# مجلة بحورے (العلاقات (العامة

د لاتری د لاوسط



# دورية علمية محكمة تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد التاسع - أكتوبر/ ديسمبر ٢٠١٥

النوموفوبيا في عصر وسائل الإعلام الرقمية

أ.د/ انشراح الشال (جامعة القاهرة) ... ص٩

- معالجة الصحف المصرية لثورة ٣٠ يونيو دراسة تحليلية لصحف: (الأهرام ،الوفد ،المصري اليوم) د/ خالد أحمد مسعد (جامعة سيناء) ... ص٣٣
  - استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) والإشباعات المتحققة في زيادة الوعي البيئي دراسة ميدانية على طلاب بعض الكليات بجامعة الحدود الشمالية - المملكة العربية السعودية

د/ عبد الله عبد الله محمد الوزان (جامعة الحدود الشمالية) ... ص٦٣

- أنماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية ودوره في تعزيز الاتجاه نحو قبول الآخر- بحث ميداني د/ فرج خيري درويش (جامعة سيناء) ... ص١٠٣
- العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي في مصر د/ السيد عبد الرحمن على (جامعة سيناء) ... ص١٢٥
- توظیف التقنیات الحدیثة فی مجال العلاقات العامة دراسة وصفیة آرام إبراهيم أبو عباة ( جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص١٨٩

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية (ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٥ @ EPRA

www.epra.org.eg

# هيئة النحكير العلمية للبحوث

# أد/ على السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

## Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أد/ منى سعيد الحديدي أيا المديدي أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أدا ياس خصير البياتي أداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أد/ انشراح الشال

أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة (دكتوراه الدولة في الأداب والعلوم الإنسانية من فرنسا)

أد/ حسن عماد مكاوى

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ محمد معوض إبراهيم أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

أ.د/ سامي السيد عبد العزيز أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ عبد الرحمن بن حمود العناد أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الأداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده اليئة - جامعة القاهرة أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشنون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد طايع
 أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ بسيوني إبراهيم حمادة أستاذ الإعلام السياسي والرأى العام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ شريف درويش مصطفى اللبان أستاذ الصحافة – ووكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د/ حسن علي محمد علي أ.د/ حسن المناذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الأداب - جامعة المنيا

أ.د/ عابدين الدردير الشريف أستاذ الإعلام وعميد كلية الأداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

آد/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

أ.د/ حمدي حسن أبو العينين أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أد/ عثمان بن محمد العربي أماد المعربي أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الأداب - جامعة الملك سعود

أد/ وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون الطلاب - جامعة القاهرة

أ.د/ تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

أدار محمد عبد الستار البخاري العربة الموادية المحمد عبد الستار البخاري العومية الأوزبكية الموادية الأوزبكية المحلود منفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أد/ على قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال ــ جامعة الجزائر ٣

۱<u>.د/ ر</u>ضوان بو جمعه

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



# مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط (JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

# العدد التاسع – أكتوبر / ديسمبر ٥٠١٥

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

# أ.د/ على السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

# أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

# أ. د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن جامعة مصر الدولية

# د/ السيد عبد الرحمن على

مدرس العلاقات العامة بكلية تكنولوجيا الإعلام

### صبري محمد سليمان

مدقق اللغة العربية

### <u>المراسلات</u>

### الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية الْجَيْزة - الدَّقيَّ بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

> Mobile: +201141514157 Tel: +2237620818 Www.epra.org.eg Jprr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع محفوظة.

# جميع حقوق الطيع والنشر محفوظة للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجـوز، دون الحصـول علـى إذن خطـي مـن الناشـر، اسـتخدام أي مـن المـواد التـي تتضـمنها هـذه المجلـة، أو استنسـاخها أو نقلهـا، كليـا أو جزئيـا، فـي أي شـكل وبـأي وسـيلة، سـواء بطريقـة إلكترونيـة أو آليـة، بمـا فـي ذلـك الاستنسـاخ الفوتـوغرافي، أو التسـجيل أو اسـتخدام أي نظـام مـن نظـم تخـزين المعلومـات واسـترجاعها، وتطبـق جميـع الشـروط والأحكـام والقـوانين الدوليـة فيمـا يتعلـق بانتهـاك حقـوق النشــر والطبـع للنســخة المطبوعــة أو الإلكترونيـة.

الترقيم الدولى للنسخة المطبوعة (ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولى للنسخة الإلكترونية (ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسـارات، يرجـى الاتصـال بـرئيس مجلـس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

### **EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: <a href="mairman@epra.org.eg">chairman@epra.org.eg</a> - <a href="mairman@epra.org.eg">iprr@epra.org.eg</a>

موقع ویب: www.epra.org.eg

(+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818 : الهاتف

# مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

# Journal of Public Relations Research Middle East

# التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيم هذه الأبحاث من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولى ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا
   بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
  - المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
  - تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
  - تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
    - يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراة.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التى نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة
   والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

# قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: ( العربية الإنجليزية الفرنسية ) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعه ويراعى الكتابة ببنط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقا لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمى بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمى وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.

- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالى أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.
  - قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصرى للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠\$ .
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصرى للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥ \$.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
  - يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
    - ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$.
    - ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين 1٨٠\$. على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
      - نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠\$
  - يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤمّرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
  - جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة جمهورية مصر العربية الجيزة الدقى بين السرايات ٢ شارع أحمد الزيات، والإميل المعتمد من الجمعية pra\_cairo@yahoo.com بعد تسديد قيمة dr\_hatematef2000@yahoo.com بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

# الافتتاحية

في العام الثالث تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام منذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣ – ليصدر منها ثمانية أعداد متتابعة تضم أبحاثاً ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وها نحن نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال " العدد التاسع " من المجلة حيث يضم بين دفتيه بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين وملخصات لرسائل علمية نُوقشت في أقسام وكليات الإعلام بالجامعات العربية المختلفة.

ولا ريب أن المجلة هي أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط. وقد وجد الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي ضالتهم التي ينشدونها في النشر على مستوى العالم العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها، وأيضًا من خلال موقعها الإلكتروني.

تم تقييم المجلة بنفس درجة المجلات العلمية لأقسام الإعلام في الجامعات المصرية؛ وذلك باعتراف اللجنة العلمية (تخصص إعلام) لترقية أعضاء هيئة التدريس بعد اطلاعهم على عددها الأول.

تعد مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط نافذة جديدة لنشر بحوث أعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي لدرجتي أستاذ مساعد وأستاذ وكذا طلبة وطالبات مرحلة الدكتوراة.

تطالعنا المجلة في البداية بمشاركة جد رائعة لأحد أساتذة الإعلام بالعالم العربي أ.د/ انشراح الشال من (مصر) عن: "النوموفوبيا في عصر وسائل الإعلام الرقمية".

كما نطالع في هذا العدد بحوثًا مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية لدرجة أستاذ منهم: د/ خالد أحمد مسعد من (مصر) والذي قدم دراسة بعنوان: "معالجة الصحف المصرية لثورة ٣٠ يونيو – دراسة تحليلية لصحف الأهرام، الوفد، المصري اليوم"، وقدم د/ عبد الله عبد الله محمد الوزان من (مصر) دراسة بعنوان: "استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) والإشباعات المتحققة في زيادة الوعي البيئي – دراسة ميدانية من طلاب بعض الكليات بجامعة الحدود الشمالية بالمملكة العربية السعودية"، وكذلك قدم د/ فرح خيري درويش من الكليات بجامعة الحدود الشمالية بالمملكة العربية السعودية"، وكذلك قدم د/ فرح خيري درويش من (مصر) دراسة بعنوان: "أنماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية ودوره في تعزيز الاتجاه نحو قبول الآخر – بحث ميداني، كما قدم د/ السيد عبد الرحمن علي من (مصر) دراسة بعنوان: "العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي في مصر ". وكذا قدمت الباحثة/آرام إبراهيم أبو عباة

من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية من (السعودية) بحثًا بعنوان: " توظيف التقنيات الحديثة في مجال العلاقات العامة دراسة وصفية ".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم للجميع أن بحوث الأساتذة لا تخضع للتحكيم وذلك طبقًا للقواعد المتبعة للنشر العلمي في المجلات العلمية. أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في الترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراة فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التى تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

رئيس تحرير المجلة أ.د/ على عجوة

# العَلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي في مصر

إعداد

د/ السيد عبد الرحمن علي (\*)

<sup>(\*)</sup> مدرس العلاقات العامة والإعلان بكلية تكنولوجيا الإعلام - جامعة سيناء.

# العَلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي في مصرا

د/ السيد عبد الرحمن علي mrelsayed01@gmail.com كلية تكنولوجيا الإعلام – جامعة سيناء

# ەقدەة:

يعيش الإنسان في جماعات، والجماعات تسير وتتطور وتنمو، وتحكمها في كلّ ذلك عوامل ومتغيرات متعددة متداخلة، وتربط بعضها ببعض شبكة دقيقة مترابطة من العَلاقات المتداخلة، وتأخذ هذه العَلاقات والصلات صورتها في شكل أفعال وأقوال واتصالات، تؤثر وتتأثر بالنَّظم الفرعية للمجتمعات التي تتنمي اليها هذه الجماعات؛ كالنظام السياسي والنظام الاقتصادي والنظام الإعلامي والنظام الاجتماعي... إلخ. ويُلاحظ في هذا المقام أن هناك عَلاقةً عضوية وطيدة بين الاقتصاد والسياسة والاتصال في كل مجتمع من هذه المجتمعات؛ حيث تعكس وسائل الإعلام طبيعة النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي السائد، وتعمل وفقًا لقوانينه؛ ولهذا أصبحت وسائل الإعلام أدواتٍ ضروريةً لخدمة السوق في المجتمعات الرأسمالية(٢). فقد أصبح الاقتصاد عصب الحياة، وبات يشكل القوى الفاعلة في التأثير في أجندة القنوات الفضائية المتخصصة وخططها البرامجية، بل يتحكم في خطابها الإعلامي ونشاطاتها الاتصالية(٣).

فالإعلام - من وجهة نظر الاقتصاد السياسي - صناعة قبل أن يكون مهنة أو رسالة من أجل الاستنارة أو التغيير المجتمعي، فهو صناعة هدفها المال وزيادة المبيعات وتحقيق الربح، مثله في ذلك مثل صناعة السيارات، أو الكمبيوتر، أو غيرها من الصناعات، هدفه الربح وتعظيم العائد على الاستثمار... هكذا تقول المدرسة النقدية للإعلام، وهكذا تشير دراسات الاقتصاد السياسي للإعلام<sup>(3)</sup>.

من جانب آخر، اختلف الباحثون في مجالي السياسة والإعلام في تحديد نوعية وأهمية العلاقة بينهما، فالبعض رأى أن العاملين ـ السياسي والإعلامي ـ يشكلان مجالين متميزين، بينما رأى البعض الآخر منهم أنه لا يمكن الفصل بين هذين النشاطين؛ نظرًا لأهمية الوظيفة الإعلامية في التبليغ، وفي إشراك المواطنين في الحياة السياسية، حيث ترتبط اختيارات المواطنين ومشاركتهم السياسية والمجتمعية بمدى المعرفة المتواجدة لديهم، كما تربط قنوات الاتصال بين التشكيلات المتآلفة والمتعارضة، وتساهم في تعبئة الجماهير قبل الحسم في كل اختيار (٥).

وقد أشار أحد الباحثين إلى أن هناك علاقة ما بين وسائل الإعلام ومتخذي القرارات السياسية، فهذا الاهتمام الذي تلقاه وسائل الإعلام من متخذي القرارات السياسية لابد أن يكون نتيجة علاقة ما بينهما، ولابد أن هذه الوسائل تمثل شيئًا ما لدى متخدي القرارات، كما أن هذه العلاقة غير محددة الاتجاه في تأثيرها - في النظم الليبرالية، أمّا النظم غير الليبرالية - مثل غالبية الدول العربية - فإن العلاقة بينهما أحادية الاتجاه في غالبية الأحوال باستثناءات قليلة - من يؤثر في من؟ من يسيطر على من؟ من يحدد

تصورات من؟ هل يهيمن متخذو القرارات السياسية على وسائل الإعلام؟ أم تقود وسائل الإعلام متخذى القرارات وتدفعهم نحو غايات وأهداف تريدها وسائل الإعلام؟ إن شدة هذه العلاقة وقوتها غير محددة، وتتراوح بين الضعف الشديد في بعض الأحيان والقوة في بعضها الآخر، كما تميل هذه العلاقة إلى الانقسام والتباعد والغياب في بعض الأحوال، وإلى الالتحام والتقارب والحضور في حالات أخرى، كذلك فإن هذه العلاقة يكتنفها نوع مما يمكن أن نطلق عليه "الذاتية الضبابية"، فالعلاقة غامضة وغير واضحة، وأدوات الملاحظة ذاتية في أغلبها وغير موضوعية، والنتاج دائمًا معلومات نصف كاملة أو نماذج استثناءاتها أكثر من مجالات تطبيقها (٦).

فضلًا عن ذلك، فإن العلاقة بين الحكومات ووسائل الإعلام تترواح بين علاقة مدّ وجزر؛ إذ تلعب الحكومة مع وسائل الإعلام لعبة شدّ الحبل، وأن جميع دول العالم تحاول التأثير في وسائل الإعلام، لكن التأثير يتم بطريقة غير مباشرة في الدول الغربية، وبطريقة مباشرة وواضحة في الدول النامية $(^{\gamma})$ .

كذلك فإن متخذي القرارات وصانعي السياسات قد يستخدمون وسائل الإعلام في إضفاء طابع خلّاب على الموقف؛ وذلك للحصول على التأبيد الجماهيري، ويمكن القول إن معظم القرارات والسياسات التي تحكم حياتنا، ونُصِر عليها ونؤمن بها، هي نتيجة وجود مبررات وتفسيرات نجح متخذو القرارات وصانعو السياسات في إقناعنا بها<sup>(٨)</sup>؛ حيث تقوم وسائل الإعلام بمعالجة الموضوعات والقضايا بطريقة تتفق ورؤية النظام السياسي الذي يسعى الإقناع الجماهير بوجهة نظره<sup>(٩)</sup>.

وتعتمد الأنظمة السياسية على وسائل الإعلام لتحقيق أهداف عدة، أبرزها الحفاظ على النظام، وتحقيق التكامل الاجتماعي والسياسي، وكسر الحواجز الوهمية بين فئات الشعب، بهدف خلق إجماع عام حول الموضوعات والقضايا التي يسعى النظام السياسي لنشرها؛ وذلك عبر تنظيم المواطنين وتعبئتهم لتنفيذ هذه الأنشطة<sup>(١٠)</sup>.

وهكذا يتضح أن العلاقة بين العملية الاتصالية والعملية السياسية علاقة وثيقة للغاية، فكلا النظامين يتأثر بالآخر ويؤثر فيه، وإن كان حجم التأثير الذي يمارسه النظام السياسي في نظام الاتصال في البلدان النامية أكثر من تأثير نظام الاتصال في النظام السياسي، ويرتبط ذلك بسمات المجتمعات النامية السياسية والاقتصادية والاجتماعية (١١).

وتمثل العلاقة بين النظامين الاتصالى والسياسي موضوعًا لعدد كبير من الدراسات والبحوث التي حاولت وضع نماذج عامة يمكن في ضوئها تحديد طبيعة العلاقة بينهما (علاقة اعتماد متبادل ـ علاقة خضوع وهيمنة) واتجاه هذه العلاقة (من وسائل الإعلام والاتصال إلى النظام السياسي - من النظام السياسي إلى وسائل الإعلام والاتصال)؛ وذلك في ضوء أطر نظرية عامة ومقاربات فكرية متشابهة في بعض الجوانب ومختلفة في كثير منها، وقد ركزت هذه الدراسات جميعها على العلاقة المباشرة بين النظامين، وعلى وضعهما وجهًا لوجه، ومحاولة إجراء الحوار النقدي بينهما، وصولًا إلى رؤية موضوعية لطبيعة هذه العلاقة، بيد أن العلاقات بين النظم ليست بهذه الدرجة من المباشرة دائمًا، كما أنها ليست بهذا

الوضوح في غالبية الأحيان؛ إذ كثيرًا ما تكون العلاقة بين نظامين (كالنظام السياسي والنظام الاتصالي) علاقة غير مباشرة ومستترة؛ ولذا تتطلب دراستها الاستقراء، لما هو واضح ومباشر من ناحية، والاستتباط لما هو مستتر وغير مباشر من ناحية أخرى (١٢).

وتحكم العلاقة بين وسائل الاتصال وعملية صنع القرار مفاهيم ثلاثة يمكن عرضها - مع تبيان الأدوار والوظائف التي تمارسها وسائل الاتصال في إطارها - كالتالي:

المفهوم الأول: لا يُرى لوسائل الاتصال دور مؤثر في عملية صنع القرار، ووفقًا لهذا المفهوم يمثل الاتصال مجرد أمر ثانوي عارض في عملية معقدة وواسعة. ويمثل الاتصال أهمية فقط عندما تظهر سلبيات القرار، وعندما تبدو أخطاء التطبيق. عندئذٍ تركز الانتقادات على نقص المعلومات أو عدم دقتها أو عدم وجود اتساق بين عناصر السياسة العامة أو عدم ملاءمتها الواقع الذي تخدمه وغيرها من الانتقادات المشابهة، وكلها ذات طبيعة اتصالية، تعني أن ثمة خللًا في العملية، وبالطبع فإن هذا الخلل راجع إلى عدم إدراك وفهم الوظيفة الحقيقية للاتصال في عملية صنع القرار.

