



بسم الله الرحمن الرحيم

∞∞∞∞

تم عمل المسح الضوئي لهذه الرسالة بواسطة / سامية زكى يوسف

بقسم التوثيق الإلكتروني بمركز الشبكات وتكنولوجيا المعلومات دون أدنى

مسئولية عن محتوى هذه الرسالة.

ملاحظات:

- بالرسالة صفحات لم ترد بالأصل
- بعض الصفحات الأصلية تالفة
- بالرسالة صفحات قد تكون مكررة
- بالرسالة صفحات قد يكون بها خطأ ترقيم

جامعة القاهرة

كلية الإعلام

قسم العلاقات العامة والإعلان

أساليب الدعاية الانتخابية وتأثيرها على السلوك الانتخابي في المملكة
الأردنية الهاشمية

"دراسة حالة لانتخابات تشرين الثاني (نوفمبر) ١٩٩٧"

رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراة في الإعلام

إعداد

أحمد بدر منصور القاضي

إشراف

الأستاذ الدكتور علي عجوة/ عميد كلية الإعلام

الأستاذ الدكتور صفوت العام/ قسم العلاقات العامة والإعلان

٢٠٠٢

٢٠٠٢

الاهراء

الى والديَّ
قطفة جديدة من قطاف نبتكما المبارك
الى من شارككني أعباء هذه الرسالة ...
زوجتي العزيزة
وابنتي الفالية ديانا
والى كل اصحاب النفوس الزكية الذين يقاومون
باجسادهم دفاعاً عن كرامة الامة ...
الى كل شهداء الاقصى .

1000
1000
1000
1000
1000

1000

تقديم

الحمد لله الذي علم الانسان ما لم يعلم ، ونحو القوة والعقل على الخلق والفكر والبحث والتقصي للوقوف على اسرار هذا الكون البديع ، فلله الحمد والمنة وهو المستعان على كل امر عظيم .
فإنه من باب رد الفضل الى أهله ، فإنني أقدم بخالص شكر وعظيم الامتنان لكل الزملاء قدوة
لي اعمون وللمساعدة بلا تمام هذه الرسالة ، وأخص بالشكر والتقدير الاستاذ الدكتور علي محمود
عميد كلية الاعلام الذي أشرف على هذه الرسالة وكان له الفضل الكبير في توجيهي على اختيار هذا
الموضوع ، وكانت توجيهاته المستمرة ودعمه للوصول لفضل الكبير في اتمام هذه الرسالة على هذا
الشكل ، فجزاه الله عني خيرا الجزاء .

كذلك فإنني أقدم بخالص شكري وتقديري للاستاذ الدكتور صفوت لعالم الذي ما بذل
علي بالنصح والارشاد والتوجيه أبداً ، فكان لا فطاره لينة الفضل الكبير في اتمام
بحث بهذه الصورة .

ولا يفوتني هنا أن أقدم بواحد لشكر وعظيم الامتنان لعضاء هيئة المناقشة ممثلة بالاستاذ
الدكتور محمد يوسف قسم العلاقات العامة والاعلان في كلية الاعلام ، والاستاذ الدكتور حسني عيسى
قسم العلوم السياسية في جامعة حلوان بقبولهما مشكورين في لجنة المناقشة والمحكم على هذه الرسالة .
وفي النهاية لا يسعني إلا أن أقدم بجزيل الشكر الى لجنة تحكيم استبيان هذه الرسالة ممثلة بالاستاذ
الدكتور اسم الحجاز رئيس قسم العلاقات العامة والاستاذ الدكتور محمد يوسف قسم العلاقات العامة والاستاذ الدكتور راجيا
فنديل والاستاذ الدكتور سامي شريف قسم الادلة والتفريغ والاستاذ الدكتور اسحق صالح رئيس قسم الصحافة والاعلام
في كلية الاعلام جامعة القاهرة ، وكذلك الاستاذ الدكتور محمد صني لديره عربووس والاستاذ الدكتور دودة بدران
مع كلية العلوم السياسية جامعة القاهرة ، والى زملاء في قسم الصحافة والاعلام وأخص بالشكر الدكتور علي بخاريات
والدكتور أحمد الطيانه والزميل محمد الحبيب ومحمد جبريل الشريه .

فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
١	الباب الأول: الإطار المنهجي و النظري للدراسة.
٢	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.
٤	تمهيد
١٠	الدراسات السابقة
١٤	الإطار النظري للدراسة
١٤	نظرية الاستخدامات والإشباع
٢٤	مشكلة البحث
٢٧	الفروض والتساؤلات الخاصة بالدراسة
٢٨	نوعية البحث
٣٠	مناهج الدراسة
٣٢	أدوات البحث
٣٣	مجتمع البحث وعينه
٣٥	الفصل الثاني: النظام السياسي والحزبي والانتخابي في المملكة الأردنية الهاشمية
٣٧	المبحث الأول: النظام السياسي
٣٩	تأسيس إمارة شرقي الأردن
٤٣	السلطة التنفيذية
٤٧	السلطة التشريعية
٤٩	السلطة القضائية
٥١	المبحث الثاني: التركيبة السكانية للمجتمع الأردني
٥١	الوضع السكاني في الأردن
٥٢	النمو السكاني
٥٢	عوامل النمو السكاني في الأردن
٥٤	الخصوبة

٥٥	الوفيات
٥٦	التركيب العمري للسكان
٥٧	التركيب النوعي
٥٨	التوزيع الجغرافي للسكان
٥٨	التوزيع السكاني غير المتكافئ
٦٢	المبحث الثالث: الحياة الحزبية في المملكة الأردنية الهاشمية
٦٣	مفهوم الأحزاب
٦٦	الأحزاب في الأردن
٦٧	النضال السياسي وتشكيل الأحزاب
٧٠	المبحث الرابع: التنظيم الانتخابي
٧٠	الانتخاب في الدستور الأردني
٧٢	قضايا الانتخاب في الميثاق الوطني الأردني
٧٥	قانون الانتخاب
٧٩	الدوائر الانتخابية
٨٦	مشكلات قانون الانتخاب
٨٦	قانون الصوت الواحد
٩٢	الإشراف على الانتخابات
٩٧	الكوتا (الحصص)
١٠٢	البطاقة الانتخابية
١٠٦	الفصل الثالث: الدعاية الانتخابية: المفهوم، الوسائل، الأساليب، التخطيط
١٠٨	مفهوم الدعاية
١١٣	مفهوم الدعاية الانتخابية
١١٥	تصميم الرسالة الدعائية
١١٧	خطوات إعداد البرنامج الانتخابي
١١٩	أولاً: تحديد المشكلات (القضايا)
١٢١	ثانياً: البحث عن الحقائق

١٢٢	ثالثاً: تحديد الأهداف
١٢٤	رابعاً: تحديد الجمهور
١٢٦	خامساً: تخطيط البرامج
١٣٠	أساليب الدعاية الانتخابية
١٥٣	وسائل الاتصال المستخدمة في الحملات الانتخابية
١٧٣	الباب الثاني: النتائج الخاصة بالدراسة الميدانية
١٧٤	الفصل الأول: مسح الجمهور
١٧٦	أولاً: خصائص عينة الدراسة
١٧٧	عينة الدراسة حسب الجنس
١٧٨	عينة الدراسة حسب المنطقة السكنية
١٨٠	عينة الدراسة حسب العمر
١٨١	عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية
١٨٢	عينة الدراسة حسب الوضع الوظيفي
١٨٢	عينة الدراسة حسب قطاع العمل
١٨٤	عينة الدراسة حسب المحافظات
١٨٥	عينة الدراسة حسب الديانة
١٨٦	عينة الدراسة حسب الدخل الشهري
١٨٨	عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي
	عينة الدراسة حسب الانتماء الحزبي
١٨٩	عينة الدراسة حسب المقعد الانتخابي
١٩٠	ثانياً: النتائج الخاصة بالعملية الانتخابية
١٩١	ممارسة التصويت في الانتخابات السابقة حسب الجنس
١٩٤	أسباب عدم المشاركة في الانتخابات
١٩٧	مدى العلم باتجاه بعض الأحزاب لمقاطعة الانتخابات
١٩٩	الموقف من المقاطعة
٢٠٠	المقاطعة والممارسة الديمقراطية

