



بسم الله الرحمن الرحيم

∞∞∞∞

تم رفع هذه الرسالة بواسطة / سلوي محمود عقل

بقسم التوثيق الإلكتروني بمركز الشبكات وتكنولوجيا المعلومات دون أدنى

مسئولية عن محتوى هذه الرسالة.

ملاحظات: لا يوجد





جامعة عين شمس

كلية الآداب

قسم علوم الاتصال والإعلام

دور الإعلام الجديد في المشاركة السياسية

للمرأة البحرينية

[دراسة تطبيقية]

دراسة للحصول على درجة الدكتوراه في علوم الاتصال والإعلام

مقدمة من الباحث

حسين قارئ محمد سعيد الحسيني

إشراف

أ.د. / سلوى سليمان

أستاذ الإعلام بكلية الآداب - جامعة عين شمس

د. / فلورا إكرام

مدرس الإعلام بكلية الآداب - جامعة عين شمس

٢٠٢٢م - ١٤٤٢هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَعَلَّمَكَ مَا لَمْ تَكُنْ تَعْلَمُ ۖ وَكَانَ فَضْلُ
اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا ﴿١١٣﴾

(سورة النساء : آية ١١٣)



كلية الآداب

إدارة الدراسات العليا والبحوث



كلية معتمدة



جامعة عين شمس

صفحة العنوان

اسم الطالب : حسين قارئ محمد سعيد الحسيني

الدرجة العلمية : دكتوراه في علوم الاتصال والإعلام

القسم التابع له : علوم الاتصال والإعلام

اسم الكلية : كلية الآداب

الجامعة : جامعة عين شمس

سنة المنح : الماجستير

شروط عامة :

يوضع شعار الجامعة على الغلاف الخارجي



كلية الآداب

إدارة الدراسات العليا والبحوث



كلية معتمدة



جامعة عين شمس

رسالة دكتوراه

اسم الطالب : حسين قارئ محمد سعيد الحسيني
عنوان الرسالة : دور الإعلام الجديد في المشاركة السياسية للمرأة البحرينية [دراسة تطبيقية]
الدرجة : دكتوراه في علوم الاتصال والإعلام

لجنة الإشراف:

١- أ.د. / سلوى سليمان
٢- د. / فلورا إكرام
أستاذ الإعلام بكلية الآداب - جامعة عين شمس
مدرس الإعلام بكلية الآداب - جامعة عين شمس

تاريخ المنح: / / ٢٠٢٢

الدراسات العليا:

ختم الإجازة :
أجيزت الرسالة بتاريخ :
موافقة مجلس الكلية : / / ٢٠٢٢
موافقة مجلس الجامعة : / / ٢٠٢٢

شكر وتقدير

إنه لمن العرفان بالجميل أن أشكر أصحاب الفضل لما قدموه للباحث من عون صادق وتوجيهات سديدة، وعطاء فياض كان له أكبر الأثر في مساعدة الباحث على السير في دروب البحث المليئة بالصعاب والتحديات، ويطيب لي أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير والامتنان إلى العالمة الجليلة سعادة **الأستاذة الدكتورة الفاضلة / سلوى سليمان** - أستاذ الإعلام بكلية الآداب - جامعة عين شمس - على إشرافها المتميز ومتابعتها المستمرة وتوجيهاتها البناءة، التي كان لها بالغ الأثر في إتمام هذا البحث، فجزاها الله عني خير الجزاء، ومتعها بالصحة والعافية، وأطال الله في عمرها لتكون عونًا للباحثين والدارسين كما عهدناه من العلماء التي يُشار إليها بالبنان في الوطن العربي، ويطيب لي أن أتقدم بالشكر والتقدير **للدكتورة الفاضلة / فلورا إكرام** - مُدرس الإعلام بكلية الآداب - جامعة عين شمس - حفظها الله ورعاها، وجزاها عني خير الجزاء، على ملاحظاتها البناءة ومجهوداتها الطيبة والثمرة التي أسهمت في إثراء هذا البحث، ولعبت دوراً كبيراً ومؤثراً من خلال قراءاتها المتعددة للبحث، وتوجيه الباحث نحو نواحي القصور والضعف، والعمل على تذليلها من خلا توجيهاتها البناءة، فجزاها الله عني خير الجزاء، ومتعها بالصحة والعافية.