المفهوم الثاني: يعطي المفهوم الثاني وسائل الاتصال في صنع القرارات ووضع السياسات دورًا أكبر؛ فوسائل الاتصال تشارك في العملية، إمّا باعتبارها صاحبة مصلحة خاصة في القرار أو السياسة أو باعتبارها وسيطًا نشطًا يسهم في التدفق العام للمعلومات.

المفهوم الثالث: لا ينظر هذا المفهوم إلى وسائل الاتصال باعتبارها عنصرًا ثانويًّا أو عارضًا، كما أنه لا يقصر التأثير على وسائل الاتصال فقط، ولكنه ينظر إلى الاتصال باعتباره جوهر العملية، والاتصال وفق هذا المفهوم أساس القرار، سواء نظرنا إليه كمخرج أو كمنتج نهائي (١٣).

بعبارة أخرى، فإن هناك اختلافًا وتباينًا في الرُؤى والتوجهات حول العلاقة بين النظامين الاتصالي والسياسي؛ ومن ثمَّ تأثير وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي؛ حيث إن هناك اتجاهًا يؤكد عدم وجود تأثير لوسائل الإعلام في صنع القرار السياسي؛ لأن وسائل الإعلام ليست الفيصل أو العنصر المساعد في صنع القرار السياسي، فصناع القرار لا يعتمدون من قريب أو بعيد على وسائل الإعلام عند صنع القرار؛ حيث إن العلاقة بين النظامين السياسي والإعلامي علاقة تبعية؛ علاقة سيد وخادمه، والنظام السياسي هو السيد في هذه العلاقة، ويحدث هذا بشكل كبير في الدول غير الليبرالية؛ أي إن اتجاه العلاقة بين النظام السياسي والنظام الإعلامي في النظم غير الليبرالية ـ ومن بينها مصر ـ محدد؛ إذ يسيطر النظام السياسي على النظام الإعلامي ويخضعه لتوجهاته وأهدافه، وليس لوسائل الإعلام أو الإعلاميين في هذه النظم دور خارج نطاق تنفيذهم لهذه التوجهات والأهداف<sup>(11)</sup>، وذلك في ظل واقع مصري محدد يتسم بالمركزية الشديدة في عملية صنع القرار السياسي، حيث تحتكر قمة السلطة التنفيذية تحديد التوجهات الأساسية للمجتمع، سواء فيما يتعلق بالشؤون الداخلية أو الخارجية، وذلك من خلال بناء تحديد التوجهات الأساسية للمجتمع، سواء فيما يتعلق بالشؤون الداخلية أو الخارجية، وذلك من خلال بناء قانوني وتراث من الممارسات الفعلية ثم منظومة قيمية شعبية تعلى وتكرس هذا الدور، بحيث أصبحت





المخرجات الرئيسة للنظام السياسي المصري تعود بالأساس للتصورات والمدركات الشخصية لصانع القرار الرئيس <sup>(١٥)</sup>.

من جهة ثانية، فإن هناك اتجاهًا آخر يشير إلى أن هناك تأثيرًا بالفعل لوسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، ولكنه تأثير محدود؛ حيث إن وسائل الإعلام ليست المحرك الرئيس في صنع القرار السياسي، ذلك أن هناك العديد من العوامل الأخرى التي قد تؤثر في القرار بدرجة أكبر، مثل: الموارد الاقتصادية، والظروف الاجتماعية، وحرية النظام الاتصالى، وطبيعة النظام السياسي، والقوى السياسية صاحبة المصلحة في القرار، والمجالس النيابية، والرأي العام، كما أن الفعالية السياسية هي متغير رئيس في صنع القرار السياسي(١٦). ومن هنا، فإن الإعلام لا يمتلك القرار السياسي ولكنه يرتقي بإدراك المواطنين ووعيهم بمشاكلهم وحقوقهم (١٧).

من جهة أخرى، فإن هناك اتجاهًا ينادي بأن تكون وسائل الإعلام ذات طبيعة هادفة للتأثير في صنع القرار السياسي؛ حيث تقوم هذه الوسائل بإمداد عملية صنع القرار السياسي بتيار متدفق من المعلومات، تمثل المدخلات الأساسية للعملية، وتؤثر في مستشاري صنّاع القرار، وتنقل القرار للرأي العام وتفسره، بل وتبرره أيضًا، وتؤكد القيم والمفاهيم المتضمنة فيه، فهي تهيئ الرأي العام لقبول القرار.

وقد رأي عدد من الباحثين والمحللين أن وسائل الإعلام لا غنى عنها في الشؤون العامة والعملية الديمقراطية (١٨)؛ فلوسائل الإعلام تأثير كبير في صنع القرارات السياسية، ويرجع ذلك لأنها تؤثر في القرارات السياسية، فقد تعطى الشعبية أو تحجبها عن صانع القرار، كما أن صانع القرار ينظر إليها كمقياس لرد فعل الناس تجاه سياسته وقراراته، فوسائل الاتصال في الأنظمة الديمقراطية تكون حرة في نقل المعلومات والتفاعل مع القضايا والأحداث؛ وبالتالي تكون قدرتها على صنع القرار قوية، بينما في النظم السلطوية ـ حيث تتقل المعلومات من أعلى إلى أسفل ـ يضعف الدور الذي قد تمارسه هذه الوسائل<sup>(١٩)</sup>، كما أنّ لوسائل الإعلام دورًا بالغ الأهمية في الحياة السياسية للدولة، ومن خلالها قد تصبح الأقلية أغلبية أو المعارضة حكومة باستخدام وسائل الإقناع ومخاطبة العقول وحشد الرأي العام (٢٠).

وقد شهدت الفضائيات العربية في العقدين السابقين طفرة هائلة شكلت نقلة نوعية للمشاهد العربي، وشكَّلت عاملًا مؤثرًا في توجهاته السياسية والثقافية والاجتماعية، وأصبحت مخرجات هذه القنوات ـ خاصة القنوات الإخبارية ـ مفردات أساسية في وسائل الإعلام الأخرى وفي أجهزة صنّاع القرار (٢١). ووفقًا لهذا الاتجاه فإن أشكال تأثير وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي متعددة، ومن هذه الأشكال: وضع القضية في بؤرة دائرة صنع القرار، ووضع القضية في أولويات اهتمامات صنّاع القرار، والتأثير في توقيت صنع القرار، وتقديم البدائل والتأثير في القرار النهائي، ودفع صنّاع القرار الإعادة النظر في القرار، واعادة إنتاج القرار، وتشكيل اتجاه الرأي العام لقبول القرار أو رفضه... إلخ.

فضلًا عن ذلك، فإن هناك عدة أدوار ووظائف يمكن أن تقوم بها وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، ويمكن عرض أهم هذه الأدوار والوظائف على النحو التالي:

إن نظام الاتصال (وسائل الإعلام) في علاقته بعملية صنع القرار لن يقتصر على المخرج النهائي للعملية ـ أي القرار ـ ولكنه سيمتد ليشمل كل الأنشطة الخاصة بها، بدءًا بوجود الحافز وادراك صانع القرار له، وتحديد المشكلة وبلورتها وتفسير المعلومات الخاصة بها، والبحث عن البدائل وتنفيذ القرار وأخيرًا تقييمه، كما أنه على الرغم من أهمية دور نظام الاتصال في عملية صنع القرار من خلال ترتيب أولويات اهتمامات صانعي القرار فإن مفهوم الدور هنا أبعد وأعمق من ذلك؛ إذ إنه يمتد ليشمل قدرة نظام الاتصال على خلق ديناميكية صنع القرار، بتوفيره كم ونوع المعلومات القابلة للاستخدام بين أطراف صنع القرار، وخلق درجة من التشابه في الإدراك بين صانعي القرارات عن طريق ضمان حصولهم على النوعية نفسها من المعلومات؛ الأمر الذي يقرّب بين وجهات نظرهم. وبالطبع، فإن هذا الدور يفترض وجود تفاعل مستمر وايجابي بين نظام الاتصال والنظام السياسي أساسه الديمقراطية في صنع القرار، والموضوعية في مخرجات نظام الاتصال، والنزاهة والتجرد لدى الصحفيين (والإعلاميين بشكل عام)، وميلهم إلى تقديم الحقيقة وتتوير صانع القرار لا تضليله. كما لا يقل عن ذلك أهمية دور نظام الاتصال في التأثير في اختيار البديل النهائي عن طريق إبراز مزاياه، والتشديد على أفضليته، مقارنة بغيره من البدائل المتاحة. وقد لا يكون دور نظام الاتصال (وسائل الإعلام) في شكل دفع السلطة واقناعها باتخاذ قرار معيّن، ولكن الامتناع عن اتخاذ قرار تعترم اتخاذه، أو ربما تعديل قرار معيّن، واعادة النظر فيه، أو ربما إلغائه والعدول عنه. وإذا كان المستشارون أو مصادر المعلومات الأخرى التي تغذي صانعي القرارات بالمعلومات الخاصة بالبدائل المختلفة لمواجهة المشاكل المطروحة تأخذ في الاعتبار تأثير هذه المعلومات في مستقبلها ووضعها الوظيفي القريب من السلطة، فإن نظام الاتصال يُعَدّ مصدرًا للمعلومات أكثر جرأة في تقديم المعلومات والأفكار دون الرهبة من تأثير ما يطرحه من مقترحات على وضعه؛ وإن كان ذلك يتوقف على ما يتمتع به نظام الاتصال من حرية حقيقية. ولكنه، على أي حال، يُعَدّ نظامًا فرعيًّا خارج النظام السياسي؛ ومن ثمَّ فمن المفترض أن يكون أكثر جرأة في تقديم الحقائق وتصوير الواقع إذا ما قورن بمصادر المعلومات الأخرى التي تعمل داخل النظام نفسه، أو هكذا يجب أن يكون (٢٢). بعبارة أخرى، تلعب وسائل الإعلام دورًا مهمًّا لدى صانعي القرارات، من حيث كونها وسيلة أساسية للحصول على المعلومات، وأداة لتتفيذ بعض السياسات، ووسيلة للتفاوض مع الدول الأخرى في بعض الحالات، وهي في ذلك كله تلعب دورًا محوريًّا، بحيث لا يمكن الفصل بين أداء النظام السياسي وأداء النظام الإعلامي أو معالجة كل نظام على حدة بعيدًا عن الآخر (٢٣)؛ وعليه فإنه لا يخفى ما للمعلومات من أهمية كبيرة في اتخاذ القرارات، فهي المادة الخام التي يُصنع منها القرار، وتتوقف جودة القرار وفعاليته على جودة هذه المعلومات، من حيث الكم والنوع والتوقيت، وتلجأ الإدارة المهتمة بالمعلومات إلى





إنشاء نظام سليم للمعلومات، يقوم بمعالجة البيانات المتوافرة وتسجيلها وتصنيفها وتلخيصها وتجهيزها واسترجاعها وحفظها وتوصيلها للمعنيين حتى يتصرفوا بناءً عليها ويتخذون قراراتهم (٢٠).

كما أن دور نظام الاتصال في عملية صنع القرار قد يمتد كذلك ليشمل إعادة إنتاج القرار السياسي عن طريق طرحه على الرأي العام، وتوضيحه وتفسيره، بل وتبريره والتأكيد على القيم والمفاهيم المتضمَّنة فيه، بهدف ترسيخها وتحويلها إلى قناعة أيديولوجية لدى المواطنين تحمل تبريرًا وتسويغًا للنظام الاجتماعي والسياسي القائم. وبالطبع، فإن هذه المهمة قد لا تُؤدّى بالأسلوب نفسه والهدف نفسه داخل النظم الفرعية المختلفة لنظام الاتصال؛ فاتجاه نظام الاتصال الفرعي وموقفه من النظام السياسي يحدد طبيعة هذا الدور. واذا كان الدور السابق يتلو صدور القرار السياسي، فإن نظام الاتصال قد يمارس أيضًا دورًا قَبْليًّا في العملية، عن طريق تهيئة الرأي العام لقبول القرارات التي تعتزم السلطة إصدارها، وربما حثه على رفض القرارات التي تعتزم السلطة إصدارها، وذلك أيضًا حسب طبيعة نظام الاتصال الفرعي، فأيًّا كانت طبيعة الدور الذي يمارسه نظام الاتصال في صنع القرارات، فإن ثمة ارتباطًا قويًّا بين دور نظام الاتصال ودور الرأي العام في صنع القرارات؛ فالرأي العام في المجتمع الديمقراطي ـ مثل نظام الاتصال ـ يمثّل أهم المصادر المؤثرة في اختيارات السلطة وتوجهاتها، كما أن المُشرّع يستلهم قوانينه وتشريعاته من الرأي العام، فالمشاركة في صنع القرارات تُعدّ مرتكزًا أساسيًّا للوصول إلى القرار الأفضل، بالإضافة إلى كونه حقًا من حقوق المواطّنة، ولكن دور الرأي العام في صنع القرارات مرتبط بوجود حرية نظام الاتصال من ناحية ـ بين الحريات العامة الأخرى ـ وبطبيعة النظام السياسي والفلسفة التي تحكم من ناحية أخرى؛ فحرية نظام الاتصال هي التي تكفل وتصون الرأي الموضوعي والاقتراح الصائب، والتعبير الحقيقي عن توجهات الرأي العام. وعندئذِ فقط سيصبح للطرفين كليهما . نظام الاتصال والرأي العام . وزن وقيمة في عملية صنع القرارات<sup>(٢٥)</sup>.

من جهة أخرى، ذهب باحثون إلى وصف أدوار وسائل الإعلام ووظائفها باستخدام تشبيهات واستعارات مبنية على أساس العلاقة بين الإنسان والكلب، وذلك على النحو التالي:

دور/ وظيفة كلب المراقبة (watchdog): وهو دور الرقيب أو "كلب الحراسة"، وتقوم فيه وسائل الإعلام بالرقابة على الحكومة وموظفيها<sup>(٢٦)</sup>، وتُعَدّ هذه الوظيفة امتدادًا لمفهوم السلطة الرابعة (fourth estate)، أي وسائل الإعلام تسعى لأن تكون رقيبًا على كل ما يدور في المجتمع من مدخلات ومخرجات، بما في ذلك مراقبة المؤسسات الاجتماعية النافذة في المجتمع.

دور/ وظيفة كلب الحراسة (guarddog): وتعنى هذه الوظيفة أن وسائل الإعلام تقوم بحراسة فقط للمؤسسات النافذة في المجتمع، وتكون شديدة الحرص على متابعة العناصر الطفيلية التي تدخل إلى المجتمع وتعكر صفو العلاقة القائمة ونقاءها. دور/ وظيفة الكلب الأليف (lapdog): وتعني أن وسائل الإعلام ترتمي في حضن المؤسسات الإجتماعية، دون أن تكون أداة مستقلة، ودون إبداء أية مساءلة للسلطة، ودون الالتفات الى الآراء والاتجاهات الأخرى في المجتمع، وبالذات التي لا تتفق مع مصالح المؤسسات النافذة في المجتمع (٢٧). دور/ وظيفة الكلب المرشد (guidedog): وتعني هذه الوظيفة أن وسائل الإعلام تقوم بدور المرشد أو الدليل الذي يمد المواطنين بمجموعة من المعلومات عن السياسات، وصانعي السياسة، والتي يحتاجونها لصنع القرارات، ولتقييم قادتهم.

دور/ وظيفة الكلب القائد (leaddog): وتعني هذه الوظيفة أن وسائل الاتصال تقوم بدور وضع الأجندة للقضايا المطروحة على الساحة السياسية، حيث تلعب وسائل الإعلام دور المصفاة لهذه الحلول وترتيبها حسب الأولويات والأهمية قبل تقديمها للجمهور، كما تحث السياسيين على متابعة هذه القضايا؛ نظرًا لأهميتها في سياق الشأن العام (٢٨).

علاوة على ذلك، يؤكد الباحثون في مجال الإعلام والاتصال السياسي أن التحول الديمقراطي في مجتمع من المجتمعات يستلزم وجود وسائل إعلامية فعالة وقوية، بحيث تكون قادرة على تعقب الفساد، وطرح النقد البناء للسياسات الحكومية، وتسليط الضوء على القضايا والتحديات المصيرية في المجتمع، فضلًا عن تعبئة الرأي العام وصقل خبراته الديمقراطية عبر الزمن (٢٩).

