حجم ونوع عينة الدراسة، تساؤلات الدراسة الكيفية والإجراءات المنهجية التي تم اتباعها فيها)

أولاً: مشكلة الدراسة:

مع تراجع مستوى الثقة السياسية في نتائج الدراسات التي تم إجراؤها بعد ثورات "الربيع العربي" وانخفاض مستوى الثقة السياسية لدى المبحوثين المصريين (وفاء داوود: ٢٠١١)، (مها بهنسي: ٢٠١٢)، (مها بهنسي: ٢٠١٤)، ومع تحفظ ورفض العديد من المواطنين لأداء الرئيس الأسبق محمد مرسي نتيجة عدم الشعور بحدوث تغييرات في البلاد، واتخاذ قرارات غير موفقة (مركز استطلاعات الرأي العام: ٢٠١٢) ثم انتفاضة الشعب وحدث ثورة ٣٠ يونيو، ومع تباين نتائج هذه الدراسات مع الدراسة التي أجرتها (سارة نصر: ٢٠١٠) قبل ثورة الخامس والعشرين من يناير، والتي أشارت إلى ارتفاع نسبة الثقة في الحكومة، ومع عدم وجود دراسة تتناول التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى الثقة السياسية للجمهور المصري - خاصة أن نوعية الوسيلة التي يتعرض لها الجمهور تؤدي دوراً في زيادة أو نقص مستوى الثقة السياسية (Anfinson:2006:p13) - رأت الباحثة أهمية دراسة علاقة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري ؛ إذ تتحدد مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على مدى تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية باعتبارها تمثل وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك وتويتر" بصفتها يمثلان وسائل الإعلام الحديثة على مستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري، ومعرفة أي منهم أكثر تأثيراً على معدل الثقة السياسية، وكذلك تأثير المتغيرات الوسيطة التي تتمثل في المتغيرات السياسية وتشمل: (الاهتمام السياسي، والمعرفة السياسية، والمشاركة السياسية التقليدية وغير التقليدية والمشاركة عبر الفيس بوك، والكفاءة السياسية الداخلية والخارجية، والاتجاه نحو القضية المسيطرة) وكذلك المتغيرات الديموغرافية المتمثلة في: (النوع - السن - المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي الاقتصادي - الديانة)، ومتغير جدارة الآخرين بالثقة على تلك العلاقة.

ثانياً: أهمية الدراسة:

١- أهمية بحثية:

أ. اتجهت الدراسات العربية التي اهتمت بدراسة علاقة التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية أو مواقع التواصل الاجتماعي بمتغير الثقة السياسية إلى قياسها كمياً فقط؛ وبالتالي ستضيف هذه الدراسة إلى التراث العلمي نتائج أكثر عمقاً عند استعمال مجموعات النقاش المركزة ، بصفتها إحدى الأدوات الكيفية بجانب استعمال إحدى الأدوات الكمية المتمثلة في استمارة الاستبيان.

ب. ربط مشكلة الدراسة بإطار نظري لم يكثر استعماله، خاصة في قياس متغيرات الدراسة على مستوى الدراسات العربية، والذي يتمثل في نظرية التهيئة المعرفية وفرضية جامسون Gamson، فبعد مراجعة التراث العلمي وجدت الباحثة أن نظرية التهيئة المعرفية هي الأنسب لتكون إطاراً نظرياً لهذه الدراسة، كذلك الحال بالنسبة لفرضية جامسون Gamson فوق حدود علم الباحثة لم تعتمد أي دراسة عربية على فرضية جامسون Gamson كإطار نظري تفسيري سوى دراسة مها بهنسي ٢٠١٢ وهي بعنوان المدونات السياسية

وعلاقتها بالفعالية السياسية للمدنيين، وسوف تفيد هذه الفرضية في معرفة العلاقة بين متغير الثقة السياسية والكفاءة السياسية والمشاركة السياسية وتحديد أنماط عينة الدراسة وفقاً للتقسيم المقترح لجامسون.

ج. اختبار العلاقة بين متغير جدارة الآخرين بالثقة ومتغير الثقة السياسية، وتكمن الأهمية البحثية هنا في أن البحوث العربية التي اهتمت بمتغير الثقة السياسية لم تتناول قياس العلاقة بينهما؛ ومن ثم تعد هذه الدراسة إضافة جديدة في هذا الاتجاه.

٢- أهمية مجتمعية:

- يعد مفهوم الثقة السياسية أحد المفاهيم التي يجب الاهتمام بدراستها لما لها من تأثيرات سياسية ومجتمعية ؛ فانعدام الثقة السياسية أو انخفاضها سوف يولد حالة من السخط، وبالتالي التوجه نحو الاحتجاجات والرغبة في تغيير الحكومات والأنظمة السياسية الموجودة، إضافة إلى أن الثقة السياسية تعد مؤشراً على الرضا عن النظام الاقتصادي وأيضاً مؤشراً على تنفيذ المسؤولين لوعودهم السياسية.
- تقديم نتائج ومؤشرات تساعد المؤسسات الإعلامية والحكومية على تطوير خطابها وأدائها بما يخدم المجتمع المصري ككل.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

- ١- المقارنة بين التعرض لوسائل الإعلام التقليدية متمثلة في (البرامج الحوارية التليفزيونية) والتعرض لوسائل الإعلام الجديدة (فيس بوك وتويتر) علي مستوى الثقة السياسية، دون الاقتصار على الثقة في الحكومة، وإنما تناول أيضاً الثقة في مؤسسات سياسية أخرى مثل: الأحزاب السياسية ومجلس النواب.
- ٢- قياس متغير الثقة السياسية كمتغير تابع، للتعلم في دراسته والخروج بنتائج تفسر مستوى الثقة السياسية لدى المجتمع المصري خلال هذه المرحلة السياسية.
- ٣- معرفة إلى أى مدى يؤثر شعور الفرد بجدارة الآخرين بالثقة، على مستوى الثقة السياسية لديهم.
- ٤- تسعى الدراسة لتفسير إلى أى مدى تؤثر المتغيرات السياسية علي مستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري.
- ٥- تسعى الدراسة إلى معرفة إلى أى مدى تؤثر المتغيرات الديموغرافية المتمثلة في (النوع- السن- المستوى الاقتصادي الاجتماعي - المستوى التعليمي - الديانة) على مستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري.
- ٦- تفسير خصائص وملامح التليفزيون الاجتماعي لدى عينة الدراسة.
- ٧- تطبيق فروض نظرية التهيئة المعرفية في موضوع الدراسة الحالية.