والشكر موصول **لمعالي الأستاذة الدكتورة / هبة شاهين**، أستاذ الإعلام ، ورئيس لجنة قطاع معاهد الإعلام واللغات بوزارة التعليم العالي، و**معالي الأستاذة الدكتورة / سماح محمدي** - أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة على تفضلهما بقبول المناقشة والحكم على هذا العمل على الرغم من كثرة مشاغلهم، وتكبدهم عناء القراءة، وثقة الباحث بأن تعديلات سيادتهم ستكون بمثابة إثراء وإضافة لهذا العمل، وسيقوم الباحث بتنفيذ كل التعديلات على أكمل وجه.

والشكر موصول لأعضاء هيئة التدريس والإداريين بكلية الآداب - جامعة عين شمس، على ما يُقدموه من خدمات للباحثين لخدمة العلم والمعرفة في الوطن العربي.

كما أتوجه بالشكر إلى بلدي الحبيب مملكة البحرين على ما تقوم به من اهتمام في تطوير التعليم وتسهيل كافة العقبات المتعلقة بالباحثين والدارسين ورعايتهم رعاية كاملة في وطنهم الثاني جمهورية مصر العربية. كما أتوجه بالشكر إلى أسرتي الصغيرة التي تحملت معي عناء السفر، والبُعد عنهم أثناء إجراء هذه الدراسة.

والله ولي التوفيق

الباحث

فهرس الموضوعات

الرقم	الموضوع	الصفحة
١	مقدمة الدراسة	١
٢	الفصل الأول: الإطار المنهجي	(٣٥-٣)
٣	أولاً: مشكلة الدراسة	٤
٤	ثانياً: أهداف الدراسة	٤
٥	ثالثاً: أهمية الدراسة	٤
٦	رابعاً: الدراسات السابقة	٥
٧	خامساً: الإطار المنهجي للدراسة	٢٥
٨	سادساً: منهجية قياس متغيرات الدراسة	٣١
٩	سابعاً: التعريفات الإجرائية	٣٣
١٠	الفصل الثاني: الإطار النظري	(٩٥ - ٣٦)
١١	المبحث الأول: الإعلام الجديد	٣٨
١٢	أولاً: تعريف الإعلام الجديد	٣٨
١٣	ثانياً: تطور الإعلام الجديد	٤٤
١٤	ثالثاً: أنواع الإعلام الجديد وخصائصه	٤٨
١٥	رابعاً: الدور الاجتماعي والسياسي للإعلام الجديد.	٥٣
١٦	خامساً: إشكالية دراسة الإعلام الجديد (إشكالية تحليل المضمون)	٥٤
	سادساً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	٥٨
١٧	المبحث الثاني: المشاركة السياسية	٦٥
١٨	أولاً: إشكالية تعريف المشاركة السياسية.	٦٥
١٩	ثانياً: دوافع المشاركة السياسية.	٧١
٢٠	ثالثاً: الاتجاهات النظرية لدراسة المشاركة السياسية للمرأة.	٧٦
٢١	المبحث الثالث: المشاركة السياسية للمرأة البحرينية.	٨١
٢٢	المرأة البحرينية في الانتخابات (٢٠٠٢-٢٠١٤م).	٨٢
٢٣	تقييم تجربة مشاركة المرأة في الانتخابات.	٨٧
٢٤	الفصل الثالث: نتائج الدراسة	(٩٦ - ٢٤٧)
٢٥	المبحث الأول: نتائج الدراسة التحليلية	٩٧
٢٦	المبحث الثاني: الدراسة الميدانية	٢١٥
٢٧	الفصل الرابع: النتائج العامة والتوصيات	(٢٤٨-٢٦٤)
٢٨	أولاً: النتائج العامة لتحليل المضمون بالنسبة لوسائل الإعلام الجديد	٢٤٩

الرقم	الموضوع	الصفحة
٢٩	ثانياً: النتائج العامة لتحليل المضمون بالنسبة للمؤسسات	٢٥٢
٣٠	ثالثاً: النتائج العامة بالنسبة للدراسة الميدانية	٢٥٦
٣١	رابعاً: مناقشة فروض الدراسة	٢٦١
٣٢	خامساً: التوصيات	٢٦٣
٣٣	قائمة المراجع	(٢٦٥-٢٧٣)
٣٤	الملاحق	(٢٧٤-٢٨٧)
٣٥	استمارة الاستبيان	٢٧٥
٣٦	استمارة تحليل المضمون	٢٨٢
٣٧	أسماء المحكمين	٢٨٧