كما أنه لا ينبغي أن يتوقف دور وسائل الإعلام عند هذا الحد، ولكن ينبغي أن يكون لها دور ناجح وناجع - بصورة أو بأخرى - في عملية صنع القرار السياسي؛ حيث تعتمد هذه العملية على المعلومات، التي تُعدُ وسائل الإعلام من أهم مصادرها ومنابعها، كما أن دور وسائل الاتصال في صنع القرارات مرتبط بمدى ديمقراطية النظام السياسي؛ ومن ثمَّ فهو مؤشر جيد لمدى نجاح التحول الديمقراطي. فعلى الرغم من حاجة كل النظم السياسية إلى نظم الاتصال، فإنه من المفترض أنه كلما زادت ديمقراطية النظام السياسي زادت درجة حاجته واعتماده على نظام الاتصال؛ فالنظام الديمقراطي ينبني على عمليات تشغيل مستمرة للمعلومات والأفكار التي ترد إليه من بيئته المحلية والخارجية، وذلك داخل أجهزة صنع القرار، وتمثل هذه المعلومات أحد المدخلات الأساسية للنظام، وتُعبّر عن مطالب الرأي العام واهتماماته ومسانداته، وبعد صنع القرار واتخاذه، يتم نقله إلى من سيتعاملون معه، ويُنتظر أن يستجيبوا له. وتمثّل جديدة من المعلومات تفسر نتائج أفعال وقرارات النظام، وتسهم في تقييم أدائه وسلوكه. وفي المقابل، فإن النظم غير الديمقراطية أقل حساسية للمعلومات التي تعكس مطالب الرأي العام واهتماماته؛ ومن ثمَّ فإنها النظم غير الديمقراطية أقل حساسية للمعلومات التي تعكس مطالب الرأي العام واهتماماته؛ ومن ثمَّ فإنها النظم غير الديمقراطية أقل حساسية للمعلومات التي تعكس مطالب الرأي العام واهتماماته؛ ومن ثمَّ فإنها النظم غير الديمقراطية أقلُ حساسية للمعلومات التي تعكس مطالب الرأي العام واهتماماته؛ ومن ثمَّ فإنها أقلُ عامادًا على نظام الاتصال، خاصة على المستوى الداخلي (٢٠٠).

وحيث إن مصر تمرُّ بظروف بالغة الحساسية، أصبح تحقيق التحول الديمقراطي مطلبًا من المطالب الأساسية المطروحة على الساحة السياسية في مصر، والمطالبة بأن تمارس وسائل الإعلام المصرية دورًا حيويًا وايجابيًا في عملية صنع القرار السياسي الخاص بقضايا التحول الديمقراطي، مما



يستوجب على الباحثين القيام بإجراء العديد من الدراسات والبحوث العلمية لإعادة استكشاف العَلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي في مصر، وبشكل خاص القرار السياسي الخاص بقضايا التحول الديمقراطي؛ ومن هنا كان اهتمام الباحث بدراسة هذه القضية البحثية.

# أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من عدة اعتبارات ومبررات من أهمها:

محاولة اختبار مدى صحة فروض بعض المداخل النظرية في المجتمعات العربية بشكل عام وفي المجتمع المصري بشكل خاص، وسيكون مدخل الاقتصاد السياسي للاتصال هو المعنى بالدراسة في هذا الصدد.

يُعَدُّ التحول الديمقراطي وقضاياه من أبرز الموضوعات المطروحة على الساحة السياسية والإعلامية في الوقت الراهن؛ ومن ثم فينبغي التعرف على العلاقة بين وسائل الإعلام وعملية صنع القرار السياسي الخاص بقضايا التحول الديمقراطي في مصر.

الإسهام في معالجة النقاط البحثية التي يتضمنها فرع التخصص والتي تحتاج إلى المزيد من البحوث والدراسات الجادة والمتنوعة.

أهمية موضوع الدراسة باعتباره من الموضوعات ذات الطبيعة الجماهيرية من جهة والأكاديمية من جهة أخرى، فهو من جهة في قائمة اهتمامات الجماهير المصرية والعربية ـ والعالمية أيضًا ـ لاسيما في الفترة الأخيرة.

أهمية توقيت إجراء الدراسة، حيث تم إجراؤها تزامنًا مع الأحداث الخاصة بقضايا التحول الديمقراطي. الزخْم الإعلامي الذي أحاط بعملية التحول الديمقراطي في مصر، والذي اكتسب بعدًا عالميًّا أبرزته وسائل الإعلام المختلفة.

# الدراسات السابقة:

قام الباحث بعمل مسح للدراسات والبحوث العلمية السابقة التي تناولت أو اقتربت من نتاول موضوع "العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي في مصر"، وقد كشف هذا المسح محدودية الدراسات والبحوث العلمية التي اهتمت به بشكل مباشر، وأنه لا توجد دراسات تتاولت هذا الموضوع على وجه التحديد؛ مما دفع الباحث إلى الخوض في هذا المجال البحثي.

وقد استفاد الباحث بصفة عامة من الدراسات السابقة في تحديد المشكلة البحثية، والتعرف على الكثير من أبعاد الإطار النظري، كما استفاد من المناهج العلمية المتبعة في هذه الدراسات، والنتائج التي توصلت إليها، وقد قسّم الباحث الدراسات السابقة إلى محورين أساسيين، هما كالتالى:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت ملكية وسائل الإعلام.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي. ويمكن تناول هذه الدراسات بشيء من التفصيل على النحو التالي:

# المحور الأول: الدراسات التي تناولت ملكية وسائل الإعلام

تعددت الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت نمط ملكية وسائل الإعلام، وإن اختلف هذا التناول فيما بين هذه الدراسات بصورة أو بأخرى، ويمكن عرض عدد من هذه الدراسات على النحو التالي: بصفة عامة، تنوعت وجهات نظر الدارسين والباحثين في الدراسات العربية التي تناولت ملكية وسائل الإعلام، ويمكن تقسيم هذه الدراسات إلى دراسات قامت برصد خطاب وسائل الإعلام وتحليله وعلاقته بنمط الملكية وكيفية معالجة هذه الوسائل للقضايا المختلفة ودراسات أخرى اهتمت بنمط ملكية وسائل الإعلام وتأثيره في هذه الوسائل وطرق معالجتها للقضايا التي تتناولها دون تحليل خطابها. أما بالنسبة للدراسات التي اهتمت بوصف خطاب وسائل الإعلام وتحليله - مع الإشارة إلى نمط الملكية وتأثيره في وسائل الإعلام ومعالجتها للقضايا - فمنها دراسات "هشام عطية، ١٩٩٥" و "محمود منصور، وسائل الإعلام ومعالجتها للقضايا - فمنها دراسات "هشام عطية، ١٩٩٥" (١٣)، و "محمود منصور، و"أماني رضا، ٢٠٠٩"، و "منى المراغي، ٢٠٠٩"، و "أميرة ناجي، ٢٠١١".

ققد توصلت دراسة "هشام عطية، ١٩٩٥" إلى أن موقف جريدة الأهرام جاء منسقًا دائمًا ومروجًا لمواقف السلطة المصرية. وكشفت دراسة "محمود منصور، ٢٠٠٧" أن صحيفة الأهرام غلب عليها الاهتمام بنشر خطاب مرشح الحزب الوطني، وأن الخطابين الصحفيين في الوفد والغد اتفقا في الدعاية والترويج لمرشحيهما، وتجاهلت الصحيفتان باقي المرشحين. وأوضحت دراسة "أماني رضا، ٢٠٠٩" توجه القناة الحكومية إلى تقديم الأخبار الإيجابية بنسبة أكبر من اهتمامها بالأخبار السلبية، بينما تركز الفضائية المعارضة على الأخبار السلبية التي توضح المأساة والحالة السيئة التي يعيشها المواطنون في دولتي الدراسة. وأظهرت دراسة "منى المراغي، ٢٠٠٩" أن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المجتمع يرتبط ارتباطًا وثيقًا بمتغيرات سياسية واجتماعية واقتصادية متعددة ـ منها نمط الملكية ـ تؤثر فيها وتتأثر بها. وأوضحت دراسة "أميرة ناجي، ٢٠١١" بعض الدلالات التي تربط أهداف النشر لقضايا الفساد في الصحيف المصرية بنمط ملكية الصحيفة وأيديولوجيتها وسياستها التحريرية.

ومن جانبها فقد تعددت الدراسات التي لم تقم برصد خطاب وسائل الإعلام وتحليله، وقد تناولت هذه الدراسات من جانبها نمط ملكية وسائل الإعلام وتأثيره في هذه الوسائل ومعالجتها للقضايا، فمن هذه الدراسات دراسات اهتمت بقوة تأثير نمط الملكية على مستوى وسائل الإعلام والتليفزيون دراسات "أشرف جلال، 7.00"، و"عمد عبد العاطي، جلال، 7.00"، و"علاء محمد عبد العاطي، 7.00"،

فقد خلصت دراسة "أشرف جلال، ٢٠٠٥" إلى أنه رغم خضوع جميع القنوات الحكومية والخاصة للنظام الحكومي المصري إلّا أن هناك مساحة حرية ملحوظة في القنوات الخاصة مقارنة بالقنوات الحكومية. وأظهرت دراسة "مصطفي محمد عبد الوهاب، ٢٠٠٥" اهتمام القنوات الحكومية بالأخبار الإيجابية، في حين اهتمت القنوات الخاصة بالسلبية منها. وقد أظهرت دراسة "علاء محمد عبد العاطي،





٢٠٠٦" أن النتائج الخاصة بالقضايا التي تتاولتها النشرة في القناتين محل الدراسة قد عكست طبيعة كل قناة، حيث إن هناك اختلافًا بين القناتين ربما يرجع إلى اختلاف نمط الملكية.

ومن الدراسات التي تناولت قوة تأثير نمط الملكية في مجال الصحافة، دراسات "محمد سعد، ١٩٩٤" (٢٩)، و "جمال عبد العظيم، ١٩٩٨" (٤٠)، و "هشام عطية، ١٩٩٨" (١٤)، و "السيد البهنسي، ٢٠٠١" (٤٢)، و"نوال عبد العزيز، ٢٠٠٢" (٢٠)، و"أشرف جلال، ٢٠٠٣" (٤٤)، و"جمال عبد العظيم،  $(^{(2)})$ ، و "محرز غالی،  $(^{(7)})$ ، و "محمود منصور ،  $(^{(7)})$ ، و "محمد محمود،  $(^{(7)})$ ، و "محمد محمود،  $(^{(4)})$ ، و "إيمان نعمان، ٢٠٠٥ "(٤٩)، و "عبد الجواد سعيد، ٢٠٠٦ "(٥٠)، و "محرز غالي، ٢٠١٠ "(١٥).

فأظهرت دراسة "محمد سعد، ١٩٩٤" أن الوظيفة الرئيسة لمضامين الصحف القومية السياسية تمثلت في تسجيل الوقائع السياسية وتبريرها، في حين تمثلت الوظيفة الرئيسة للصحف الحزبية في النقد والرقابة على أعمال السلطة السياسية. وتوصلت دراسة "جمال عبد العظيم، ١٩٩٨" إلى أن نمط ملكية الصحيفة يؤثر بشكل قوي في طبيعة الجهات التي تتوجه إليها. وأشارت دراسة "جمال عبد العظيم، ٢٠٠٣ إلى اهتمام جريدة الأهرام بالحكومة ووزرائها، ورغم اتفاق صحيفة الوفد معها في إعطاء الأولوية الأولى للحكومة ووزاراتها إلّا أنها اهتمت بالهيئات الرقابية والحكومية ورؤسائها كجزء من هدف الصحيفة الحزبية التي تقدم السلبيات والأخبار المعارضة. وأظهرت دراسة "السيد البهنسي، ٢٠٠١" وجود ارتباطات إيجابية قوية كل من أجندات الأهرام والبرنامج العام والقناة الأولى من ناحية وكل من الوفد والأهالي من ناحية أخرى.

ومن الدراسات التي أكدت أيضًا قوة تأثير نمط الملكية في السياسات التحريرية دراسات "هشام عطية، ١٩٩٨"، و "محرز غالى، ٢٠٠٣"، و "محرز غالى، ٢٠١٠".

فمن جانبها أكدت دراسة "عبد الجواد سعيد، ٢٠٠٦" أن نمط الملكية يؤثر في المصادر الصحفية. في حين أكدت دراسات "نوال عبد العزيز، ٢٠٠٢" و"أشرف جلال، ٢٠٠٣" و"إيمان نعمان، ٢٠٠٥" قوة تأثير نمط ملكية الصحيفة وأيديولوجيتها في طرق معالجتها للقضايا المختلفة.

كذلك تتوعت وجهات النظر في الدراسات الأجنبية التي تتاولت نمط ملكية وسائل الإعلام وتأثيره في هذه الوسائل معالجتها للقضايا المختلفة، ومن هذه الدراسات دراسات "Fradgley & Nierbauer، ه ۱۹۹۰"۲۰۰۱، و "Reynolds and Hicks"، و "Moehler and Singh، ۲۰۰۱"۲۰۰۱، و و "Chomsky" و "۲۰۰۳ (۵۰۰)، و "Chomsky" و "۲۰۰۶ (۵۰۱)، و "۲۰۰۶ (۵۰۰)، و "۲۰۰۶ (۵۰۰)، و "۲۰۰۶ (۵۰۰)، و "Schejter and Obar" و '`۱۱، Schejter and Obar.

فقد أظهرت دراسة "Fradgley & Nierbauer، ١٩٩٥" أن الصحف المملوكة لجهات مستقلة (جهات تمتلك صحيفة واحدة) تقوم بتغطية القصص الخبرية التي تتطلب بذل المزيد من الجهود الخبرية أكثر من الصحف التي تمتلكها المجموعات الصحفية (التي تمتلك سلسلة صحف). وأشارت دراسة "Moehler and Singh، ٢٠٠١" إلى ثقة المواطنين ـ في الديمقراطيات الإفريقية ما بعد أنظمة الحكم السلطوية ـ في وسائل الإعلام (الإذاعة والتليفزيون) المملوكة للحكومة أكثر من ثقتهم في وسائل الإعلام الخاصة. في حين أظهرت دراسة "٢٠٠٤" سيطرة ملاك وسائل الإعلام في تغطية هذه الوسائل ونوعية المعلومات السياسية التي تقدمها. وأشارت دراسة "٢٠٠٦" إلى أن أنماط ملكية الصحف ونمط الإدارة ومجموعة القيم (الصحفية والتنظيمية والاجتماعية ...) والمعايير المهنية التي تحكم توجهات العمل تؤثر في قدرة مديري التحرير ورؤساء الأقسام على اتخاذ القرارات الخاصة بهم.

وقد اختلفت نتائج دراسة "Reynolds and Hicks" مع نتائج الدراسات السابقة المعنية بنمط الملكية ونفوذها وتأثيرها، حيث أشارت الدراسة إلى أن نمط الملكية لم يكن مؤثرًا في التغطية الانتخابية. وتشابهت دراسة "۲۰۰۳" مع الدراسة السابقة، حيث سعت إلى التعرف على تأثير ملكية وسائل الإعلام وقناة الاتصال (وسائل الإعلام التقليدية مقابل الجديدة) في درجة انسجام وسائل الإعلام مع أيديولوجية الحزب الرسمي في الصين، وأظهرت أن نوع قناة الاتصال (تقليدية ـ جديدة) كان له تأثير أساسي كبير في درجة انسجام وسائل الإعلام مع أيديولوجية الحزب الرسمي، في حين أن الملكية لم يكن لها هذا التأثير الكبير.

# المحور الثاني: الدراسات التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي

يُلاحظ أن الدراسات العربية والأجنبية المعنية بالعَلاقة بين وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي قليلة ونادرة نسبيًا، ويُلاحظ كذلك أن تناول هذه الدراسات لهذا الموضوع كان تناولًا عفويًا وغير مباشر، في الدراسات العربية بشكل خاص، ويمكن عرض هذه الدراسات على النحو التالى:

رغم قلة الدراسات العربية التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي فإن هذه الدراسات القليلة تميزت باختلاف وجهات نظر الباحثين الذين قاموا بإجرائها؛ ومنها: دراسات "جيهان حسن، ۱۹۷۹" ( $^{(17)}$ )، و"بسيوني حمادة، ۱۹۹۱" ( $^{(17)}$ )، و"إيناس محمد أبو يوسف، ۱۹۹۲"  $^{(17)}$ ، و"حماد إبراهيم، ۱۹۹۲"  $^{(17)}$ ، و"نهلة عساف، ۱۹۹۱"  $^{(17)}$ ، و"عائشة عبدالله، ۱۹۹۹"  $^{(17)}$ ، و"أيمن منصور،  $^{(17)}$ .

فقد سعت دراسة "جيهان حسن، ١٩٧٩" إلى وضع تصنيفات للعوامل المؤثرة في حرية الصحافة، وأجرت الباحثة دراسة مقارنة على المجتمع السوفيتي والمصري والتركي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أنه في الاتحاد السوفيتي استطاع الصحفي أن يصل بصوته للمشاركة في اتخاذ القرارات، في حين أن الديكتاتورية في مصر جعلت الصحفي يعيش مهددًا مطالبًا بالخضوع للسلطة، وفي تركيا استطاع الصحفي أن يسهم مع الأغلبية في استصدار القرارات والعمل على تنفيذها.

وقد أجرى الباحث في دراسة "بسيوني حمادة، ١٩٩١" دراسة تحليلية على جريدة الأهرام والوفد والشعب والأهالي، واستخدم أسلوب الحصر الشامل، وكذلك أجرى دراسة ميدانية على عينة مكونة من (٢٥) مبحوثًا من المفكرين والسياسيين وصنّاع القرار السابقين، وكانت أهم نتائج الدراسة هي أن السمة



العامة لمخرجات الأهرام هي الحياد، وأن السمة العامة الأساسية لمخرجات (الشعب والأهالي) كنظم اتصال فرعية هي المطالبة بصنع قرار جديد، وأن جريدة الشعب هي أكثر نظم الاتصال الفرعية مطالبة بصنع نظام انتخابي جديد تليها الوفد فالأهالي، ويعني هذا أن الأهرام كانت أقل الصحف دعوة إلى تغيير قانون الانتخابات، وأن الأهرام كنظام اتصال واع أقرب في ممارسة دوره في صنع القرارات إلى تحقيق نوع من الضبط الاجتماعي، وليس التغيير الاجتماعي والسياسي.