٢٠٢	معايير إعطاء الصوت الانتخابي
٢٠٦	النتائج المترتبة على انتخاب مرشح إسلامي مستقل
٢٠٨	مدى الموافقة على قانون الانتخاب الحالي
٢١٠	الموافقة على تغيير قانون الانتخاب الحالي
٢١١	قانون الصوت الواحد مفاجئاً و غير مبرر
٢١٢	الموافقة على أن قانون الصوت الواحد كان مبرراً
٢١٤	دستورية قانون الصوت الواحد
٢١٥	تفعيل التمثيل الحزبي من خلال تغيير قانون الانتخاب
٢١٧	قانون الانتخاب وتكريس العشائرية
٢١٨	مشكلات قانون الانتخاب
٢٢٢	كفاية عدد المقاعد النيابية
٢٢٣	عدد المقاعد الأمتل في حالة الزيادة
٢٢٦	إعادة توزيع المقاعد النيابية على الدوائر الانتخابية لتحقيق العدالة
٢٢٧	إعادة توزيع المقاعد النيابية حسب عدد السكان
٢٢٩	تخصيص كوتا للأقليات
٢٣٠	تخصيص مقاعد لتمثيل المرأة
٢٣٢	المساواة بين المواطنين في الدوائر المختلفة
٢٣٣	مساواة الدوائر الانتخابية مع عدد الممثلين
٢٣٥	وجوب تعديل سن الاقتراع
٢٣٧	آليات الانتخابات
٢٣٨	الانتخابات بهوية الأحوال بدلا من البطاقة الانتخابية
٢٣٩	الاعتقاد بكون التصويت بهوية الأحوال يقلل من التلاعب ونقل الأصوات
٢٤١	تسهيل الحكومة نقل الأصوات لبعض المرشحين
٢٤٤	تقديم الامتيازات لمرشحين وحجبها عن الآخرين
٢٤٧	ثالثا: النتائج الخاصة بوسائل وأساليب الدعاية الانتخابية
٢٤٧	أساليب كسب تأييد الناخبين

٢٤٩	الفائدة التي تحققت من خلال الدعاية الانتخابية
٢٥١	دائرة القضايا التي ركز عليها المرشحون
٢٥٣	أهم القضايا التي تناولها المرشحون في حملاتهم
٢٥٧	مدى رضا الناخبين عن أطروحات المرشحين
٢٥٩	أساليب مخاطبة الناخبين
٢٦٢	وسائل الاتصال بالناخبين
٢٦٦	الزيارات المنزلية
٢٧٢	زيارة ديوان العشيرة
٢٨٦	الاجتماعات العامة
٣٠٣	الصحف اليومية
٣١٧	الصحف الأسبوعية
٣٢٧	للسصحف الحزبية
٣٣٧	النشرات
٣٤٦	الكتب والكتيبات
٣٥٤	الإذاعة
٣٦٣	التلفزيون
٣٧٥	الإعلان التلفزيوني
٣٨١	دور المساجد
٣٨٥	استخدام وسائل دعائية أخرى
٣٨٦	رابعاً: وسائل وأساليب الاتصال وفقاً لمزيج من المتغيرات
٣٨٧	وسائل الاتصال بالناخبين وفقاً للمنطقة السكنية
٣٩٠	اتخاذ الناخب قراره بالتصويت بناءً على لليارات المنزلية للمرشحين
٣٩١	التصويت بناءً على زيارة ديوان العشيرة مرتبطاً بالمنطقة السكنية
٣٩٢	التصويت بناءً على ما نشر في الصحف اليومية وفقاً للمنطقة السكنية
٣٩٣	التصويت بناءً على ما نشر في الصحف الأسبوعية وفقاً للمنطقة السكنية
٣٩٤	التصويت بناءً على ما نشر في الصحف الحزبية وفقاً للمنطقة السكنية

