



جامعة عين شمس

كلية الآداب

قسم علوم الاتصال والإعلام

دور الصحف الإلكترونية المصرية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو انتخابات الرئاسة

رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام

إعداد الباحثة

مها محمد حسين الملاح

إشراف

أ.د. هبة شاهين

د. سهى عبد الرحمن

رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال

مدرس بقسم علوم الإعلام والاتصال

بكلية الآداب-جامعة عين شمس

بكلية الآداب-جامعة عين شمس

يناير ٢٠١٩ - جمادي الأول ١٤٤٠



جامعة عين شمس
كلية الآداب
قسم علوم الاتصال والإعلام

رسالة دكتوراه

اسم الباحثة: مها محمد حسين الملاح.

عنوان الرسالة: دور الصحف الإلكترونية المصرية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو انتخابات الرئاسة
الدرجة العلمية: دكتوراه

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة:

الأستاذة الدكتورة / هبة شاهين

مشرفاً ورئيساً

أستاذ الإعلام ورئيس قسم علوم الاتصال والإعلام - كلية الآداب - جامعة عين شمس

الأستاذة الدكتورة / دينا يحيى

مناقشاً

أستاذ الإعلام - قسم علوم الاتصال والإعلام - كلية الآداب - جامعة عين شمس

الدكتورة / نرمين الأزرق -

مناقشاً

الأستاذ المساعد - قسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

الدراسات العليا

ختم الإجازة: أجازت الرسالة: بتاريخ / /

موافقة مجلس الجامعة

موافقة مجلس الكلية

المستخلص:

مع تطور الأحداث على الساحة المصرية في الفترة الأخيرة ، واستخدام الانترنت كأداة رئيسية لتحريك الرأي العام، تسعى الدراسة إلى التعرف على دور الصحف الإلكترونية المصرية (بمختلف أنماط ملكياتها قومية، حزبية وخاصة) في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو انتخابات الرئاسة ٢٠١٤ في الفترة من ٢٠١٤/٤/٢١ إلى ٢٠١٤/٦/٥ وبالتطبيق على عينة من جمهور الصحف الإلكترونية قوامها ٤٥٠ مفردة. وقياس طبيعة الدور الذي تقوم به الصحف الإلكترونية في عرض الأخبار الخاصة بانتخابات الرئاسة المصرية وما يصاحب ذلك من استخدام تلك الصحف لعناصر الإبراز والتفاعلية وعلاقة ذلك باتجاهات الجمهور المصري نحوها، وتحديد المتغيرات التي تؤثر على تلك الاتجاهات وذلك من خلال تطبيق فروض نظرية المجال العام السائد في تلك الفترة، كذلك التعرف على مدى وجود اختلافات في التغطية الإخبارية للصحف الإلكترونية محل الدراسة. ورصد أهم الأطر الإعلامية التي استخدمتها تلك الصحف الإلكترونية محل الدراسة في معالجتها لقضية انتخابات الرئاسة.

وتتنمي الدراسة إلى مجال الدراسات والبحوث الوصفية مستخدمة للمنهج المسحي والمنهج المقارن، وقد اعتمدت الدراسة على أداتي استمارة تحليل المضمون وصحيفة الاستبيان.

ومن أهم نتائج الدراسة جاء في المرتبة الأولى "إطار القضايا أو السياسة العامة" بنسبة (٢٢.٢%) للأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة قضية الانتخابات الرئاسية ٢٠١٤ بالثلاثة صحف إلكترونية ، يليها "إطار المشاركة " بنسبة (١٧.٤%). جاء من أهم دوافع استخدام الصحف الإلكترونية المصرية كمصدر للمعلومات أثناء فترة الانتخابات الرئاسية ٢٠١٤ "لأنها تعرض كل ما يخص القضية بشكل فوري وبتحديث مستمر" في الترتيب الأول ، وجاء "لأنها تقدم معلومات غير متاحة في وسائل الإعلام الأخرى" في المرتبة الثانية بنسبة (١٣%).

نسبة الأفراد الذين يرون أن الصحف الإلكترونية قدمت لهم "إلي حد ما " ما كانوا يتوقعوه أثناء الانتخابات بلغت (٨٤.٢%) من إجمالي العينة.