وقد أجرت الباحثة في دراسة "إيناس محمد أبو يوسف، ١٩٩٤" دراسة وصفية تحليلية مقارنة على عينة من صحيفتي الأهرام المصرية و"النيويورك تايمز" الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى أن تصورات الأهرام إزاء الصراع العربي الإسرائيلي ترتبط بتصورات السلطة السياسية في مصر، في حين تسهم "النيويورك تايمز " في عملية صنع القرار من خلال طرح عدة بدائل تتسق مع المصالح الأمريكية، وأن الكتَّاب في "النيويورك تايمز" عبّروا عن وجهة النظر الإسرائيلية بينما انقسم الكتَّاب في الأهرام فيما يتعلق بالتعبير عن السياسة المصرية.

أمّا دراسة "حماد إبراهيم، ١٩٩٦" فكانت تهدف إلى تعرف صورة الولايات المتحدة الأمريكية في الصحافة المصرية اليومية (دراسة مقارنة بين تصور صانع القرار وتصور الصحف اليومية)، وقد أجرى الباحث دراسة تحليلية مقارنة على عينة عشوائية منتظمة من صحف الأهرام والأخبار والجمهورية، وكان من نتائج الدراسة تركز تصور الصحافة اليومية في حقبة الستينيات حول الدور الدولي للولايات المتحدة الأمريكية والدور الخاص لها في الصراع العربي الإسرائيلي في ضوء توجهات الرئيس جمال عبدالناصر في الالتزام بدور دولي استقلالي، وتركز تصور الصحافة المصرية اليومية على سلوكيات الإدارة الأمريكية في ضوء تصور كل من الرئيسين عبدالناصر والسادات، وقد أثرت شخصية كل من عبدالناصر والسادات في نوعية التصور الصحفي المصاغ، وفي تحول الصحافة في الحقبة الناصرية إلى صحافة مقاومة وتحدِّ، وكذلك تحول الصحافة إلى مهام جديدة في إطار حقبة السبعينيات.

وقد أجرت الباحثة في دراسة "نهلة عساف، ١٩٩٦" دراسة وصفية مقارنة، واعتمدت الباحثة على منهج المسح الشامل، كما استخدمت المنهج المقارن لمقارنة أوجه التشابه والاختلاف بين أوضاع القائمين بالاتصال في الدولتين اللتين تمثلان مجتمع الدراسة (مصر وسوريا)؛ حيث أُجريت الدراسة على مجتمع قوامه (١٤٥) مفردةً من القائمين بالاتصال في مجال الفيلم التسجيلي في مصر وسوريا، وأظهرت النتائج اشتراك جميع القائمين بالاتصال مجتمع الدراسة بالميل إلى التوجه إلى الجمهور العام ثم صانعي القرار في المجالات المختلفة.

وسعت دراسة "عائشة عبدالله، ١٩٩٩" إلى رصد وتحليل التفاعل الاتصالي بين الجمهور والقائم بالاتصال والصحافة، وأجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة عشوائية قوامها (٥٠١) مبحوث، كما أجرت دراسة تحليلية على عينة قصدية من صحف الاتحاد والبيان والخليج، وتوصلت الباحثة إلى عدد من النتائج كان من أهمها سعى الصحافة الإمارتية في علاقتها بالجمهور إلى التأكيد على الموروث

السياسي والاجتماعي أكثر من سعيها إلى إحداث تغيير، وأن الصحافة تستهدف في تعاملها مع الجمهور تهيئته لتقبل قرارات السلطة السياسية.

وتقوم فكرة دراسة "أيمن منصور، ٢٠٠١"، على طرح نظري مفاده أن علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي ومتخذي القرارات السياسية (في الأنظمة الليبرالية فقط) لا تتم إلّا من خلال الانعكاسات المتبادلة بينهما، بمعنى آخر فإن النظام الإعلامي لا يؤثر مباشرة في اتخاذ القرار السياسي بإمداده بمعلومات مباشرة يمكن لصانعي السياسات ومتخذي القرارات أن يتخذوها أساسًا للبناء عليه، أو قاعدة معرفية للانطلاق منها، وإنما يؤثر من خلال بثه ونقله للصور أو التصورات التي من شأنها التأثير في العقل الجمعي وفي مدركات الرأي العام، وهو ما ينتقل صداه من خلال وسائل الإعلام نفسها إلى صانعي السياسات ومتخذي القرارات.

وقد تتوعت اهتمامات الباحثين في الدراسات الأجنبية المعنية بالعلاقة بين وسائل الإعلام وصنع وقد تتوعت اهتمامات الباحثين في الدراسات الأجنبية المعنية بالعلاقة بين وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي، رغم قلة أعدادها، ومنها على سبيل المثال دراسات "Petersen"، و" $^{(77)}$ ، و"

فأمّا دراسة "الصحافة وصانعي المفاوضات الألمانية البولندية في ١٩٨٦ - ١٩٧١ - فقد استخدمت قرارات السياسة الخارجية: تحليل المفاوضات الألمانية البولندية في ١٩٧١ - فقد استخدمت تحليل مضمون مناقشات "البوندستاج"، والتحليل التاريخي، ومقابلات مع (٣٥٠) صحفيًّا وسياسيًّا، لدراسة العلاقة المتبادلة بين صانعي السياسات ووسائل الإعلام في عامي ١٩٦٩م و ١٩٧٠م، وكانت ألمانيا وبولندا في هذا الوقت مشغولتين في مفاوضات مكثقة، وظهرت العلاقة بين السياسيين والصحفيين كعلاقة "شراكة كامنة"؛ حيث يأخذ كل منهما زمام المبادرة، ويؤثر كل منهما في الآخر، وعليه فإن نشاط الصحافة وُجد ليكون له تأثير في صنع السياسة الخارجية، ولكن هذا التأثير كان تأثيرًا محدودًا.

وركزت من جانبها دراسة "T٠٠٣، Davis" - وهي تحت عنوان: "إلى أين وسائل الإعلام والسلطة؟ أدلة لوضع نظرية بديلة لنظرية النخبة المهمة" - على النخب؛ حيث أشارت الدراسة إلى حاجة الدراسة النقدية في الدراسات الإعلامية إلى تكريس المزيد من الانتباه للدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والثقافة في عملية صنع القرار الخاص بالنخب، يُذكر أن الدراسة استندت إلى سلسلة من المقابلات شبه المقننة، بلغت (٩٨) مقابلة مع مصادر الأخبار التجارية والسياسية، وكبار الصحفيين في المملكة المتحدة.

وقد اهتمت دراسة "Pinkleton" بصنع القرار السياسي ووسائل الإعلام؛ حيث أجرى الباحثون مسحًا عبر التليفون على (٤١٦) ناخبًا تم اختيارهم عشوائيًا في ولاية واشنطن، وذلك في الأسابيع التي سبقت انتخابات عام ٢٠٠٨م، وكان الغرض من هذا المسح هو دراسة اتجاهات المواطنين نحو وسائل الإعلام الإخبارية وصنع القرار السياسي والاستياء، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن استياء



المواطنين يضر بالشؤون العامة؛ حيث إنها تحد من تصوراتهم بأن وسائل الإعلام مفيدة وفعالة، وأن رضاء المبحوثين يرتبط إيجابيًّا بتصوراتهم بأن هذه الوسائل مفيدة، وبرضائهم عن أداء وسائل الإعلام. وقد ركزت دراسة "Petersen وآخرين، ٢٠١٠" ـ وهي تحت عنوان: "الخبرة المكتسبة من وسائل الإعلام باعتبارها مقدمة النصيحة السياسية الرسمية" ـ على النصيحة العلمية ووسائل الإعلام؛ حيث يُنظر عادة إلى النصيحة العلمية للسياسة باعتبارها عملية نصح واستشارة رسمية في المؤسسات السياسية، وقد دعمت النتائج التجريبية للمسح النوعي الذي أجرته الدراسة لصنّاع القرار في النظام السياسي والإداري الألماني الفرض العلمي القائل بأن الخبرة المكتسبة من وسائل الإعلام لديها تأثير كبير في العمليات السياسية؛ فقد غيرت هذه الخبرة العلاقات الراسخة بين مستشاري السياسة العلمية وصنّاع القرار السياسي؛ حيث يمكن النظر إلى النصيحة السياسية العلمية باعتبارها النصيحة السياسية الرسمية التي تستكمل الترتبيات الاستشارية للمؤسسة.

أمّا دراسة "Kunelius and Reunanen، ۲۰۱۰" فتركز على الطريقة التي تؤثر بها وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، وتتاقش النظريات الحديثة "للوسائط" السياسية، وتستعين ببيانات المقابلة الموسعة التي تم إجراؤها، مع تطبيق مسح للنخبة؛ وعليه فإن الدراسة توضح كيف أن أحوال الوسائط الإعلامية الخاصة بعملية صنع القرار السياسي تؤثر بشكل متزايد في العناصر السياسية الفاعلة، وفقًا لقواعد سلطتهم المؤسسية؛ أي يبدو أن اختراق وسائل الإعلام لشبكة صنع القرار يختلف وفقًا للمصدر التابع لها من بين العناصر الفاعلة المختلفة في المؤسسة.

أمًا دراسة "Meyen and Scheu، ٢٠١١" فقد بحثت دور الإذاعة الخارجية (الراديو والتليفزيون) وتأثيرها في النظام السياسي المغلق، من خلال دراسة حالة الدولتين الألمانيتين بعد الحرب العالمية الثانية: ألمانيا الغربية "جمهورية ألمانيا الاتحادية" (FRG)، وألمانيا الشرقية "جمهورية ألمانيا الديمقراطية" (GDR)، وتهدف الدراسة إلى كشف الادعاءات الخاصة بتأثير البث الإذاعي الخارجي في الأحداث التي أدت إلى إعادة توحيد ألمانيا عام ١٩٩٠م، وتتبع الدراسة المنهج التاريخي، واستندت نتائج الدراسة إلى مصادر تاريخية عديدة، وتقارير بحثية من الخمسينيات والستينيات، وأكثر من (١٠٠) مقابلة شخصية مع السكان السابقين لجمهورية ألمانيا الديمقراطية.

ومن جانبها قامت دراسة "٢٠١٢، Park" بالتركيز على وسائل الإعلام وصنع القرارات؛ حيث يرافق الصراع السياسي معظم عمليات صنع القرارات العامة؛ لأن المشاركين لديهم أيديولوجية مختلفة، ومحدودية في الموارد العامة. ومن ثُمَّ، فإن هذه الدراسة تركز على وسائل الإعلام بوصفها عنصرًا من العناصر الفاعلة للصراع. وقد خلصت الدراسة إلى أن تأثير وسائل الإعلام في الصراع السياسي يمكن أن يكون مختلفًا تبعًا لطبيعة الصراع السياسي؛ حيث يمكن لوسائل الإعلام في الصراع الهامشي أن تطلب من المشاركين المفضلين لها التنازل أو المساومة على عكس الصراع الأساسي المهم. وقد رصدت دراسة "Parson) للسلطة السياسية، فهو يمكنها من النظر في كيفية كون السياسي، من خلال استخدام مفهوم (Parson) للسلطة السياسية، فهو يمكنها من النظر في كيفية كون وسائل الإعلام موردًا أساسيًا للسلطة السياسية، وعاملًا حاسمًا في البيئة التي تعمل فيها السلطة السياسية، وقد اعتمدت الدراسة على إجراء مقابلة نوعية مع عينة من الصفوة من صانعي القرار مكونة من (٦٠) مفردة، وكذلك إجراء مسح ميداني على عينة من النخبة قوامها (١٩٤) مفردة، وقد خلصت الدراسة إلى أن عملية صنع القرار الفنلندي تتم بشكل كامل من خلال وسائل الإعلام، وإن كان يبدو أن هناك أيضًا مجموعة من صانعي القرار الذين لا يزالون مستقلين تمامًا عن وسائل الإعلام.

# \* ملاحظات عامة على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة يمكن ملاحظة ما يلي:

اعتمدت الدراسات السابقة على العديد من المناهج العلمية كالمنهج التاريخي والتجريبي والمقارن والمسحي، إلّا أن الأغلب الأعم من هذه الدراسات اعتمد على منهج المسح، وذلك بوصفه الأقدر منهجيًا على رصد العلاقات بين متغيرات الدراسة من منظور يتسم بالاتساع والشمول في توصيف وتحليل قيم تلك المتغيرات وأوزانها النسبية في الواقع البحثي، فضلًا عن الرصد الموضوعي والمنتظم للمتغيرات الوسيطة التي تؤثر إيجابًا أو سلبًا في قوة العلاقات القائمة بين المتغيرات الرئيسة للدراسة؛ ومن ثم ققد اعتمدت الدراسة الحالية عليه أيضًا، بالإضافة إلى المنهج المقارن.

يتضح من التراث العلمي السابق قلة الدراسات العربية والأجنبية التي تتناول العلاقة بين وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي، وفي المقابل يمكن ملاحظة تعدد وتنوع الدراسات العربية والأجنبية التي ترتبط بنمط ملكية وسائل الإعلام.

بشكل عام تتوعت وجهات نظر واهتمامات الدارسين والباحثين في الدراسات العربية والأجنبية التي تتاولت ملكية وسائل الإعلام؛ فمنهم من أعطى أولوية خاصة لرصد تأثير نمط الملكية، سواء على مستوى التليفزيون أو الصحافة، وتأثيره في مصادر وسائل الإعلام والصحافة والأجندة والسياسة التحريري... إلخ.

اتفقت نتائج دراسات سابقة على قوة تأثير نمط ملكية وسائل الإعلام في الوسائل نفسها وأدائها وتغطيتها ومعالجتها للقضايا المختلفة ونوعية المعلومات المقدمة من خلالها.

اختلف وتباين تناول الدراسات العربية والأجنبية السابقة للقضايا والموضوعات ذات الشأن، فمن هذه الدراسات من تناول هذه الموضوعات بشكل مباشر أو يكاد أن يكون مباشرًا، والبعض الآخر منها تناول هذه الموضوعات بشكل عفوي أو غير مباشر بصفة عامة.

# الإطار النظري للبحث:

يستند البحث إلى نظرية الاقتصاد السياسي (political economy theory) كبناء/إطار نظري، ويمكن استعراض هذه النظرية على النحو التالى:





يلعب الاقتصاد دورًا بارزًا في السلطة السياسية ومجال القرار السياسي، فقرارات السلطة السياسية تصدر بالضرورة متأثرة باقتصاديات المجتمع (<sup>٧٤)</sup>، فقد اتفق العلماء بشكل كبير على أهمية وتداخل وتشابك العلاقات بين الاقتصاد والسياسة؛ حيث تتغذى السياسة على الاقتصاد من خلال حبل سرى هو نقد الاقتصاد السياسي، الذي يسلط الضوء على أسلوب الإنتاج السائد والعلاقات التي يفرزها، وقد اعتُبر النصف الثاني من القرن التاسع عشر حقًّا العصر الذهبي لنقد الاقتصاد السياسي، لذلك كان هو العصر الذي اجتُذب إلى دائرته السياسية جميع المشتغلين بالفكر والثقافة على مختلف أجناسها (٥٠).

تتتمي نظرية الاقتصاد السياسي إلى النظريات النقدية، التي هي على عكس رؤية أصحاب النظريات البنائية الوظيفية الذين يرون أن العلاقة بين وسائل الإعلام في المجتمع وباقي النظم الاجتماعية الأخرى هي علاقة متوازنة تقوم على الاعتماد المتبادل، وأن المحتوى الذي تتشره أو تذيعه هذه الوسائل يحافظ على توازن واستقرار المجتمع الكل، لأنه يلبي حاجات الجماهير التي تُعتبر العنصر الأساسي من عناصر النظام الإعلامي. على عكس هذه الرؤية فإن النظريات النقدية ترى أن وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم، والعمل على دعم الوضع القائم، ولذلك كانت دراساتهم النقدية للأوضاع الإعلامية وانتشار الثقافة الجماهيرية (mass culture) بديلًا عن الثقافة الراقية أو الرفيعة التي ترقى بأذواق الجماهير، لوضع تفسيرات خاصة بانتشار صور المحتوى الذي تتشره وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات أو الطبقات المسيطرة على المجتمع (٢٦)، ومع أنه توجد صلة عضوية بين النظرية النقدية والنظرية الاجتماعية لكنها تؤدي وظيفة مختلفة $(^{\vee\vee})$ .

وتقترب اتجاهات هذه النظريات كثيرًا من النظرية الماركسية في جوانبها الخاصة بسيطرة البنية الفوقية للمجتمع على الثقافة، التي تستخدمها الصفوة لتخدير الطبقات الدنيا وتوجيههم للعمل ضد اهتماماتهم حتى ترتفع قوة الصفوة وتتحدر حياتهم إلى الأسوأ، ولذلك يُطلق على هذه الاتجاهات المدارس المعاصرة للنظرية الماركسية الجديدة، والتي شكلت العديد من الأفكار التي اعتبرت أساسًا للكثير من البحوث والنظريات الاجتماعية في أوربا بعد الحرب العالمية الثانية، وتُعتبر امتدادًا لمحاولات تبرير ما فشلت الماركسية في تفسيره وقتئذٍ من أحداث ووقائع في كل من ألمانيا وعدم قدرة الطبقة العاملة على مقاومة النازية، وكذلك عدم قيام حركة ثورية في الولايات المتحدة على الرغم من انتشار البطالة الشديدة في فترة الكساد الاقتصادي في نهاية الثلاثينيات (٧٨).