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
١	تطور تكنولوجيا الإعلام	٤٧
٢	التطور النوعي لنسبة التصويت في الانتخابات	٨٥
٣	التطور النوعي لعدد المترشحين في انتخابات مجلس النواب	٨٥
٤	تطور التوزيع النوعي لمقاعد مجلس النواب	٨٦
٥	عدد المقاعد التي حصلت عليها المرأة البحرينية من ٢٠٠٢ حتى ٢٠١٤م	٨٦
٦	توزيع منشورات مجلس الشورى على فيسبوك خلال شهور الدراسة	٩٨
٧	توزيع الصور وملفات الفيديو على منشورات مجلس الشورى على فيسبوك	٩٩
٨	أنواع الوسائط البصرية المستخدمة في منشورات مجلس الشورى على فيسبوك	٩٩
٩	بروز المرأة في الوسائط البصرية على حساب مجلس الشورى على فيسبوك	١٠٠
١٠	القضايا التي تناولتها منشورات مجلس الشورى على فيسبوك	١٠١
١١	توزيع منشورات المرأة على حساب مجلس الشورى على فيسبوك	١٠٢
١٢	تفاعل الجمهور على حساب مجلس الشورى على فيسبوك	١٠٢
١٣	اتساق التعليقات مع منشورات مجلس الشورى على فيسبوك	١٠٣
١٤	توزيع منشورات مجلس النواب على فيسبوك خلال شهور الدراسة	١٠٤
١٥	توزيع الصور وملفات الفيديو على منشورات مجلس النواب على فيسبوك	١٠٥
١٦	أنواع الوسائط البصرية في منشورات مجلس النواب على فيسبوك	١٠٥
١٧	بروز المرأة في الوسائط البصرية على حساب مجلس النواب على فيسبوك	١٠٦
١٨	القضايا التي تناولتها منشورات مجلس النواب على فيسبوك	١٠٦
١٩	توزيع منشورات مجلس النواب على فيسبوك المتعلقة بالمرأة كقوة فاعلة	١٠٧
٢٠	تفاعل الجمهور على حساب مجلس النواب على فيسبوك	١٠٨
٢١	اتساق التعليقات مع منشورات مجلس النواب على فيسبوك	١٠٨
٢٢	توزيع منشورات المجلس الأعلى للمرأة على فيسبوك خلال شهور الدراسة	١٠٩
٢٣	توزيع الصور وملفات الفيديو على منشورات المجلس الأعلى للمرأة على فيسبوك	١١٠
٢٤	أنواع الصور على منشورات المجلس الأعلى للمرأة على فيسبوك	١١١
٢٥	بروز النساء في الصور على حساب المجلس الأعلى للمرأة على فيسبوك	١١١
٢٦	القضايا التي تناولتها منشورات المجلس الأعلى للمرأة على فيسبوك	١١٢
٢٧	المرأة كقوة فاعلة في منشورات المجلس الأعلى للمرأة على فيسبوك	١١٣
٢٨	تفاعل الجمهور على منشورات المجلس الأعلى للمرأة على فيسبوك	١١٣