الكلمات المفتاحية: الصحف الإلكترونية، الأطر، المجال العام، اتجاهات الرأي العام، الانتخابات الرئاسية.

بسم الله الرحمن الرحيم

(رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ

أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ)

صدق الله العظيم

سورة النمل : من الآية (١٩)

شكر وعرفان

يقول الله تعالى ﴿لئن شكرتم لأزيدنكم﴾ صدق الله العظيم

الآية (٧) من سورة إبراهيم

وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم

﴿من لم يشكر الناس لا يشكر الله﴾ صدق رسول الله .

بسم الله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه وسلم ومن تبع هداة. الحمد والشكر لله الذي وفقني وأعانني على إتمام هذه الرسالة، آملة من الله عز وجل أن تكون ولو قطرة بسيطة في بحر العلم الزاخر.

ويسعدني ويشرفني في المقام الأول أن أتوجه بخالص الشكر والتقدير والعرفان إلى أستاذتي العزيزة والفاضلة أ.د./ هبة شاهين رئيس قسم الاتصال وعلوم الإعلام التي ساندتني ودعمتني وحرصت على إتمامي لهذه الرسالة، وأتمنى أن أكون دائماً عند حسن ظنها بي. كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير للدكتورة سهى عبد الرحمن على دعمها ومساندتها الدائمة.

ويشرفني أن أتوجه بخالص الشكر والتقدير والعرفان إلى أ.د/ دينا يحيى أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وعلوم الاتصال بجامعة عين شمس، ود. نرمين الأزرق الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام بجامعة القاهرة على تفضلهم بالموافقة على مناقشة هذه الرسالة وبتشرفي بالحضور اليوم.

وأنتقدم بالشكر والتقدير إلى كل من له يد في مساعدتي على إنجاز هذه الرسالة من زميلاتي وصديقاتي من قسم الإعلام وعلوم الاتصال وأخص بالذكر (د. منة عبد الحميد، د. مريم وليم، د. سمر صبري، أ.سارة محمد وأ. نورهان حبيب) لمساندتهن وتقديم العون لي وتذليل العقبات أمامي.

كما أتوجه بالشكر بشكل خاص للدكتورة ريهام يحيى على مساندتي منذ بداية تطبيق الرسالة وحتى وصولها لشكلها النهائي. وشكر خاص للأستاذ أحمد سليم على تقديم المساعدة والعون.

كل التقدير والحب والامتنان لجميع أفراد أسرتي الصغيرة والكبيرة على وقوفهم إلى جانبي وبث روح الإصرار والعزيمة داخلي لإتمام هذا العمل في صورته النهائية.

شكر خاص جدا لوالدتي رحمها الله.. التي لولاها بعد الله سبحانه وتعالى ما كنت وصلت لما أنا فيه الآن، فبرغم رحيلها إلا أنها كانت دائماً الحافز القوي الذي يبث في نفسي الإصرار على إتمام الرسالة حتى في وجود العراقيل أو الصعاب في بعض الفترات.

﴿وما توفيقي إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب﴾

فهرس الموضوعات

| الموضوع | رقم الصفحة |
|--|------------|
| المقدمة | ١ |
| الفصل الأول: الإطار المنهجي والنظري للدراسة | |
| تمهيد | ٥ |
| مشكلة الدراسة | ٥ |
| أهمية الدراسة | ٦ |
| أهداف الدراسة | ٧ |
| الدراسات السابقة | ٨ |
| تساؤلات وفروض الدراسة | ٣٤ |
| الخطوات المنهجية | ٣٦ |
| التعريفات الإجرائية | ٥٢ |
| الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة | |
| تمهيد | ٥٨ |
| أولاً: نظرية الأطر الإخبارية | ٥٨ |
| مفهوم الإطار | ٥٨ |
| فروض نظرية الأطر | ٦٢ |