ورغم أن الماركسية تُعتبر الإطار المرجعي الرئيس الذي ألهم جميع النظريات النقدية، إلّا أن النظرية النقدية تختلف مع بعض المقولات الأساسية للنظرية الماركسية، مثل الموقف من العنف الثوري وطبيعة الحلول التي تقدمها لأزمة النظام الرأسمالي (٢٩).

من جهة أخرى، فإن هناك تقسيمات مختلفة للنظريات النقدية، منها أنه يمكن تقسيمها إلى اتجاهين رئيسين، الاتجاه الأول الذي يستعير من الماركسية مفهوم الصراع من أجل بقاء الوضع كما هو وسيطرة الطبقات أو الفئات أو أصحاب المصالح المسيطرة وهيمنتها على وسائل الإعلام وتوجيهها في الاتجاه

الذي يضمن استمرار هذه الهيمنة أو السيطرة دون ارتباط بين السيطرة أو السلطة والثورة، ويتبنى هذا الاتجاه أصحاب النظريات التي تنتمي إلى مدرسة "فرانكفورت" والنظريات الثقافية النقدية، أما الاتجاه الثاني فهو الذي يربط بين الثروة والسيطرة على وسائل الإعلام (^^)، وتتتمي إلى هذا الاتجاه نظرية الاقتصاد السياسي.

ويعرّف أحد الباحثين الاقتصاد السياسي قائلًا إنه دراسة كيفية إنتاج الأشياء القيمة من جميع الأنواع وتوزيعها وتبادلها واستهلاكها (الجانب الاقتصادي)، وكيفية إنتاج السلطة وتوزيعها وتبادلها وممارستها (الجانب السياسي)، وكيفية ترابط هذه الجوانب من العالم الاجتماعي في أي مكان محدد وأي وقت في التاريخ؛ ومن ثم فإن الاقتصاد السياسي للاتصال يهتم بفهم كيفية التواصل في الأبنية الاقتصادية السياسي بأنه منهج شامل الاقتصادية السياسية بشكل أكثر عمومية (١٩١١)، ويعرّف باحثون آخرون الاقتصاد السياسي بأنه منهج شامل يعالج "الواقع الاجتماعي"، وأشار هؤلاء الباحثون أيضًا إلى ضرورة "دراسة المجموعيات الاجتماعية" (١٩٠١).

وهناك تعريف أكثر عمومية وطموحًا للاقتصاد السياسي هو أنه دراسة التحكم والبقاء في الحياة الاجتماعية، ويشير "التحكم" تحديدًا إلى كيفية تنظيم المجتمع لنفسه وإدارته لشؤونه وتكيفه معها، أو فشله في هذا التكيف، مع التغيرات الحتمية التي تواجه كل المجتمعات، ويعني "البقاء" كيف يمكن للناس إنتاج ما يحتاجونه لاستمرار نسلهم والحفاظ على استمرارية مجتمعهم، ووفقًا لهذا التفسير فإن هذا "التحكم" هو عملية سياسية؛ لأنه يحدد شكل العلاقات داخل المجتمع، وأما "البقاء" فهو عملية اقتصادية بشكل أساسي؛ لأنه ينطوي على عملية الإنتاج وإعادة الإنتاج، ومن جانبه يعتقد الاقتصاد السياسي دائمًا أن هناك صورة كبيرة للمجتمع، وأنه ينبغي علينا أن نحاول أن نفهمها (٨٣).

ويذكر أحد الباحثين المتخصصين أن الاقتصاد السياسي للاتصال يسعى إلى تحقيق هدفين رئيسين: أولهما بحث كيفية تأثير وتأثر بنية وتكنولوجيا ومحتوى وسائل الإعلام ونظم الاتصال في/بالعلاقات السياسية والاجتماعية في السياق الأوسع للمجتمع، مع التركيز بشكل خاص على العوامل الاقتصادية، أما الهدف الثاني فهو التركيز على كيفية تأثير الأبعاد البنيوية (الهيكلية) والمؤسسية لملكية وسائل الإعلام، وتكنولوجيات الاتصال، والسياسات التنظيمية في المجتمع بشكل عام (١٨٠).

ويحدد باحث آخر بعدين بارزين للإنتاج المتعلق بالاتصال، أولهما أن الاتصال يخدم المؤسسات السياسية والاقتصادية الأخرى في عملياتها "السلعية"، أما البعد الثاني فهو أن الاتصال يتأثر بدوره بهذه العمليات في العمل وفي المجتمع بشكل عام، حيث إن العمل ووسائل الإنتاج هي البؤرة المركزية لاهتمام الاقتصاديين السياسيين (٥٠).

ويؤكد أحد الباحثين أن المداخل النظرية للاقتصاد السياسي الخاصة بوسائل الإعلام تُعتبر المنظور الرئيس في مجال بحوث ودراسات الاتصال، فمنذ الأربعينيات وهي تعمل كمنارة تسترشد بنورها أعمال العلماء في جميع أنحاء العالم، ويستمر توسعها العالمي حتى يومنا هذا (٢٨)، ويدعم باحث آخر هذا الكلام قائلاً إن الاقتصاد السياسي قد ساهم بشكل كبير في بحوث وسائل الإعلام من خلال الكشف عن كيفية



عمل ومساهمة الضغوط الاجتماعية والمؤسسية في جعل عملية الاتصال سهلة المنال وقابلة للتداول لعدد أكبر من جمهور المشاهدين، وان كان تطبيق هذا الفرض النظري قد تعرض للنقد مع ظهور وانتشار استخدام شبكة الإنترنت وغيرها من وسائل الاتصال شبه المتزامنة $(^{\wedge \wedge})$ .

ويميل الاقتصاد السياسي إلى أن يولى اهتمامًا كبيرًا لوصف وتحليل الرأسمالية، النظام الذي يحوّل الموارد . مثل: العمال والمواد الخام والأراضي والمعلومات . إلى سلع قابلة للتسويق، والتي تعود بالربح لأولئك الذين يستثمرون رأس المال في النظام، وقد ركّز المعنيون بالاقتصاد السياسي للاتصال على وسائل الإعلام والمعلومات والجمهور بوصفهم موارد، ومهدوا الطرق لتعبئتها وتجهيزها كسلع للبيع<sup>(٨٨)</sup>. كما تركز هذه النظرية على دراسة العوامل التاريخية والسياسية والاقتصادية والمواد المكونة لصناعة الاتصال داخل المجتمعات الرأسمالية، كما أنه ينظر ـ في الوقت نفسه ـ للاتصال باعتباره جزءًا لا يتجزأ من العمليات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية الأساسية في المجتمع<sup>(٨٩)</sup>. المشكلة البحثية:

أكدت نسبة كبيرة من الدراسات العربية والأجنبية السابقة أن ملكية وسائل الإعلام تؤثر في هذه الوسائل وطرق معالجتها للقضايا المختلفة وأجندة قضاياها... إلخ. كما أكدت دراسات عربية وأجنبية مختلفة أهمية الدور الذي تمارسه وسائل الإعلام بشكل عام في صنع القرار السياسي محليًّا وعالميًّا.

ولمّا كانت مصر قد شهدت في الآونة الأخيرة أحداثًا كبيرة وضعتها على أعتاب التحول الديمقراطي، فقد تفاعلت وسائل الإعلام بمختلف أنماط ملكيتها، وباختلاف توجهات ملاكها، مع هذه الأحداث، وانبرت هذه الوسائل للدفاع ـ بشكل مباشر أو غير مباشر ـ عن مصالحها ومصالح مالكيها ومكتسباتهم الاقتصادية والسياسية، وذلك من خلال تتاولها ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي؛ ومن ثُمَّ فقد تمخضت تلك الأحداث وهذا التناول عن صدور عدد من القرارات والقوانين والمراسيم والإعلانات الدستورية التي تعالج عددًا من قضايا التحول الديمقراطي في مصر، مثل: الانتخابات البرلمانية، والانتخابات الرئاسية، ووضع الدستور، وقانون الحق في التظاهر، والعزل السياسي... إلخ.

في إطار ذلك وبناءً على ما سبق يمكن بلورة المشكلة البحثية على وجه التحديد في التساؤل التالي: "ما العَلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي الخاص بقضايا التحول الديمقراطي في مصر؟"، وذلك في خلال الإطار الزمني المحدد للدراسة، بين عامَي ٢٠١٢م و٢٠١٣م، وتطبيقًا على عدد من قضايا التحول الديمقراطي في مصر، وهي تحديدًا: وضع الدستور (دستور ٢٠١٢)، والانتخابات البرلمانية، وقانون الحق في التظاهر، وتأكيدًا على تمثيل أنماط ملكية وسائل الإعلام المصرية، وقع الاختيار على جريدة الأهرام وقناة النيل للأخبار (قناة مصر الإخبارية) لتمثيل نمط الملكية القومية (الحكومية)؛ لكون هذا النمط المنبر الأبرز لوجهات نظر النظام الحاكم، والداعم له، والمدافع عنه وعن مصالحه المختلفة، وجريدة الوفد لتمثيل نمط الملكية الحزبية؛ الذي يعمل على تأييد الحزب السياسي الذي تصدر عنه الجريدة، وتعزيز وجهات نظر هذا الحزب ومبادئه وأفكاره ومصالحه، ومساندة توجهات

الحزب وعلاقاته (إيجابًا أو سلبًا) مع النظام الحاكم، كما وقع الاختيار على جريدة الشروق (الشروق الجديد) وقناتَي "أون تي في" و"سي بي سي" لتمثيل نمط الملكية الخاصة، الذي يتميز بتوجهاته الاقتصادية التجارية، ودفاعه عن مصالح مالكيه ومكتسباتهم الاقتصادية والسياسية، فضلًا عن سعيه للمحافظة على علاقات مالكيه مع النظام السياسي الحاكم.

فهل أثر نمط ملكية وسائل الإعلام في عملية صنع القرار السياسي الخاص بقضايا التحول الديمقراطي في مصر؟ وإلى أي مدًى كان هذا التأثير؟.

بكلمات أخرى إلى أي مدًى كان التوافق بين رؤية ومخرجات وسائل الإعلام لقضايا التحول الديمقراطي - كلِّ وَفقًا لنمط ملكيتها - من جهة وعملية صنع القرار السياسي في مصر من جهة أخرى؟ وإلى أي مدًى يمكن القول بأن متغير الملكية كان ذا صلة بموقف الوسيلة الإعلامية من قضايا التحول الديمقراطي في الفترة الزمنية موضع الدراسة؟ وإجمالًا ما مدى وجود علاقة بين المعالجة الإعلامية وصنع القرار السياسي؟.

# أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى تحقيق عدد من الأهداف يمكن بلورتها على النحو التالى:

الوقوف على كيفية معالجة وسائل الإعلام قضايا صننع القرارات السياسية محل الدراسة.

معرفة إلى أي مدًى تختلف المعالجة الإعلامية لقضايا صئنْع القرارات السياسية محل الدراسة باختلاف نمط ملكية الوسيلة الإعلامية.

الكشف عن إلى أي مدًى تميل الوسائل الإعلامية إلى معالجة قضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة من منظور اقتصادي سياسي يخدم مصالح مالكيها.

رصْد إلى أي مدًى يختلف دور وسائل الإعلام في صننع قرارات قضايا التحول الديمقراطي باختلاف نمط ملكيتها والمصالح الاقتصادية لمالكيها.

# تساؤلات البحث:

يهدف هذا البحث إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

كيف تعالج وسائل الإعلام قضايا صننع القرار السياسي محل الدراسة؟

ما طرق معالجة وسائل الإعلام قضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة؟

ما أبرز الأطروحات التي تم طرحها في وسائل الإعلام محل الدراسة عند معالجتها قضايا التحول الديمقراطي قيد الدراسة؟ وما أوجه التشابه والاختلاف بين وسائل الإعلام محل الدراسة في طرحها لهذه الأطروحات؟

ما مسارات البرهنة التي اعتمدت عليها كل وسيلة إعلامية في معالجتها هذه القضايا؟ (ما أبرز الأدلة والبراهين والحجج والمقولات التي قدمتها كل وسيلة في كل قضية؟).

ما أهم القوى الفاعلة المؤثرة تجاه القضايا محل الدراسة؟





ما أبرز الأطر المرجعية التي اعتمدت عليها كل وسيلة في معالجة كل قضية من قضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة؟

هل تختلف المعالجة الإعلامية لقضايا صئنع القرارات السياسية محل الدراسة باختلاف نمط ملكية الوسيلة الإعلامية؟

إلى أي مدى تميل الوسائل الإعلامية إلى معالجة قضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة من منظور اقتصادي سياسي يخدم مصالح مالكيها؟

هل يختلف دور وسائل الإعلام في صئنع قرارات قضايا التحول الديمقراطي باختلاف نمط ملكيتها والمصالح الاقتصادية لمالكيها؟

# المفاهيم المستخدمة في البحث:

يمكن عرض توضيحًا لبعض المفاهيم المستخدمة في هذا البحث على النحو التالي:

نمط ملكية وسائل الإعلام: هو تصنيف وسائل الإعلام وَفقًا للجهة التي تملكها؛ ومن ثُمَّ فيمكن تصنيف هذه الأنماط في دول العالم المختلفة إلى: الملكية الحكومية، والملكية الخاصة، والملكية المختلطة (حكومية/خاصة)، وملكية جماعات المجتمع المدني، وملكية الأحزاب السياسية (٩٠٠)، والنمط هو النوع أو النموذج المستخدم لتصنيف وسائل الإعلام، ويرصد الباحث في هذه الدراسة أنماط ملكية وسائل الإعلام المصرية: الحكومية/القومية، والحزبية، والخاصة.

صنع القرار السياسي: هو العملية التي ينتج عنها اختيار بديل من بين مجموعة من البدائل التي تم تحديدها في إطار اجتماعي بهدف التأثير في المستقبل كما يراه صانعو القرار<sup>(٩١)</sup>، وتركز الدراسة هنا بشكل خاص على القرار السياسي المتعلق بقضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة (وضع الدستور، وقانون الانتخابات البرلمانية، وقانون الحق في التظاهر).

# التصميم المنهجي للبحث:

نوع البحث: تُعتبر هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية والتفسيرية؛ فالهدف الرئيس من الدراسات الوصفية هو وصف الوضع كما هو قائم في الوقت الحاضر <sup>(٩٢)</sup>، وتسجيل الملاحظات الدقيقة والنصوص المفصلة حول الظاهرة محل الدراسة، في حين تهدف الدراسات التفسيرية إلى تقديم تفسيرات للظواهر أو المشكلات أو السلوكيات قيد الدراسة؛ فبينما ترصد الدراسات الوصفية ماهية الظاهرة وأين ومتى تحدث، تسعى الدراسات التفسيرية إلى إيجاد إجابات لهذه الأسئلة (٩٣)، فهي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص موقف معين تغلب عليه صفة التحديد أو ظاهرة معينة، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث، وذلك للحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، وكذلك تصنيف البيانات والحقائق التي تم تجميعها وتسجيلها وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلًا شاملًا، واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها<sup>(٩٤)</sup>، وهو في الدراسة الحالية العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي وصنع القرار السياسي.

# منهج البحث:

يعتمد هذا البحث على منهجين؛ هما:

منهج المسح: يستعين البحث الحالي بالمنهج المسحي؛ حيث يسعى هذا المنهج إلى وصف أو توثيق الظروف أو المواقف (٩٥).

والمسح هو أسلوب لجمع البيانات يعتمد على صياغة أسئلة يقوم أفراد العينة بالإجابة عليها (٢٩)، ويُعتبر هذا المنهج جهدًا علميًّا منظمًا للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظاهرات موضوع الدراسة... ولفترة زمنية كافية للدراسة (٢٩)، والمسح أيضًا وسيلة شائعة لجمع البيانات الأساسية... وهو أداة مرنة يمكن أن ينتج كلًّا من المعلومات الكيفية والكمّية (٢٩)، كما يقوم المسح الميداني بقياس المتغيرات واختبار تأثيراتها باستخدام الأساليب الإحصائية (٩٩).

وقد تم توظيف هذا المنهج من خلال مسح عينة من وسائل الإعلام المصرية؛ بهدف سبر أغوار بيانات البحث والإجابة بموضوعية عن تساؤلاته العلمية، وينطوي البحث الحالي - منهجيًا وإجرائيًا - على شق رئيس يتضمن تحليلًا نقديًا للخطاب الإعلامي الوارد في وسائل الإعلام محل الدراسة بشأن قضايا التحول الديمقراطي وصنع القرار السياسي في خلال فترة الدراسة، وذلك للوصول لطبيعة ومستوى العَلاقة بين نمط ملكية وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي لقضايا التحول الديمقراطي.