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
٢٩	اتساق التعليقات مع منشورات المجلس الأعلى للمرأة على فيسبوك	١١٤
٣٠	توزيع منشورات معهد البحرين للتنمية السياسية على فيسبوك خلال شهور الدراسة	١١٥
٣١	توزيع الصور على منشورات معهد البحرين للتنمية السياسية على فيسبوك	١١٦
٣٢	أنواع الصور على منشورات معهد البحرين للتنمية السياسية على فيسبوك	١١٧
٣٣	بروز المرأة في الصور على حساب معهد البحرين للتنمية السياسية على فيسبوك	١١٧
٣٤	القضايا التي تناولتها منشورات معهد البحرين للتنمية السياسية على فيسبوك	١١٨
٣٥	المرأة كقوة فاعلة في منشورات معهد البحرين للتنمية السياسية على فيسبوك	١١٩
٣٦	تفاعل الجمهور على حساب معهد البحرين للتنمية السياسية على فيسبوك	١٢٠
٣٧	توزيع تغريدات مجلس الشورى على تويتر خلال شهور الدراسة	١٢١
٣٨	توزيع الصور على تغريدات مجلس الشورى على تويتر	١٢٢
٣٩	أنواع الوسائط البصرية في تغريدات مجلس الشورى على تويتر	١٢٢
٤٠	بروز المرأة في الوسائط البصرية على حساب مجلس الشورى على تويتر	١٢٣
٤١	القضايا التي تناولتها تغريدات مجلس الشورى على تويتر	١٢٤
٤٢	توزيع تغريدات المرأة على حساب مجلس الشورى على تويتر	١٢٥
٤٣	تفاعل الجمهور على حساب مجلس الشورى على تويتر	١٢٥
٤٤	اتساق التعليقات مع تغريدات حساب مجلس الشورى على تويتر	١٢٦
٤٥	توزيع تغريدات مجلس النواب على تويتر خلال شهور الدراسة	١٢٧
٤٦	توزيع الصور وملفات الفيديو على تغريدات مجلس النواب على تويتر	١٢٧
٤٧	أنواع الوسائط البصرية في تغريدات مجلس النواب على تويتر	١٢٨
٤٨	بروز المرأة في الوسائط البصرية على حساب مجلس الشورى على تويتر	١٢٨
٤٩	القضايا التي تناولتها تغريدات مجلس النواب على تويتر	١٢٩
٥٠	توزيع التغريدات المتعلقة بالمرأة في حساب مجلس النواب على تويتر	١٣٠
٥١	تفاعل الجمهور على حساب مجلس النواب على تويتر	١٣٠
٥٢	اتساق التعليقات مع التغريدة على حساب مجلس النواب على تويتر	١٣١
٥٣	توزيع تغريدات المجلس الأعلى للمرأة على تويتر خلال شهور الدراسة	١٣٢
٥٤	توزيع الصور على تغريدات المجلس الأعلى للمرأة على تويتر	١٣٣
٥٥	أنواع الصور والوسائط البصرية في تغريدات المجلس الأعلى للمرأة على تويتر	١٣٣
٥٦	بروز المرأة في الوسائط البصرية على حساب المجلس الأعلى للمرأة على تويتر	١٣٤
٥٧	القضايا التي تناولتها تغريدات المجلس الأعلى للمرأة على تويتر	١٣٥
٥٨	توزيع التغريدات المتعلقة بالمرأة على حساب المجلس الأعلى للمرأة على تويتر	١٣٥
٥٩	تفاعل الجمهور على حساب المجلس الأعلى للمرأة على تويتر	١٣٦

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
٦٠	مدى اتساق التعليق مع التغريدة على حساب المجلس الأعلى للمرأة على تويتر	١٣٧
٦١	توزيع تغريدات معهد البحرين للتنمية السياسية خلال شهور الدراسة	١٣٧
٦٢	توزيع الصور على تغريدات معهد البحرين للتنمية السياسية على تويتر	١٣٨
٦٣	أنواع الصور في تغريدات معهد البحرين للتنمية السياسية على تويتر	١٣٩
٦٤	بروز المرأة في الوسائط البصرية على حساب معهد البحرين للتنمية السياسية على تويتر	١٣٩
٦٥	القضايا التي تناولتها تغريدات معهد البحرين للتنمية السياسية على تويتر	١٤٠
٦٦	توزيع تغريدات معهد البحرين للتنمية السياسية على تويتر المتعلقة بالمرأة	١٤١
٦٧	تفاعل الجمهور على حساب معهد البحرين للتنمية السياسية على تويتر	١٤١
٦٨	مدى اتساق التعليق مع التغريدة على حساب معهد البحرين للتنمية السياسية على تويتر	١٤٢
٦٩	توزيع منشورات مجلس الشورى على إنستجرام	١٤٣
٧٠	توزيع الصور على منشورات مجلس الشورى على إنستجرام	١٤٤
٧١	أنواع الوسائط البصرية في منشورات مجلس الشورى على إنستجرام	١٤٤
٧٢	بروز المرأة في الوسائط البصرية على حساب مجلس الشورى على إنستجرام	١٤٥
٧٣	القضايا التي تناولتها منشورات مجلس الشورى على إنستجرام	١٤٦
٧٤	توزيع منشورات مجلس الشورى على إنستجرام المتعلقة بالمرأة كقوة فاعلة	١٤٦
٧٥	تفاعل الجمهور على حساب مجلس الشورى على إنستجرام	١٤٧
٧٦	مدى اتساق التعليق مع منشورات مجلس الشورى على إنستجرام	١٤٨
٧٧	توزيع منشورات مجلس النواب على إنستجرام خلال شهور الدراسة	١٤٧
٧٨	توزيع الصور على منشورات مجلس النواب على إنستجرام	١٥٠
٧٩	أنواع الصور والوسائط البصرية في منشورات مجلس النواب على إنستجرام	١٥٠
٨٠	بروز المرأة في الوسائط البصرية على حساب مجلس النواب على إنستجرام	١٥١
٨١	القضايا التي تناولتها منشورات مجلس النواب على إنستجرام	١٥١
٨٢	توزيع منشورات مجلس النواب على إنستجرام المتعلقة بالمرأة كقوة فاعلة	١٥٢
٨٣	تفاعل الجمهور على حساب مجلس النواب على إنستجرام	١٥٣
٨٤	مدى اتساق التعليق مع منشورات مجلس النواب على إنستجرام	١٥٤
٨٥	توزيع منشورات المجلس الأعلى للمرأة على إنستجرام خلال شهور الدراسة	١٥٥
٨٦	توزيع الوسائط البصرية على منشورات المجلس الأعلى للمرأة على إنستجرام	١٥٦
٨٧	أنواع الوسائط البصرية في منشورات المجلس الأعلى للمرأة على إنستجرام	١٥٦
٨٨	بروز المرأة في الوسائط البصرية على حساب المجلس الأعلى للمرأة على إنستجرام	١٥٧
٨٩	القضايا التي تناولتها منشورات المجلس الأعلى للمرأة على إنستجرام	١٥٧
٩٠	توزيع منشورات المجلس الأعلى للمرأة على إنستجرام المتعلقة بالمرأة كقوة فاعلة	١٥٨