| الموضوع | رقم الصفحة |
|---|------------|
| تصنيفات الأطر الإخبارية | ٦٣ |
| خصائص الأطر الإخبارية | ٦٦ |
| أنواع الأطر | ٦٧ |
| استخدامات نظرية الأطر في القضايا السياسية | ٧٠ |
| الأطر الإخبارية والرأي العام | ٧١ |
| أهمية نظرية الأطر الإخبارية | ٧٥ |
| أوجه الاستفادة من النظرية | ٧٧ |
| ثانياً: نظرية المجال العام | ٧٧ |
| مفهوم المجال العام | ٧٨ |
| معايير المجال العام | ٨١ |
| خصائص المجال العام | ٨٢ |
| وظائف المجال العام | ٨٣ |
| فروض نظرية المجال العام | ٨٣ |
| المجال العام والإنترنت | ٨٤ |
| النقد الموجه لهابرماس | ٨٩ |
| أوجه الاستفادة من النظرية | ٩١ |
| الخلاصة | ٩٣ |

| الموضوع | رقم الصفحة |
|--|------------|
| الفصل الثالث : دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام | |
| تمهيد | ٩٥ |
| تعريف الرأي العام | ٩٦ |
| مراحل تكوين الرأي العام | ١٠٠ |
| الرأي العام والاتجاهات | ١٠٣ |
| دور الإنترنت والصحافة الإلكترونية في تشكيل الرأي العام | ١٠٦ |
| آليات ضبط عملية توجيه الرأي العام | ١١٠ |
| جمهور الصحافة الإلكترونية | ١١١ |
| الإنترنت والمشاركة السياسية | ١١٢ |
| التفاعلية | ١١٥ |
| نبذة عن الصحف محل الدراسة | ١٢١ |
| مستقبل الصحافة الإلكترونية | ١٢٤ |
| الخلاصة | ١٢٥ |

| الموضوع | رقم الصفحة |
|---|------------|
| الفصل الرابع: نتائج الدراسة التحليلية: | |
| تمهيد | ١٢٧ |
| البيانات العامة للصحف الإلكترونية الثلاث | ١٢٧ |
| نتائج الدراسة من حيث الشكل | ١٣١ |
| نتائج الدراسة من حيث المضمون | ١٣٤ |
| الفصل الخامس: نتائج الدراسة الميدانية | |
| تمهيد | ١٤٧ |
| نتائج الدراسة الميدانية | ١٤٧ |
| الفصل السادس: نتائج الفروض ومناقشة أهم النتائج والمقترحات | |
| نتائج الفروض | ١٨٨ |
| مناقشة أهم نتائج الدراسة | 211 |
| المقترحات | ٢٣٣ |
| ما تثيره الدراسات من بحوث مستقبلية | ٢٣٤ |
| مراجع الدراسة | ٢٣٦ |
| ملاحق الدراسة | ٢٥٧ |
| ملخص الدراسة | ٢٨١ |

فهرس الجداول

| م | عنوان الجدول | الصفحة |
|----|--|--------|
| ١ | توزيع إجمالي عدد السكان في كل محافظة من محافظات الدراسة. | ٤٢ |
| ٢ | توزيع عينة الدراسة على كل محافظة من محافظات الدراسة. | ٤٣ |
| ٣ | توزيع عينة الدراسة في كل محافظة من محافظات الدراسة حسب الجنس. | ٤٣ |
| ٤ | توزيع عينة الدراسة طبقاً للبيانات الأساسية لصحف الدراسة. | ١٢٧ |
| ٥ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لحجم الاخبار. | ١٣٠ |
| ٦ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لعناصر الإبراز المستخدمة بالصحف | ١٣٢ |
| ٧ | توزيع عينة الدراسة طبقاً للأفكار الرئيسية بمواقع الصحف | ١٣٤ |
| ٨ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لنوع الخبر بالثلاثة مواقع | ١٣٥ |
| ٩ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لأستراتيجيات الأفناع المستخدمة بالثلاثة مواقع | ١٣٧ |
| ١٠ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لإتجاه مضمون الاخبار المنشورة بالثلاثة مواقع | ١٣٨ |
| ١١ | توزيع عينة الدراسة طبقاً للتوازن في معالجة الاخبار بالثلاثة مواقع | ١٣٩ |
| ١٢ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لمصادر الاخبار المتعلقة بقضية الانتخابات الرئاسة ٢٠١٤ بالثلاثة مواقع | ١٤١ |
| ١٣ | توزيع عينة الدراسة طبقاً للأطر الإعلامية المستخدمة بالثلاثة مواقع | ١٤٣ |
| ١٤ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لحجم الأخبار الخاصة بمرشحي الرئاسة بالثلاثة مواقع | ١٤٤ |