المنهج المقارن: تستخدم الدراسة هذا المنهج باعتباره من المناهج المفيدة في إجراء مقارنات كيفية و (كمية) بين متغيرات الدراسة، وأوجه الشبه والاختلافات بين أنماط وسائل الإعلام، وطرق معالجتها لقضايا التحول الديمقراطي في مصر، والمقارنة بين الفترات الزمنية المختلفة؛ وذلك لتقديم مزيد من التعمق في القضايا محل الدراسة، حتى لا تقف عند مجرد الوصف والتحليل فقط، بل تمتد إلى المقارنة بين المتغيرات المختلفة لإثراء الدراسة، ويمكن القيام بالمقارنة بين مستويين؛ حيث يُعنى المستوى الأول بمعرفة أوجه التشابه والاختلاف بين أطروحات الخطاب الإعلامي في الوسائل الإعلامية قيد الدراسة في القضايا محل الدراسة، في حين يسعى المستوى الثاني إلى معرفة أوجه التشابه والاختلاف بين الوسائل الإعلامية والقوى الفاعلة المؤثرة الإعلامية محل الدراسة في الأطر المرجعية التي تعتمد عليها ومسارات البرهنة والقوى الفاعلة المؤثرة تجاه القضايا محل الدراسة.

# طرق وأدوات جمع البيانات:

يعتمد البحث على تحليل الخطاب كأداة لجمع البيانات على النحو التالي:

تحليل الخطاب (۱۰۱): يستند تحليل الخطاب إلى كون الخطاب الإعلامي رسالة إقناعية، تستهدف تثبيت قناعات محددة أو تغييرها أو تفنيد وجهة نظر مضادة في مجال حواري تفاعلي تنافسي بين خطابات



تستند إلى أطر مرجعية متباينة، وتتتوع فيما بينها بشأن قضية جدلية؛ حيث يتلاءم أسلوب التحليل مع طبيعة القضية محل البحث من حيث كونها قضية خلافية، تختلف بشأنها عدة رؤى متباينة تتتمي إلى سياقات ثقافية وسياسية مختلفة، ويفترض تحليل الخطاب وجود علاقة جدلية بين البنية الاجتماعية وبين الأفعال والمواقف والمؤسسات التي تنبثق منها؛ فالسياق الاجتماعي والمؤسسي يشكل ويؤثر في الخطابات الإعلامية التي تقوم بدورها في التأثير في الواقعَين السياسي والاجتماعي.

ويُعَدّ تحليل الخطاب من أحدث الأساليب الكيفية التي تم وضعها في الآونة الأخيرة... وتتميز الدراسات الكيفية بأنها تسمح للباحث برصد السلوك في بيئة طبيعية، دون التكلف الذي يحيط أحيانًا بالبحوث التجريبية أو المسحية (الكمية).. فضلًا عن ذلك، يمكن أن تعمل الدراسات الكيفية على زيادة فهم الباحث للظاهرة قيد الدراسة بشكل أعمق (١٠٠١)، كما تتميز الدراسات الكيفية بأنها تهتم بنوعية المعلومات، وأنها تسعى إلى فهم الأسباب والدوافع الكامنة وراء الأفعال والسلوكيات، مع رصد كيفية تفسير الأشخاص لتجاربهم وتجارب من حولهم (١٠٣)، كذلك تتميز الدراسات الكيفية بأنها تهدف إلى استكشاف الرغبات والدوافع الكامنة وراء السلوك البشري... فضلًا عن أنها تهتم بالتقييم الشخصى للمواقف والآراء والسلوك (١٠٤).

ويقوم تحليل الخطاب بدراسة تنظيم اللغة على المستوى التحليلي فيما وراء العبارات أو الجمل، وهو يركز على الوحدة اللغوية الأكبر؛ مثل الأحاديث كلها أو الرسائل المكتوبة، ويهتم تحليل الخطاب أيضًا بكيفية استخدام اللغة في السياقات الاجتماعية وكيفية فَهْم الفرد لرسائل الآخرين (١٠٥)؛ ومن ثمَّ يمكن أن يقدّم تحليل خطاب نصوص وسائل الإعلام مؤشرات مهمة حول نوايا واضعى ومؤلفي هذه النصوص وتوجهاتهم الأيديولوجية، أي إن تحليل الخطاب يهدف إلى الكشف عن كيفية استخدام اللغة من قِبَل واضعى نصوص وسائل الإعلام لتحقيق التأثيرات المقصودة... وبشكل عام، فإن تحليل الخطاب يسمح بدراسة كيفية بناء نصوص وسائل الإعلام، وكذلك رصد نقطة تماس الخطاب الإعلامي والقضايا المطروحة والأبدبولوجية (١٠٦).

ويحقق تحليل الخطاب الهدف من الدراسة الحالية من خلال رصد وتحليل الخطاب الإعلامي الخاص بقضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة، بتحديد الأطروحات والأفكار المحورية التي يُعني الخطاب بتقديمها ودعمها من خلال عدد من الحجج التي تُساق لتأبيد هذه الأفكار والمقولات؛ ومن ثُمَّ يسهم تحليل الخطاب في الكشف عن طبيعة العَلاقة بين تعدد أنماط ملكية وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي للقضايا محل الدراسة، وقد تم الاعتماد في إطاره على:-

مسارات البرهنة: ويُقصد بها تحليل مسار البرهنة لرصد الحجج والبراهين والأدلة والاستمالات العاطفية التي يستند إليها كتّاب الخطاب في معالجة الموضوع؛ وذلك لإثبات صحة الأطروحات المقدمة في الخطاب، وكذلك المقولات والأفكار الواضحة والصريحة في هذا الخطاب، والتي تتخذ أساسًا للحكم على الاتجاهات الفكرية والعقائدية للخطاب والمتحدث؛ حيث يتم رصد الأدلة والبراهين والحجج والمقولات التي قدمتها كل وسيلة إعلامية باتجاهاتها وأنماطها المختلفة في معالجتها لكل قضية من قضايا الدراسة لإقناع الرأي العام بوجهة نظرها، مع رصد أبرز الأطروحات المؤيدة والمعارضة في كل وسيلة تجاه كل قضية، والمبررات المؤيدة أو المعارضة لكل وسيلة تجاه كل قضية. والواقع أن استخدام مسار البرهنة في تحليل الخطابات الإعلامية يقدم دعمًا وإثراءً للدراسة؛ حيث يقوم الباحث بحصر شامل لمختلف الأطروحات بصياغتها المتتوعة من قبل منتجيها والخاصة بالقضايا محل الدراسة، ويتم تحليلها، وبهذا يتكون لدى الباحث جانب كيفي يتمثل في طبيعة هذه الأطروحات ونوعية الحجج المستخدمة للتدليل على صدق ما يقول، عليها، وتسعى مسارات البرهنة إلى تحديد الأدلة التي يستهدف بها المتحدث التدليل على صدق ما يقول، ولإقناع المتلقي والتأثير فيه.

القوى الفاعلة: تقوم هذه الأداة البحثية على أساس تحليل خطاب محدد لمجموعة من الفاعلين ذوي الأهمية، ورصد وتحليل الأفعال (الأدوار) والصفات المنسوبة إليهم في الخطاب المدروس، وتقييم هذه الأدوار والصفات سلبيًا أو إيجابيًا من وجهة نظر الخطاب، وموقف هذه القوى الفاعلة من القضايا محل الدراسة. ويتم اختيار القوى الفاعلة على أساس وجود أدوار مهمة لها في القضية محل الدراسة، وكذلك في الخطاب الإعلامي بتنوعاته، وتسمح هذه المقارنة المنهجية بتحديد تصور فئة ما للقوى المساعدة والقوى المناهضة أو العكس في نطاق تحليل أيديولوجيتها السياسية.

ج) الأطر المرجعية: أي القاعدة الفكرية (الدينية، التاريخية، القانونية... إلخ) التي ينطلق منها الخطاب الإعلامي في معالجته لقضية ما؛ ومن ثمَّ تقوم الدراسة بتحليل الأطر المرجعية التي اعتمدت عليها كل وسيلة إعلامية في معالجتها لكل قضية من قضايا التحول الديمقراطي محلّ الدراسة، مع رصد أبرز الإحالات المرجعية النصية - تصريحات ونصوص وإشارات... إلخ - التي اعتمدت عليها كل وسيلة، وعن طريق تتبع هذه الأطر ورصد طبيعتها وكيفية توظيفها داخل الخطاب الإعلامي يمكن الوصول إلى توصيف شامل للأطر المرجعية التي تصْطبغ بها الخطابات الإعلامية، وطبيعة هذه الأطر، وعلاقتها بالقوى السياسية التي تعبر عنها هذه الوسيلة، وكيفية تأثير هذه الأطر المرجعية في طبيعة المعالجة؛ فهي بمثابة المبادئ التي تستند إليها الوسيلة في عرض خطابها، وتمثل الإطار الذي يغلب على أفكارها، والإحالة المرجعية الدائمة التي تستند إليها في تزكية مواقفها، وهي تصيغ خطابها بحسب القوى السياسية والتيارات التي تعبر عنها. وتقوم الدراسة بتحليل الأطر المرجعية لرصد الأطر والإحالات المرجعية التي يستند إليها الخطاب في تأكيد واثبات الأطروحات التي يقدمها حول قضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة؛ ومنها: أطر سياسية وقانونية وتاريخية ودينية واحصائية ومشاهدات من الواقع... إلخ. وتعتمد هذه الأداة البحثية على حقيقة أساسية هي وجود منطلقات فكرية متباينة تشكل قاعدة لانطلاق الخطابات المختلفة، وهي بمثابة أسس ومبادئ تستند إليها الخطابات الإعلامية لكل وسيلة في صراعها الأيديولوجي بشأن قضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة، وهي تمثل القاعدة والإطار الذي يغلف الأطروحات والإحالة المرجعية الدائمة التي تستند إليها في تأكيد مواقفها، وهي تصبغ خطابات كل وسيلة إعلامية



بحسب القوى السياسية والتيارات التي تعبّر عنها كل وسيلة، ويتم تتبع هذه الأطر ورصد كيفية وطبيعة استخدام الخطابات الإعلامية لها بما يثري الدراسة، بالوقوف مثلًا على طبيعة استخدام المرجعية الإسلامية، سواء باستدعاء الرموز والحوادث التاريخية، أو استخدام كلمات لها دلالتها الدينية، أو التركيز على بعض المفاهيم السياسية أو القواعد القانونية.

# مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في وسائل الإعلام المصرية.

# عينة البحث:

اهتم الباحث بتمثيل أنماط ملكية مجتمع الصحف القومية (الحكومية) والحزبية والخاصة، وكذلك أنماط ملكية القنوات التليفزيونية الفضائية (القومية والخاصة)، وقد وقع الاختيار على جريدة الأهرام لتمثيل نمط ملكية مجتمع الصحف القومية . فضلًا عن كونها المنبر الأبرز لوجهات النظر الرسمية في قضايا الديمقراطية، وبوصفها صحيفة عامة، وإن كانت تعبر عن النظام الحاكم؛ وبالتالي فهي تعكس بحكم انتمائها الحكومي الخطاب الصحفي الرسمي في إطار توجهات السلطة والنظام ـ وجريدة الوفد لتمثيل نمط ملكية مجتمع الصحف الحزبية - حيث تعبر جريدة الوفد عن التيار الليبرالي في الحياة السياسية المصرية - كما وقع الاختيار على جريدة الشروق (الشروق الجديد) لتمثيل نمط الملكية الخاصة؛ حيث إنها من أكثر الصحف الخاصة انتشارًا واهتمامًا بقضايا التحول الديمقراطي في مصر؛ ومن ثُمَّ قام الباحث بتحليل كامل لمواد الرأي ـ التي تناولت قضايا الدراسة ـ في هذه الصحف في خلال الإطار الزمني للدراسة. أمّا فيما يتعلق بالقنوات التليفزيونية الفضائية فقد وقع الاختيار على برامج الرأي ذات الجماهيرية العالية، والتي تتميز بحرية التعبير في تتاول الواقع السياسي والديمقراطي في مصر في قنوات تليفزيونية فضائية؛ وعليه فقد وقع الاختيار على: قناة النيل للأخبار (قناة مصر الإخبارية) لتمثيل نمط الملكية القومية (الحكومية)، وقناتي "أون تي في" و "سي بي سي" لتمثيل نمط الملكية الخاصة.

# تحديد وحدات التحليل:

تتمثل الوحدات الخاضعة للتحليل في هذا البحث في وحدة الموضوع؛ حيث تقوم الدراسة بتحليل الموضوعات المنشورة والمذاعة في الصحف والقنوات التليفزيونية الفضائية المصرية موضع الدراسة (الموضوعات المعنية بقضايا التحول الديمقراطي موضع الدراسة)، وتُعَدّ وحدة الموضوع هي وحدة التحليل الرئيسة بالدراسات الإعلامية. وتتمثل وحدة الموضوع في هذه الدراسة في مواد الرأي؛ وذلك لتتناسب مع أداة التحليل، وهي تحليل الخطاب، وحتى يمكن استخراج الأطروحات ومسارات البرهنة والقوى الفاعلة والأطر المرجعية؛ ومن ثمَّ فقد قام الباحث بتحليل كل مواد الرأي ـ الافتتاحية، والمقال، والعمود الصحفي، والتحقيق الصحفي، والتحليل الصحفي، والحوار (الحديث) الصحفي، والتقارير، والندوات، والمؤتمرات، وبريد القراء، والدراسات، والكاريكاتير ـ في صحف الدراسة، وبرنامج من برامج الرأى في كل قناة من القنوات محل الدراسة.

# تحديد فئات التحليل: تتمثل فئات التحليل الواردة في استمارة تحليل الخطاب فيما يلي:

- فئة اسم الجريدة/ القناة: تشمل هذه الفئة الصحف والقنوات التليفزيونية الفضائية محل الدراسة، وهي صحف: الأهرام، والوفد، والشروق، وقنوات فضائية: النيل للأخبار، و "أون تي في"، و "سي بي سي".
  - فئة تاريخ النشر: يوم، وشهر، وسنة.
- فئة أنماط القضايا: وتتمثل في قضايا التحول الديمقراطي موضع الدراسة، وهي: قضية وضع الدستور، وقضية الانتخابات البرلمانية، وقضية الحق في التظاهر، وما يرتبط بهذه القضايا من قوانين وأحكام وقرارات... إلخ.
- فئة الأطروحات المركزية (الرئيسة) في الخطاب: وتتمثل في الأطروحات الرئيسة التي يوردها كاتب/ مقدم الخطاب حول قضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة؛ ومنها: أطروحات مؤيدة تُعنى بسرد مبررات دفاعية مؤيدة، وأطروحات معارضة تُعنى بسرد المبررات الهجومية المعارضة... إلخ.
- فئة مسارات البرهنة: ويُقصد بها الأدلة والبراهين والحجج والمقولات الرئيسة التي يسوقها كاتب/ مقدم الخطاب للتدليل على صدق أطروحته، وتشتمل هذه الفئة على فئات رئيسة؛ مثل: طبيعة الحجج ومسارات البرهنة المقدمة، والتكتيكات المستخدمة في عرض الحجج المطروحة. وكذلك تشتمل الفئات الرئيسة على فئات فرعية أخرى.
- فئة القوى الفاعلة: ويقصد بها القوى الفاعلة في الخطاب الإعلامي الخاص بقضايا التحول الديمقراطي موضع الدراسة، وتقوم الدراسة برصد الصفات والأدوار (الأفعال) المنسوبة لهم، وتقويمها سلبًا أو إيجابًا... إلخ، وموقف تلك القوى من القضايا محل الدراسة، وتنقسم هذه الفئة إلى فئات رئيسة؛ هي: فئة نوع الفاعل، وفئة موقف القوى الفاعلة، وفئة دور الفاعل، وفئة سمات الدور. كما تنقسم هذه الفئات الرئيسة بدورها إلى فئات فرعية عديدة؛ فتنقسم فئة نوع الفاعل على سبيل المثال ـ إلى: فئة دول، وفئة أشخاص، وفئة مؤسسات/ منظمات/ هيئات، وفئة قوى وجهات سياسية، وفئة حركات شبابية. وتنقسم هذه الفئات الفرعية كذلك إلى فئات فرعية أخرى.
- فئة الأطر المرجعية: وتتمثل في الإحالات المرجعية التي يستشهد بها كاتب/ مقدم الخطاب على صدق أطروحته، وتنقسم هذه الفئة إلى فئات فرعية؛ منها: فئة الأطر المستخدمة، وفئة كيفية توظيف الإطار، وتنقسم الفئات الرئيسة بدورها إلى فئات فرعية، فتنقسم فئة الأطر المستخدمة على سبيل المثال المثال إلى فئة إطار سياسي، وفئة إطار تاريخي، وفئة إطار قانوني، وفئة إطار أيديولوجي، وفئة إطار ثقافي، وفئة إطار ديني... إلخ.

# اغتبارات الصدق والثبات:

حتى يتحقق الباحث من صدق المقياس وارتباطه بالهدف الموضوع من أجله وثبات بناء عباراته فإنه يخضعه للاختبارات الخاصة بالثبات والصدق، التي تُعتبر مطلبًا منهجيًا ضروريًا للاعتماد على هذا



المقياس والثقة في نتائج استخدامه (١٠٠٧)، ومن المهم أن يدرك الباحث أن قضيتي الصدق والثبات وجهان لعملة واحدة، وأن كلُّا منهما يؤثر في الآخر (١٠٨).