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
٩١	تفاعل الجمهور على حساب المجلس الأعلى للمرأة على إنستجرام	١٥٩
٩٢	مدى اتساق التعليق مع منشورات المجلس الأعلى للمرأة على إنستجرام	١٦٠
٩٣	توزيع منشورات معهد البحرين للتنمية السياسية على إنستجرام خلال شهور الدراسة	١٦١
٩٤	توزيع الوسائط البصرية على منشورات معهد البحرين للتنمية السياسية على إنستجرام	١٦٢
٩٥	الوسائط البصرية في منشورات معهد البحرين للتنمية السياسية على إنستجرام	١٦٢
٩٦	بروز المرأة في الوسائط البصرية على إنستجرام معهد البحرين للتنمية السياسية	١٦٣
٩٧	القضايا التي تناولتها منشورات معهد البحرين للتنمية السياسية على إنستجرام	١٦٤
٩٨	منشورات معهد البحرين للتنمية السياسية على إنستجرام المتعلقة بالمرأة كقوة فاعلة	١٦٤
٩٩	تفاعل الجمهور على حساب مجلس الشورى على إنستجرام	١٦٥
١٠٠	مدى اتساق التعليق مع منشورات معهد البحرين للتنمية السياسية على إنستجرام	١٦٦
١٠١	توزيع منشورات مجلس الشورى على يوتيوب خلال فترة الدراسة	١٦٧
١٠٢	تصنيف المادة المصورة على حساب مجلس الشورى على يوتيوب	١٦٨
١٠٣	مصدر المادة المصورة على حساب مجلس الشورى على يوتيوب	١٦٨
١٠٤	القضايا التي تناولتها منشورات مجلس الشورى على يوتيوب	١٦٩
١٠٥	تفاعل الجمهور على حساب مجلس الشورى على يوتيوب	١٧٠
١٠٦	توزيع منشورات مجلس النواب على يوتيوب خلال شهور الدراسة	١٧٠
١٠٧	تصنيف المادة المصورة على حساب مجلس النواب على يوتيوب	١٧١
١٠٨	مصدر المادة المصورة على حساب مجلس النواب على يوتيوب	١٧٢
١٠٩	القضايا التي تناولتها منشورات مجلس النواب على يوتيوب	١٧٣
١١٠	تفاعل الجمهور على حساب مجلس النواب على يوتيوب	١٧٣
١١١	توزيع منشورات المجلس الأعلى للمرأة على يوتيوب على شهور الدراسة	١٧٤
١١٢	تصنيف المادة المصورة على حساب المجلس الأعلى للمرأة على يوتيوب	١٧٥
١١٣	مصدر المادة المصورة على حساب المجلس الأعلى للمرأة على يوتيوب	١٧٥
١١٤	القضايا التي تناولتها منشورات المجلس الأعلى للمرأة على يوتيوب	١٧٦
١١٥	تفاعل الجمهور على حساب المجلس الأعلى للمرأة على يوتيوب	١٧٧
١١٦	توزيع منشورات معهد البحرين للتنمية السياسية على يوتيوب خلال شهور الدراسة	١٧٨
١١٧	تصنيف المادة المصورة على حساب معهد البحرين للتنمية السياسية على يوتيوب	١٧٨
١١٨	مصدر المادة المصورة على حساب معهد البحرين للتنمية السياسية على يوتيوب	١٧٩
١١٩	القضايا التي تناولتها منشورات معهد البحرين للتنمية السياسية على يوتيوب	١٨٠
١٢٠	تفاعل الجمهور على حساب معهد البحرين للتنمية السياسية على يوتيوب	١٨٠
١٢١	توزيع منشورات المؤسسات موضع الدراسة على فيسبوك	١٨١