| م | عنوان الجدول | الصفحة |
|----|--|--------|
| ١٥ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لفئات السن | ١٤٨ |
| ١٦ | توزيع عينة الدراسة طبقاً للمستوى التعليمي | ١٤٩ |
| ١٧ | توزيع عينة الدراسة طبقاً للمهنة | ١٥٠ |
| ١٨ | توزيع عينة الدراسة طبقاً للانتماءات السياسية | ١٥١ |
| ١٩ | توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع والمحافظة | ١٥٢ |
| ٢٠ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدي ترتيب الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد العينة | ١٥٣ |
| ٢١ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدي حرص أفراد العينة علي متابعة الصحف الإلكترونية للحصول علي المعلومات السياسية العامة | ١٥٤ |
| ٢٢ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لمعدل متابعة الصحف الإلكترونية أسبوعياً كمصدر للمعلومات السياسية | ١٥٦ |
| ٢٣ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لأهم الصحف الإلكترونية المصرية التي تحرص علي متابعتها أفراد العينة كمصدر للمعلومات السياسية | ١٥٧ |
| ٢٤ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب استخدام أفراد العينة للصحف | ١٥٩ |
| ٢٥ | توزيع عينة الدراسة طبقاً للصعوبات التي تواجه أفراد العينة | ١٦٢ |
| ٢٦ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدي المشاركة في أي من الأشكال التفاعلية | ١٦٤ |
| ٢٧ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدي متابعة أفراد العينة للقضايا السياسية | ١٦٥ |

| م | عنوان الجدول | الصفحة |
|----|--|--------|
| ٢٨ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدي مشاركة أفراد العينة في انتخابات الرئاسة ٢٠١٢ | ١٦٦ |
| ٢٩ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب مشاركة أفراد العينة في انتخابات الرئاسة ٢٠١٢ | ١٦٨ |
| ٣٠ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب عدم مشاركة أفراد العينة في انتخابات الرئاسة ٢٠١٢ | ١٧٠ |
| ٣١ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدي مشاركة أفراد العينة في انتخابات الرئاسة ٢٠١٤ | ١٧١ |
| ٣٢ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب مشاركة أفراد العينة في انتخابات الرئاسة ٢٠١٤ | ١٧٢ |
| ٣٣ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب عدم مشاركة أفراد العينة في انتخابات الرئاسة ٢٠١٤ | ١٧٤ |
| ٣٤ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدي متابعة أفراد العينة للصحف الالكترونية في فترة الانتخابات الرئاسية ٢٠١٤ | ١٧٥ |
| ٣٥ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لدوافع استخدام افراد العينة للصحف الالكترونية | ١٧٧ |
| ٣٦ | اتجاهات المبحوثين حول معرفتهم علي المرشحين لانتخابات الرئاسة ٢٠١٤ | ١٧٩ |
| ٣٧ | تقييم أفراد العينة للصحف الإلكترونية أثناء فترة الانتخابات ٢٠١٤ | ١٨١ |
| ٣٨ | اتجاهات المبحوثين في انتخابات الرئاسة ٢٠١٤ | ١٨٢ |
| ٣٩ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لما تتيحه الصحف الإلكترونية من مساحة حرة وديموقراطية لتبادل الأفكار السياسية | ١٨٣ |
| ٤٠ | توزيع عينة الدراسة حول القيود التي التحول دون التعبير عن الآراء حول القضايا السياسية على مواقع الصحف الإلكترونية | ١٨٤ |