# أ) اختبارات الصدق/ الصلاحية (validity):

يُقصد باختبارات صدق أداة جمع المعلومات والبيانات مدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلًا، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية (١٠٩)، ويعني الصدق صحة المقياس الذي نستخدمه (السؤال أو المتغير الإجرائي) ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم الذي يرغب الباحث في قياسه (١١٠)، وتُسمَّى هذه الاختبارات غالبًا بصحة البناء؛ حيث تشير إلى المدى الذي يمثل فيه المقياس ـ بشكل كافٍ ـ البناء الأساسي الذي من المفترض قياسه(١١١)، وتُعَدّ هذه الاختبارات المعيار الأكثر أهمية في مجال البحث العلمي، وهي تشير إلى الدرجة التي تقيس فيها الأداة ما يُفترض قياسه (١١٢). وللتأكد من صدق أو صلاحية استمارة تحليل الخطاب قام الباحث بالاختبارات التالية:

- مراعاة الصدق الظاهر (face validity): يُعدّ اختيار الصدق الظاهر أبسط أنواع اختبارات الصدق والأكثر أهمية، ويتحقق هذا الاختبار من خلال سؤال بعض الأشخاص قراءة وتصحيح بعض الفقرات أو الأسئلة غير الصالحة لقياس متغيرات الدراسة (١١٣)؛ حيث يجوز في هذا الاختبار الاستعانة بلجنة من الخبراء والمحكمين لمراجعة وفحص صلاحية أداة القياس (١١٤)، أي القيام بتقييم الاستمارة من قِبَل مجموعة من المحكمين، فيقومون بمراجعة الاستمارة، ويقررون إذا ما كانوا يعتقدون أنها سوف تقيس الظاهرة أو المتغير محل الدراسة (١١٥)؛ وللتأكد من الصدق الظاهر عرض الباحث استمارة تحليل الخطاب على مجموعة من السادة المحكمين والخبراء في الإعلام ومناهج البحث للحكم على مدى صلاحية الاستمارة في قياس متغيرات الدراسة وتلبيتها لأهدافها(١١٦)، وقد تم إجراء بعض التعديلات على الاستمارة في ضوء توجيهات هؤلاء السادة المحكمين ومقترحاتهم.

- مراعاة صدق المحتوى/ صدق المضمون (content validity): وهو ما يُسمَّى "الصدق المنطقى" في بعض الأحيان، ويستهدف التأكد من أن أداة جمع البيانات تتضمن كافة الجوانب والمتغيرات والأبعاد الخاصة بالمشكلة البحثية، ومدى شمولها وتمثيلها لموضع الدراسة وجوانبه المختلفة. فهو تقييم لمدى ملاءمة مجموعة بنود المقياس لأبعاد محتوى البناء الذي تسعى هذه البنود إلى قياسه... وكما هو الحال مع الصدق الظاهري فإنه يجوز الاستعانة بلجنة من الخبراء والمحكّمين لاختبار وفحص صدق المحتوى(١١٧)، أي إن صدق المحتوى يشير إلى أي مدى توفر أداة القياس التغطية الكافية للموضوع قيد الدراسة، وأنه يمكن قياسه عن طريق الاستعانة بفريق من المحكمين(١١٨). وقد عمل الباحث على مراعاة صدق المحتوى في الاستمارة من خلال التأكد من أنها تغطي جميع أبعاد المشكلة موضع البحث ومتغيراته وأبعاده. - مراعاة صدق البناء (construct validity): يُطلق عليه الصدق البنائي/ التركيبي أو الصدق النظري أو صدق النكوين الفرضي (صدق المفهوم)، وهو يرتبط بإدراك الباحث للأطر النظرية عند بناء المقياس أو الأداة البحثية؛ حيث تتعكس هذه الأطر بشكل مباشر على صياغة المشكلة البحثية والأهداف والمتغيرات والعلاقات الفرضية... إلخ. وفي الحقيقة فإن هذا الجانب يُعَدّ من أهم الخطوات التي يجب أن يهتم بها الباحث لكي نكون هناك فائدة علمية وتطبيقية لدراسته، ولكي يضمن الباحث أن تكون تعريفاته الإجرائية صحيحة في قياس المفاهيم النظرية التي يتناولها، فإن عليه القيام بعدة خطوات أساسية؛ منها: مراجعة الإطار النظري بدقة وعناية، والتأكد من العلاقات النظرية بين المفاهيم المختلفة وفقًا لذلك الإطار النظري، ومراجعة التعريفات الإجرائية التي استخدمها الباحثون الآخرون في قياس المفاهيم النظرية للتأكد للإطار النظري موضع الاختبار، بالإضافة إلى الاختبار المسبق لأداة البحث وللتعريفات الإجرائية للتأكد من أنها تقوم بالفعل بقياس المتغيرات النظرية (١٩٠١)؛ وعليه فإن صدق البناء يقوم باختبار كيفية قياس الأداة البحثية للبناء والمفاهيم النظرية التي من المتوقع أن يتم قياسها(٢٠٠)، ويُعتبر صدق البناء من أكثر الصدق تعقيدًا وتجريدًا (١٢٠١). وقد قام الباحث بمراجعة الإطار النظري للبحث للتأكد من أن العلاقات بين مفاهيمه ومتغيراته واضحة المعالم طبقًا للإطار النظري للبحث.

## ب) اختبارات الثبات (reliability):

يُقصد بالثبات الوصول إلى النتائج نفسها بتكرار تطبيق المقياس على الأفراد أنفسهم في الموقف أو الظروف نفسها. والثبات يعني أن المقياس ثابت، بمعنى أنه يقوم بقياس الشيء نفسه، أيًا كانت مفردة العينة أو الباحث الذي يقوم بالقياس (١٢٢)، والثبات هو الدرجة التي يكون فيها قياس المفاهيم النظرية متسقًا أو يُعتمد عليه.. بعبارة أخرى، الثبات هو إذا كان لنا أن نستخدام هذا المقياس لقياس المتغيرات والمفاهيم نفسها عدة مرات، فإننا نحصل على النتيجة ذاتها إلى حد كبير في كل مرة، وذلك بافتراض أن الظاهرة الأساسية محل الدراسة لا تتغير (١٢٠٠)، أي إن المقياس يكون موثوقًا فيه إذا قدّم نتائج متسقة (١٢٤).

## الإطار الزمني للبحث:

حرصًا من الباحث على التقصي الدقيق والرصد الشامل لجوانب القضائية موضع الدراسة فقد اتبع أسلوب الحصر الشامل لمواد الرأي في الصحف والقنوات التليفزيونية الفضائية موضع الدراسة في المدة من ٢٠١٢/١٢م إلى ٢٠١٢/١٢م، حيث قام الباحث بدراسة أعداد الصحف الخاضعة للدراسة طوال تلك المدة، وكذلك برامج الرأي المختارة في القنوات التليفزيونية الفضائية محل الدراسة، مما أتاح للباحث الفرصة لرصد وتحليل خطابات إعلامية تظهر فيها تباينات عديدة، وتحقيق أهداف البحث، والإجابة عن تساؤلاته، ويأتي اختيار هذه الفترة الزمنية إطارًا زمنيًا للدراسة نظرًا لما شهدته هذه الفترة من أحداث مهمة تتعلق بعملية التحول الديمقراطي، والتي تمثلت في تشكيل الجمعية التأسيسية لوضع الدستور، واعادة تشكيلها أكثر من مرة في خلال عام ٢٠١٢م، وصدور الدستور في نهاية عام ٢٠١٢م،



وصدور قانون الانتخابات البرلمانية في عام ٢٠١١م (وبطلانه في عام ٢٠١٢م)، واجراء الانتخابات البرلمانية في نهاية عام ٢٠١١م وبداية ٢٠١٢م، والتحضير لوضع قانون جديد للانتخابات البرلمانية في خلال عام ٢٠١٣م، وصدور قانون الحق في التظاهر في شكله النهائي في نهاية عام ٢٠١٣م... إلخ. القضايا الخاضعة للدراسة (الإطار الموضوعي):

بدايةً قام الباحث برصد عدد من المحددات يتم على أساسها اختيار القضية أو القضايا التي يخضعها للدراسة، وهي محددات تتفق ومشكلة البحث، وهي: أن تكون القضية معنية بالتحول الديمقراطي في مصر، ولها أهميتها المتمثلة في تكوين بيئة جدلية للخطابات الإعلامية الخاصة بمختلف أنماط ملكية وسائل الإعلام في مصر (القومية والحزبية والخاصة)، وأن تشغل القضية اهتمام القطاع الأكبر من الرأى العام، وأن تحظى بتغطية إعلامية منتظمة ومركزة في وسائل الإعلام بمختلف أنماط ملكيتها؟ بمعنى أن القضية تقع على قمة أولويات اهتمامات نظام الاتصال، وأن تكون القضية مثار جدل وانقسام في الرأي بين القوى السياسية والاجتماعية المختلفة في المجتمع المصري، وأن يكون هناك ردُّ فعل من جانب السلطة السياسية، سواء تمثّل في صدور قرار سياسي حاسم يحمل رؤية صانعي القرار للتعامل مع القضية، أو تمثّل في انشغال وحدات صنع القرار ـ سواء داخل السلطة التنفيذية أو السلطة التشريعية أو كليهما ـ بالتفكير الجدي والدراسة المتعمقة الهادفة الإصدار قرار يحسم الموقف، وأن تكون القضية موضع الدراسة مثار اهتمام كلّ من النظامين: السياسي والاتصالي عبر فترة زمنية طويلة، تسمح باكتشاف تطور العلاقة بين متغيرات الدراسة، وتسمح باكتشاف مدى التغير أو الثبات في أدوار النظامين كليهما من القضية <sup>(١٢٥)</sup>، وأن يكون للقضية تواجدها المكثف الذي يسمح بالرصد والمتابعة، وأن تحتوي هذه القضايا على تطورات موقفية أو قضايا خلافية تحتاج لطرح بشأنها مؤيد أو معارض؛ وذلك لقياس مدى الاتساق أو الاختلاف بين الخطابات الإعلامية المختلفة، وأن تشمل تباينات على المدى الزمني تسمح برصد آليات تطور وتحول مواقف الخطابات بشأنها (١٢٦).

وعليه، فقد وقع الاختيار على قضايا الدراسة بناءً على دراسة استطلاعية أجريت على مضمون وسائل الإعلام المصرية المختلفة في خلال عام ٢٠١٢م وبداية عام ٢٠١٣م، بهدف تحديد أهم قضايا التحول الديمقراطي التي شغلت اهتمام هذه الوسائل، من خلال رصد تلك القضايا التي نالت أكبر قدر من الاهتمام، متمثلًا في حجم المساحة أو الوقت الذي شغلته القضية، ومعدل تكرار نشر أو إذاعة مواد إعلامية عنها، وتتوع القوالب والمعالجات الإعلامية التي حظيت بها القضية، واستمرار القضية في قمة أولويات اهتمامات وسائل الإعلام لمدة زمنية أطول مقارنةً بغيرها من القضايا؛ ومن ثُمَّ فقد اتَّضح اهتمام هذه الوسائل بعدد من القضايا المعنية بالتحول الديمقراطي، وفي ضوء نتائج هذه الدراسة الاستطلاعية، وكذلك المقابلات العلمية التي أجريت مع بعض الشخصيات ذات الصلة بموضوع الدراسة، وفي ضوء معايشة الباحث للواقع المصري، ومحددات اختيار القضايا الخاضعة للدراسة، وقع الاختيار على القضايا

الآتية: وضع الدستور (دستور ٢٠١٢)، والانتخابات البرلمانية، وقانون الحق في التظاهر (قانون تنظيم الحق في الاجتماعات العامة والمواكب والتظاهرات السلمية في الأماكن العامة).

#### نتائج الدراسة:

يمكن استعراض نتائج الدراسة من خلال الإجابة عن التساؤلات البحثية على النحو الآتي:

◄ كيف تعالج وسائل الإعلام قضايا صننع القرار السياسي محل الدراسة؟

يرتبط بهذا التساؤل عدد من التساؤلات الفرعية التي يمكن تناولها والإجابة عنها على النحو التالي:

ما طرق معالجة وسائل الإعلام قضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة؟

أظهرت نتائج الدراسة أن مواد الرأي التي عالجت هذه القضايا وقعت في صفحات مختلفة من الصحف محل الدراسة، ولم تقتصر على صفحة بعينها، فمنها ما نُشر في الصفحة الأولى، ومنها ما نُشر في الصفحات الداخلية، وكذلك الأمر بالنسبة للصفحة الأخيرة، أمّا بالنسبة للقنوات الفضائية قيد الدراسة فقد كانت تتناول هذه القضايا في أوقات مختلفة من برامجها الخاصة بالرأي، ففي بعض الأحيان تبدأ برامج الرأي جدولها اليومي بإحدى هذه القضايا، وأحيانًا أخرى في وسط المدة الزمنية المخصصة لهذه البرامج، أو تختتم هذه البرامج حلقاتها بقضية من تلك القضايا.

وقد تبين للدراسة أن اهتمام وسائل الإعلام محل الدراسة بهذه القضايا جعلها تفرد لها مساحات وأوقات زمنية كبيرة، قد تصل إلى صفحة أو حلقة كاملة ـ في بعض الأحيان ـ أو أكثر، فقد سيطرت هذه القضايا على مواد الرأي في تلك الوسائل خلال الفترة الزمنية للدراسة بأكملها، وإن كان الاهتمام الأكبر لهذه الوسائل كان منصبًا على وضع الدستور، ثم الانتخابات البرلمانية، وأخيرًا قانون الحق في التظاهر.

وقد كشفت الدراسة عن شدة اهتمام كتّاب ومقدمي مادة الرأي في الوسائل الإعلامية محل الدراسة بهذه القضايا، سواء أكانوا من مقدمي وكتّاب ومحرري الوسيلة نفسها أم من خارجها.

كذلك أظهرت نتائج الدراسة اعتماد وسائل الإعلام قيد الدراسة - بشكل خاص الصحف - في طرحها ومعالجتها هذه القضايا على معظم مواد الرأي الصحفية، خاصة المقالات والأعمدة الصحفية والافتتاحيات والتقارير والتحقيقات والتحاليل الإخبارية.

أمّا فيما يتعلق بمستويات اللغة العربية المستخدمة في معالجة وسائل الإعلام محل الدراسة قضايا الدراسة فقد اتضح من خلال نتائج الدراسة أن جريدة الأهرام استخدمت لغة صحفية في أحيان كثيرة واستخدمت اللغة الفصحى في أحيان أخرى، كما استخدمت جريدة الوفد لغة صحفية في أحيان كثيرة أيضًا، واللغة الفصحى في أحيان أخرى، والعامية في حالات قليلة، واستخدمت جريدة الشروق لغة صحفية أيضًا في أحيان كثيرة، واللغة الفصحى والعامية في أحيان قليلة. في حين استخدم برنامج "من القاهرة" بقناة النيل للأخبار لغة إعلامية (صحفية) في كثير من الأحيان، واللغة الفصحى والعامية في أحيان كثيرة، وقد استخدم برنامج "آخر كلام" بقناة "أون تي في" اللغة العربية الفصحى في أحيان كثيرة،



ولغة إعلامية (صحفية) والعامية في أحيان أخرى. أمّا برنامج "بهدوء" بقناة "سي بي سي" فقد استخدم لغة إعلامية (صحفية) في كثير من الأحيان، واللغة الفصحى والعامية في أحيان أخرى.

ما أبرز الأطروحات التي تم طرحها في وسائل الإعلام محل الدراسة عند معالجتها قضايا التحول الديمقراطي قيد الدراسة؟ وما أوجه التشابه والاختلاف بين وسائل الإعلام محل الدراسة في طرحها لهذه الأطروحات؟

أظهرت الدراسة أن أبرز أطروحات خطاب وسائل الإعلام محل الدراسة بشأن قضية وضع الدستور قد تمركزت في أربعة عشر محورًا رئيسًا؛ هي: تشكيل الجمعية التأسيسية ونسب التمثيل ومعايير اختيار أعضائها، ومطالب ومقترحات للدستور، واستحواذ تيار سياسي على الجمعية التأسيسية والانفراد بوضع الدستور، والمطالبة بدستور توافقي يعبر عن إرادة الشعب، وعدم دستورية الجمعية التأسيسية وبطلانها، وأحقية/ عدم أحقية البرلمان في انتخاب أعضائه للجمعية التأسيسية للدستور، والجمعية التأسيسية توافقية تعبر عن مختلف مكونات المجتمع وفئاته، والخلاف حول المادة (٦٠) من الإعلان الدستوري، والانسحاب من الجمعية التأسيسية، والدستور أولًا أم الانتخابات البرلمانية أم الانتخابات الرئاسية، وحل الجمعية التأسيسية وتشكيل جمعية جديدة، والخلاف حول مواد في مسودة الدستور، والإشادة بالدستور، والاستفتاء على الدستور.

وأوضحت النتائج أن أبرز أطروحات خطاب وسائل الإعلام محل الدراسة بشأن قضية الانتخابات البرلمانية قد تمحورت في أحد عشر محورًا رئيسًا؛ هي: الخلاف حول نظام الانتخابات البرلمانية، وعدم دستورية الانتخابات البرلمانية وبطلانها، ومقاطعة الانتخابات البرلمانية، والخلاف حول قانون الانتخابات البرلمانية، والإشادة بالانتخابات البرلمانية وأطرافها المختلفة، ومطالب ومقترحات لقانون الانتخابات البرلمانية، واستعدادات المرشحين للانتخابات البرلمانية والتحالفات الحزبية، وتحذيرات حول الانتخابات البرلمانية ونتائجها، وتوفير الضمانات لانتخابات برلمانية حرة نزيهة، وسلبيات عملية الانتخابات البرلمانية والتشكيك فيها، وأسباب الفوز في الانتخابات البرلمانية.