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
١٢٢	معدل استخدام مؤسسات الدراسة للصور والوسائط السمعية البصرية على فيسبوك	١٨٢
١٢٣	أنواع الصور والوسائط السمعية البصرية لحسابات مؤسسات الدراسة على فيسبوك	١٨٣
١٢٤	بروز المرأة في حسابات مؤسسات الدراسة على فيسبوك	١٨٤
١٢٥	متغيرات الدراسة على حسابات مؤسسات الدراسة على فيسبوك	١٨٤
١٢٦	تفاعل الجمهور على حسابات مؤسسات الدراسة على فيسبوك	١٨٥
١٢٧	توزيع تغريدات مؤسسات الدراسة على تويتر	١٨٦
١٢٨	معدل استخدام الصور والوسائط السمعية البصرية لحسابات مؤسسات الدراسة على تويتر	١٨٧
١٢٩	أنواع الصور والوسائط السمعية البصرية على تويتر	١٨٨
١٣٠	بروز المرأة كقوة فاعلة على تويتر	١٨٩
١٣١	متغيرات الدراسة على حسابات مؤسسات الدراسة على تويتر	١٩٠
١٣٢	تفاعل الجمهور مع مؤسسات الدراسة على تويتر	١٩١
١٣٣	توزيع منشورات المؤسسات موضع الدراسة على إنستجرام	١٩٢
١٣٤	معدل استخدام الصور والوسائط السمعية البصرية على إنستجرام	١٩٣
١٣٥	أنواع الصور والوسائط السمعية البصرية على إنستجرام	١٩٤
١٣٦	بروز المرأة كقوة فاعلة على إنستجرام	١٩٥
١٣٧	قضايا المرأة، والمشاركة السياسية، والمشاركة السياسية للمرأة على إنستجرام	١٩٦
١٣٨	تفاعل الجمهور مع مؤسسات الدراسة على إنستجرام	١٩٧
١٣٩	توزيع منشورات المؤسسات موضع الدراسة على يوتيوب	١٩٨
١٤٠	نوع المادة الفيلمية المعروضة على يوتيوب	١٩٨
١٤١	مصدر ملفات الفيديو المعروضة على يوتيوب	١٩٩
١٤٢	القضايا التي تناولتها ملفات الفيديو المعروضة على يوتيوب	٢٠٠
١٤٣	عدد مرات المشاهدة على يوتيوب خلال فترة الدراسة	٢٠٢
١٤٤	توزيع منشورات وسائل الإعلام الجديد	٢٠٣
١٤٥	معدل استخدام الصور والوسائط السمعية البصرية على وسائل الإعلام الجديد	٢٠٤
١٤٦	تنوع الصور والوسائط السمعية البصرية على وسائل الإعلام الجديد	٢٠٤
١٤٧	بروز المرأة كقوة فاعلة في وسائل الإعلام الجديد	٢٠٥
١٤٨	معدل بروز متغيرات الدراسة إجمالاً في وسائل الإعلام الجديد	٢٠٦
١٤٩	قضايا المرأة، والمشاركة السياسية، والمشاركة السياسية للمرأة على وسائل الإعلام الجديد	٢٠٧
١٥٠	حجم التفاعل الإجمالي من جانب الجمهور على وسائل الإعلام الجديد	٢٠٨
١٥١	توزيع منشورات مؤسسات الدراسة	٢٠٩
١٥٢	معدل استخدام الصور والوسائط السمعية البصرية لدى مؤسسات الدراسة	٢١٠