| م | عنوان الجدول | الصفحة |
|----|---|--------|
| ٤١ | العقبات أمام تحقيق مشاركة سياسية أكثر إيجابية من جانب الرأي العام من خلال الصحف الإلكترونية | ١٨٦ |
| ٤٢ | اختبارات للمقارنة بين فئتي الدراسة (ذكور - إناث) حول مدي متابعة الصحف الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية | ١٨٩ |
| ٤٣ | يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف بين فئات العينة حسب المحافظة في مدي متابعة الصحف الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية | ١٩٠ |
| ٤٤ | تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف بين فئات العمر في مدي متابعة الصحف الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية | ١٩١ |
| ٤٥ | تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف في مدي متابعة الصحف الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية حسب المستوى التعليمي | ١٩٢ |
| ٤٦ | تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف بين فئات العينة حسب الحالة الاجتماعية في مدي متابعة الصحف الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية | ١٩٣ |
| ٤٧ | تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف في مدي متابعة الصحف الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية حسب المستويات الاقتصادية | ١٩٤ |
| ٤٨ | اختبارات للمقارنة بين فئتي الدراسة (منتمي - غير منتمي) لحزب سياسي | ١٩٤ |
| ٤٩ | قياس الفروقات بين معدلات التعرض للصحف | ١٩٦ |
| ٥٠ | اختبار توكي لدراسة الاختلافات بين نتائج دوافع استخدام الصحف | ١٩٧ |

| م | عنوان الجدول | الصفحة |
|----|--|--------|
| ٥١ | تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول درجة المشاركة السياسية | ١٩٩ |
| ٥٢ | تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول الاتجاه نحو التصويت | ٢٠٠ |
| ٥٣ | نتائج اختبار توكي لدراسة الاختلافات بين نتائج الاتجاه نحو التصويت في الانتخابات | ٢٠١ |
| ٥٤ | تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول مدى استخدام الصحف لعناصر التفاعلية | ٢٠٢ |
| ٥٥ | نتائج اختبار توكي لدراسة الاختلافات بين نتائج مدى استخدام الصحف لعناصر التفاعلية حسب معدلات التعرض | ٢٠٣ |
| ٥٦ | العلاقة بين كثافة التعرض للصحف الالكترونية واتجاهاتهم نحو قضية الانتخابات | ٢٠٣ |
| ٥٧ | معامل ارتباط بيرسون بين دوافع استخدام الصحف كمصدر للمعلومات أثناء الانتخابات واتجاه المبحوثين نحو القضية | ٢٠٥ |
| ٥٨ | العلاقة بين أنماط الملكية والأطر المستخدمة | ٢٠٧ |
| ٥٩ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لأخبار مرشحي الرئاسة | ٢٠٨ |
| ٦٠ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لاتجاه مضمون الأخبار | ٢٠٩ |
| ٦١ | توزيع عينة الدراسة طبقاً للتوازن في معالجة الأخبار | ٢١٠ |

فهرس الأشكال

| م | الشكل | الصفحة |
|----|--|--------|
| ١ | مراحل عملية التآطير | ٦٢ |
| ٢ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لعدد الاخبار | ١٣١ |
| ٣ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لنوع الخبر بالثلاثة مواقع | ١٣٦ |
| ٤ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لإتجاه مضمون الاخبار بالثلاثة مواقع | ١٣٩ |
| ٥ | توزيع عينة الدراسة طبقاً للتوازن في معالجة الاخبار بالثلاثة مواقع | ١٤٠ |
| ٦ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لحجم الأخبار الخاصة بمرشحي الرئاسة بالثلاثة مواقع | ١٤٥ |
| ٧ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لأهم سمات الشخصية بالثلاثة مواقع | ١٤٥ |
| ٨ | توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع | ١٤٧ |
| ٩ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لفئات السن | ١٤٨ |
| ١٠ | توزيع العينة طبقاً للمستوى التعليمي | ١٤٩ |
| ١١ | توزيع العينة طبقاً لمدى الانتماءات السياسية | ١٥١ |
| ١٢ | التوزيع النسبي للمحافظة في العينة مع النوع | ١٥٢ |
| ١٣ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدي ترتيب الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد العينة | ١٥٤ |
| ١٤ | توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدي حرص أفراد العينة علي متابعة الصحف الإلكترونية للحصول علي المعلومات السياسية العامة | ١٥٥ |