٣٩٥	أثر النشرات على اختيار المرشح وفقاً للمنطقة السكنية
٣٩٦	أثر الكتب والكتيبات على القرار الانتخابي وفقاً للمنطقة السكنية
٣٩٦	تأثير القرار الانتخابي بما نشرته الإذاعة وفقاً للمنطقة السكنية
٣٩٨	تأثير القرار الانتخابي بما نشر في التليفزيون حسب المنطقة السكنية
٣٩٩	اتخاذ القرار الانتخابي بناءً على الإعلانات التليفزيونية حسب المنطقة السكنية
٤٠٠	اتخاذ القرار الانتخابي بناءً على الزيارات المنزلية وفقاً للعمر
٤٠١	الفصل الثاني: تحليل مضمون الموضوعات الانتخابية في الصحف الأردنية اليومية
٤٠٢	أولاً: الموضوعات الانتخابية العامة
٤٠٥	الموضوعات التي تنازلتها الصحف
٤١٠	الأنماط الصحفية للموضوعات الانتخابية
٤١٢	توزيع الموضوعات الانتخابية على صفحات الصحف
٤١٥	استخدام الشعارات كما جاءت في الصحف
٤١٦	الموضوعات الانتخابية في الصحف الأردنية موزعة حسب المحافظات
٤١٨	استخدام الرموز في الإعلانات الانتخابية موزعة على الصحف الأردنية
٤١٩	القيم التي تحملها الموضوعات الانتخابية
٤٢١	اتجاهات الموضوعات الانتخابية في الصحف الأردنية
٤٢٤	استخدام الألوان في الإعلانات حسب الصحف
٤٢٦	استخدام الصور والرسوم في الموضوعات الانتخابية موزعة حسب الصحف
٤٢٨	الموضوعات الانتخابية حسب موقعها على صفحات الصحف الأردنية
٤٣١	الموضوعات الانتخابية حسب الأنماط الصحفية
٤٣٩	القيم التي تحملها الموضوعات الانتخابية
٤٥٤	الإعلانات الانتخابية وفقاً للمحافظات
٤٥٦	موقع الإعلانات الانتخابية على الصفحات
٤٥٧	استخدام الشعارات في الإعلانات الانتخابية
٤٥٨	استخدام الرموز في الإعلانات الانتخابية

٤٥٩	القيم التي تحملها الإعلانات الانتخابية
٤٦٠	اتجاهات الإعلانات الانتخابية
٤٦١	الاستمالات في الإعلانات الانتخابية
٤٦٢	استخدام الألوان في الإعلانات الانتخابية
٤٦٢	استخدام الصور والرسومات في الإعلانات الانتخابية
٤٦٣	الإعلانات الانتخابية حسب المحافظات موزعة على صفحات الصحف
٤٦٩	استخدام الرموز في الإعلانات الانتخابية وفقاً للمحافظات
٤٧٢	اتجاهات الإعلانات الانتخابية وفقاً للمحافظات
٤٧٤	الاستمالات وفقاً للمحافظات
٤٧٨	الفصل الثالث: تحليل مضمون الإعلانات الانتخابية في التلفزيون الأردني
٤٨١	الموضوعات الانتخابية
٤٨٣	الإعلانات الانتخابية حسب المحافظة
٤٨٤	الإعلانات الانتخابية حسب النوع
٤٨٥	الإعلانات الانتخابية حسب المنطقة
٤٨٦	الإعلانات الانتخابية حسب المقعد
٤٨٧	القيم التي تحملها الإعلانات الانتخابية
٤٨٨	الإعلانات الانتخابية حسب الاتجاه
٤٨٩	الاستمالات الانتخابية
٤٩٠	الشعارات الانتخابية
٤٩١	الإعلانات الانتخابية حسب المحافظة والنوع
٤٩٢	الإعلانات الانتخابية حسب المحافظة والمنطقة
٤٩٤	الإعلانات الانتخابية حسب المحافظة والمقعد
٤٩٦	الإعلانات الانتخابية حسب المحافظة والقيم
٤٩٩	الإعلانات الانتخابية حسب المحافظة والاتجاه
٥٠١	الإعلانات الانتخابية حسب المحافظة والاستمالات
٥٠٣	الإعلانات الانتخابية حسب النوع مع المنطقة