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
١٥٣	بروز المرأة كقوة فاعلة لدى مؤسسات الدراسة	٢١٠
١٥٤	قضايا المرأة، والمشاركة السياسية، والمشاركة السياسية للمرأة لدى مؤسسات الدراسة	٢١١
١٥٥	تفاعل الجمهور مع مؤسسات الدراسة	٢١٢
١٥٦	تفاعل الجمهور مع مؤسسات الدراسة لكل نوع من التفاعل	٢١٣
١٥٧	تحليل أعداد ونسب عينة البحث وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية	٢١٦
١٥٨	تحليل أعداد ونسب عينة البحث وفقاً لمتغير العمر	٢١٧
١٥٩	تحليل أعداد ونسب عينة البحث وفقاً لمتغير المؤهل العلمي	٢١٨
١٦٠	تحليل أعداد ونسب عينة البحث وفقاً لمتغير الإقامة	٢١٨
١٦١	تحليل أعداد ونسب عينة البحث وفقاً لمتغير الوظيفة	٢١٩
١٦٢	مواقع ومنصات الإعلام الجديد	٢٢١
١٦٣	أدوات استخدام وسائل الإعلام الجديد	٢٢٣
١٦٤	حجم التعرض اليومي لوسائل الإعلام الجديد	٢٢٤
١٦٥	ترتيب وسائل الإعلام الجديد من حيث الأهمية	٢٢٦
١٦٦	وسائل الإعلام الجديد التي جاءت في المرتبة الأولى من حيث الأهمية	٢٢٦
١٦٧	درجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على الأخبار والمعرفة السياسية	٢٢٧
١٦٨	درجة الثقة في مضمون وسائل الإعلام الجديد	٢٢٨
١٦٩	درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على الأخبار والمعرفة السياسية	٢٣٠
١٧٠	أوجه الاستفادة من الإعلام الجديد في المجال السياسي	٢٣١
١٧١	الصورة الإعلامية للمرأة البحرينية التي تقدمها وسائل الإعلام الجديد	٢٣٢
١٧٢	حجم ونوعية المشاركة الانتخابية للمرأة البحرينية	٢٣٤
١٧٣	تولي المناصب السياسية	٢٣٦
١٧٤	عضوية الجمعيات السياسية	٢٣٧
١٧٥	مستوى العضوية في الجمعيات السياسية	٢٣٧
١٧٦	مدة العضوية في الجمعيات السياسية	٢٣٧
١٧٧	عضوية الجمعيات الحقوقية	٢٣٨
١٧٨	مستوى العضوية في الجمعيات الحقوقية	٢٣٨
١٧٩	مدة العضوية في الجمعيات الحقوقية	٢٣٩
١٨٠	المشاركة من خلال تقديم المقترحات والاستشارات والشكاوى	٢٣٩
١٨١	العوامل التي يمكن أن تزيد درجة المشاركة السياسية للمرأة	٢٤٠
١٨٢	دور وسائل الإعلام الجديد في المشاركة السياسية للمرأة البحرينية	٢٤٢
١٨٣	العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد وبين التصويت على الميثاق ٢٠٠١م	٢٤٣

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
١٨٤	العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد وبين التصويت في انتخابات ٢٠٠٢م	٢٤٤
١٨٥	العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد وبين التصويت في انتخابات ٢٠٠٦م	٢٤٤
١٨٦	العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد وبين التصويت في انتخابات ٢٠١٠م	٢٤٦
١٨٧	العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد وبين التصويت بالانتخابات التكميلية ٢٠١١م	٢٤٦
١٨٨	العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد وبين التصويت في انتخابات ٢٠١٤م	٢٤٦
١٨٩	العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد وبين التصويت في انتخابات ٢٠١٨م	٢٤٦

فهرس الأشكال

رقم	موضوع الشكل	الصفحة
١	مواقع ومنصات الإعلام الجديد	٢٢٢
٢	أدوات استخدام وسائل الإعلام الجديد	٢٢٣
٣	حجم التعرض لوسائل الإعلام الجديد لأكثر من أربع ساعات يومياً	٢٢٥