وكشفت الدراسة عن أن أبرز أطروحات خطاب وسائل الإعلام محل الدراسة بشأن قانون الحق في التظاهر قد تمركزت في خمسة محاور رئيسة؛ هي: الدعوة إلى تطبيق قانون الحق في التظاهر ومبررات تطبيقه، ومقترحات وملاحظات حول قانون الحق في التظاهر، وردود الفعل حول قانون الحق في التظاهر، ودستورية قانون الحق في التظاهر أو عدمه، ومساوئ قانون الحق في التظاهر وسلبياته.

وعليه، فقد أظهرت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام محل الدراسة قد تناولت وعالجت قضايا الدراسة من خلال عدة أطروحات تشاركت فيها تلك الوسائل الإعلامية إلى حد كبير، مع وجود تباين يبدو واضحًا في كيفية توظيف هذه الأطروحات، والتدليل عليه من وسيلة إعلامية إلى أخرى، بحسب سياستها التحريرية ونمط ملكيتها والاتجاه الفكري الذي تتبناه، إلّا أنه كان من الملاحظ أيضًا اتفاق وسائل العينة على طرح عدد من اتجاهات الخطاب، بل وتشابهت الأطروحات إلى حد كبير نسبيًّا بين وسائل العينة،

وبقيت مساحة محددة للتمايز في خطابات هذه الوسائل بحكم تباين أنماط ملكيتها، وسياستها التحريرية. وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات السابقة، من أهمها دراسة "هشام عطية، ٩٩٥".

فقد أبرزت على سبيل المثال وسائل الإعلام القومية أطروحتي الإشادة بالدستور والاستفتاء على الدستور بشكل واضح مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى (الحزبية والخاصة)، كما اهتمت وسائل الإعلام القومية بأطروحة الإشادة بالانتخابية البرلمانية وأطرافها المختلفة... إلخ.

في حين اهتمت وسائل الإعلام الحزبية بأطروحات استحواذ تيار سياسي على الجمعية التأسيسية والانفراد بوضع الدستور، وعدم دستورية الجمعية التأسيسية وبطلانها، وسلبيات عملية الانتخابات البرلمانية والتشكيك فيها، ومقاطعة الانتخابات البرلمانية... إلخ.

أمّا وسائل الإعلام الخاصة فقد اهتمت بشكل أكبر بأطروحات تشكيل الجمعية التأسيسية ونسب التمثيل ومعايير اختيار أعضائها، والخلاف حول نظام الانتخابات البرلمانية، وعدم دستورية الانتخابات البرلمانية وبطلانها... إلخ.

أمّا بالنسبة إلى أوجه التشابه بين وسائل الإعلام محل الدراسة في طرحها لهذه الأطروحات فقد كان من نصيب أطروحة الدعوة إلى تطبيق قانون الحق في التظاهر ومبررات تطبيقه ـ على سبيل المثال ـ فقد اهتمت وسائل الإعلام محل الدراسة بشكل كبير بهذه الأطروحة، كما تشابهت معالجة هذه الوسائل لتلك الأطروحة إلى حد بعيد، وذلك وفقًا لما أظهرته نتائج الدراسة التحليلية.

ما مسارات البرهنة التي اعتمدت عليها كل وسيلة إعلامية في معالجتها هذه القضايا؟ (ما أبرز الأدلة والبراهين والحجج والمقولات التي قدمتها كل وسيلة في كل قضية؟).

أظهر تحليل مسارات البرهنة الخاصة بخطاب وسائل الإعلام القومية محل الدراسة تجاه وضع الدستور أن طبيعة معظم مسارات البرهنة المقدمة في جريدة الأهرام كانت بشكل عام معارضة، وأن بعضها كانت متوازنة أو مؤيدة، وأن طبيعة معظم مسارات البرهنة المقدمة في قناة النيل للأخبار كانت متوازنة، وبعضها معارضة أو مؤيدة، ومن ذلك على سبيل المثال:

"لا تتسم الصيغة التي يقترحها حزب الحرية والعدالة لتشكيل الجمعية التأسيسية المنوط بها كتابة الدستور الجديد بالإنصاف أو الرغبة في توسيع المشاركة؛ لأنها تعطي للمجلسين الشعب والشورى (٤٠٪) من عضوية هذه اللجنة، إضافة إلى دور المجلسين في اختيار الشخصيات العامة والخبراء الدستوريين "(١٢٧).

"صحيح أن الإعلان الدستوري فوّض البرلمان بغرفتيه 'شورى وشعب' في انتخاب أعضائها... ولكن هل يجوز للنواب انتخاب أنفسهم على نحو ما حدث من هيمنة واضحة لحزب الأغلبية على تشكيل الجمعية بسبب أكثريته العددية في مقاعد البرلمان"(١٢٨).

"قضية الأقلية والأغلبية في تشكيل الجمعية، والصدع بها في الخطاب وفي كل نقاش أو حوار، الأقلية والأغلبية مبدأ نظامي سياسي، يكون مستساعًا في أمور البرلمان، ولكن ليس في كل أمر وآن،



وأن هذا المبدأ إذا صلح في ميدان السياسة، فإنه أخطر أن يُطبق على كيان المجتمع وخرائطه وغايات توافقاته" (۱۲۹).

"أيًّا كان الرأي في دستورية أو منطقية تشكيل الجمعية التأسيسية للدستور بنسبة (٥٠٪) من أعضاء مجلسي الشعب والشوري و (٥٠٪) من خارج المجلسين فإن هناك وسائل قانونية وقضائية يمكن اللجوء إليها بهدوء للفصل في النزاع وتغليب وجهة النظر الصحيحة، فكفي مظاهرات واحتجاجات ومشاجرات توتر الأجواء، وتعطل مسيرة الإنتاج، وتؤدي إلى عرقلة مسيرة العودة للحكم المدني، وقيام نظام ديمقراطي مستقر يليق بالتضحيات التي بذلها أبناء الوطن من دمائهم"(١٣٠).

عندما نقول هناك إسلاميون، فهذا ليس معناه أننا ضد، بالعكس نحن معه، وهذا شيء لا يقلق أحد، الذي يقلق هو التمثيل، هل هو مناسب أو غير مناسب؟ (١٣١).

لكن مازالت هناك بعض الخلافات في الرؤى حول بنود بعض المواد المقرر أن يتضمنها الدستور، فضلًا عن موقف المتغيبين والمستقيلين من اللجنة (١٣٢).

وقد أظهر تحليل مسارات البرهنة لخطاب جريدة الوفد تجاه وضع الدستور أن طبيعة مسارات البرهنة المقدمة كانت بشكل عام معارضة، وأن القليل منها كانت متوازنة، ومنها على سبيل المثال:

"كان يجب أن ينأى البرلمان عن الاشتراك في الجمعية التأسيسية للدستور الجديد، ويترك هذه المهمة لذوى الكفاءة والخبرة من خارج المجلسين، ويحتفظ بدوره في الرقابة باعتباره السلطة التشريعية والرقابية في البلاد. ولكن إصرار البرلمان على تمثيل أعضاء مجلسي الشعب والشوري بنسبة (٥٠) في المئة في الجمعية التأسيسية مقابل (٥٠) في المئة للشخصيات العامة والنقابات يُعتبر انتكاسة للديمقراطية وانتاجًا جديدًا لعصر ترزية القوانين واحتكار السلطة "(١٣٣).

"فعدد الأعضاء المحدد بمئة فقط لا يسمح حتمًا بتمثيل كلّ الأحزاب والقوى السياسية والنيابية وجمعيات المجتمع المدني، التي يجب أن تشترك جميعًا في وضع أحكام الدستور الجديدة ليكون دستورًا قوميًا وديمقراطيًا ومعبرًا عن الإرادة الشعبية العلمية، وليس عن إرادة فصيل سياسي إسلامي معين حصل على الأغلبية في مجلسي البرلمان في الانتخابات الأخيرة"(١٣٤).

وقد أظهر تحليل مسارات البرهنة الخاصة بخطاب وسائل الإعلام الخاصة تجاه وضع الدستور أن طبيعة مسارات البرهنة المقدمة كانت بشكل عام سلبية، ثم متوازنة، ومن أمثلة ذلك:

"لن أدخل في جدل هل نسبة الخمسين في المئة للبرلمان قانونية ودستورية أم لا؟ ربما تكون كذلك، وربما لا تكون، لكن من قال إن المشكلة في القانون أو الدستور؟ وهل لو قالت المحكمة الدستورية أو المحكمة الإدارية العليا إنها سليمة تتتهى المشكلة؟ المشكلة أولًا وأخيرًا سياسية، وتتعلق بسلوك فصيل سياسي مهم يتهيأ أن يحكم قبضته على السلطة التنفيذية بعد أن أحكمها على السلطة التشريعية"(١٣٥).

"مصر في حقل كبير من الألغام، أيّ منها قابل للانفجار في أي لحظة، المخلوق يخلق الخالق في الدستور، من إجراءات انتخاب الجمعية التأسيسية إلى التمثيل النسبي، بين من هم داخل السلطة التشريعية ومن هم خارجها إلى حصص الفئات المختلفة في المجتمع إلى المادة الثانية إلى صلاحيات الرئيس إلى التعليم إلى السياحة إلى الحريات المدنية إلى آخره. لكنّ فوق ذلك وقبل ذلك كله مسألة فلسفية محورية فاصلة: هل يجوز لسلطة من السلطات أن تشارك في تأليف كتاب يحدد لها من هي وكيف تولد وكيف تشرب وكيف تأكل إلّا كما يجوز للمولود أن يلد الوالد؟"(١٣٦).

لا يجوز أن يجتمع المجلسان بنقص مئة عضو، بدعوى أنهم أعضاء معينون ـ عشرة من الشعب، وتسعون من الشورى ـ إذ يعني ذلك إخلالًا بمبدأ تكافؤ الفرص، وإذا صدر قرار من المجلسين على هذا الشكل يصبح قرارًا باطلًا، يصل إلى درجة الانعدام، وغير نافذ قانونًا (١٣٧).

من جانب آخر، أظهر تحليل مسارات البرهنة الخاصة بخطاب وسائل الإعلام القومية محل الدراسة تجاه الانتخابات البرلمانية أن هذه طبيعة هذه المسارات كانت بشكل عام معارضة، ثم متوازنة ومؤيدة في جريدة الأهرام، ومتوازنة ومؤيدة في قناة النيل، ومن أبرزها على سبيل المثال:

"ينص القانون على منع تأسيس الأحزاب على أسس دينية، وعلى منع استخدام الشعارات الدينية أثناء الانتخابات، فلماذا لم تحرصوا على تطبيق القانون؟ فلقد تمت الموافقة على إنشاء أحزاب دينية إخوانية وسلفية.. ألم تعلموا أن القوى المتدينة قد استخدمت الشعارات الدينية طوال فترة الانتخابات التي امتدت أشهرًا؟"(١٣٨).

"حسمت المحكمة الدستورية أمس الأمر بعدم دستورية قانون العزل السياسي وعدم دستورية انتخاب ثلث أعضاء مجلس الشعب على أساس فردي، وعلى الجميع أن يقبلوا بحكمها بلا نقاش "(١٣٩).

مجلس الشورى يوافق من حيث المبدأ على قانون الانتخابات الجديد، وأحزاب المعارضة تنقد مشروع القانون، نظرًا لعدة اعتبارات هي أنه لم يحدد التمويل المطلوب للحملات الانتخابية، وأنه أغفل العديد من النقاط المهمة؛ أبرزها: عدم تنظيم كيفية فوز المرشح على المقعد الفردي، كذلك إغفاله كيفية الرقابة المحلية والدولية على الانتخابات، ومدة الاقتراع على يوم أو يومين... كما أنه خالف المطلب الرئيس لجبهة الإنقاذ الوطني، وهو الأخذ بنظام القوائم النسبية المفتوحة وليست المغلقة، بالإضافة إلى حفاظه على تقسيم الدوائر الانتخابية بالطريقة نفسها التي تمت في خلال الانتخابات السابقة (١٤٠٠).

في حين أظهر تحليل مسارات البرهنة الخاصة بخطاب جريدة الوفد تجاه الانتخابات البرلمانية أن طبيعة مسارات البرهنة المقدمة كانت بشكل عام معارضة، والقليل منها متوازنة، ومنها على سبيل المثال: "بالمستندات.. عمليات تزوير فاضحة وغير مسبوقة في منوف والسادات.. اكتشاف (٢٨) بطاقة رقم قومي لناخب واحد، وقيد اسمه في أكثر من لجنة انتخابية.. (٤٧٠٠) شخص بالدائرة الرابعة لمرشح الوفد يتلاعبون في (٣٠) ألف صوت "(١٤١).

"ظهرت توابع النكسة السياسية التي يديرها الشورى باقتدار، فقد أصدرت المحكمة الدستورية حكمًا جديدًا بعدم دستورية قانوني انتخابات مجلس النواب ومباشرة الحقوق السياسية، وإعادتهما إلى مجلس الشورى لتنفيذ مقتضى قراراتها... وركزت المحكمة اعتراضها على (١٣) مادة؛ منها: (٤) مواد في قانون



الانتخابات، و(٩) مواد في قانون مباشرة الحقوق السياسية... وتقريبًا احتجاج المحكمة الدستورية العليا في المرة الثانية هو قريب من احتجاجها في المرة الأولى "(١٤٢).

وقد أظهر تحليل مسارات البرهنة لوسائل الإعلام الخاصة محل الدراسة تجاه الانتخابات البرلمانية أن طبيعة مسارات البرهنة المقدمة كانت بشكل عام معارضة كثيرًا، ومتوازنة قليلًا، ومن أمثلة ذلك: "قانون الانتخابات جاء معيبًا في مواضع كثيرة، وعلى رأسها موضوع المرأة، فقد اشترط القانون على القوائم المقدمة من الأحزاب أن يتضمن كل منها على الأقل سيدة واحدة، معبرًا بذلك عن تمسك شكلي بتمثيل المرأة في البرلمان، ولكنه نوع من أداء الواجب فقط دون الاكتراث بالنتائج، كان الأجدر أن يتضمن القانون ضوابط أكثر إلزامًا بشأن ضمان حد أدنى من المشاركة النسائية، كما ضمن القانون للعمال والفلاحين نصف مقاعد البرلمان، كان يلزم أن يضمن للمرأة نسبة من تلك المقاعد ولو ربعها، بدلًا من الاكتفاء بنص قانوني لا أثر له"(١٤٣).

"أرجع المهندس إبراهيم المعلم، نائب رئيس اتحاد الناشرين الدوليين، رئيس مجلس إدارة جريدة الشروق، عدم إقبال الناخبين على انتخابات مجلس الشورى إلى أن الشعب المصري مؤمن بمجلس الشعب وليس الشوري، ٢٧ مليون ناخب أدلوا بأصواتهم في انتخابات مجلس الشعب، وأحجموا عن المشاركة في الشوري"(١٤٤).

"إمكانية الطعن في دستورية الانتخابات بما يمكن أن يؤدي إلى حل البرلمان في نهاية المطاف، لماذا تعتبر هذا فخًا إذا أتى بحكم المحكمة، حتى لو أن هناك توافقًا.. لا يصح أن يكون هناك توافق على شيء خاطئ، إذا رأت المحكمة أنه خاطئ فلا يوجد هناك مشكلة "(١٤٥).

أثار قرار الرئيس جدلًا في الأوساط السياسية، خصوصًا في أوساط القوى السياسية المعارضة للنظام، التي طالبت بتأجيل الانتخابات لمدة ٦ أشهر على الأقل، لحين تحقيق مصالحة وطنية وفتح باب حوار مجتمعي حول تعديلات قانون مباشرة الحقوق السياسية، أمّا تيار الإسلام السياسي فرحب بدعوة الرئيس لإجراء الانتخابات، خصوصًا أن هذا التيار هو المسيطر على أغلبية مجلس الشورى الذي أقرّ تعديلات جديدة بقانون الانتخابات البرلمانية وسط اتهامات بأن التعديلات يشوبها عدم الدستورية، وخصوصًا فيما يتعلق بالتجنيد والإشراف القضائي على تصويت المصريين بالخارج، وتقسيم الدوائر (١٤٦). من جهة أخرى، أظهر تحليل مسارات البرهنة الخاصة بخطاب وسائل الإعلام القومية محل الدراسة تجاه قانون التظاهر أن طبيعة مسارات البرهنة المقدمة كانت بشكل عام معارضة في أوائل عام ٢٠١٣م، ومتوازنة ومؤيدة في أواخر العام، ومن أمثلة ذلك على سبيل المثال:

"دار الكثير من الجدل الأسبوع الماضي حول مشروع قانون تنظيم النظاهر، الذي تم نشر العديد من المقترحات حوله في بعض الصحف الحزبية والمستقلة، والتي شملت عدة بنود أثارت الاستتكار الشديد لدى القوى السياسية المختلفة، وهو مشروع القانون الذي تتصل منه الجميع وباتت صورته مجرد بالون

على رد الفعل"(١٥٠).

اختبار لما هو قادم، وأعقبت ذلك على الفور تصريحات لوزير العدل حول دراسات أخرى لمشروع القانون ذاته، ولكن ببنود مختلفة في الكثير منها"(١٤٧).

"حان الوقت لوضع قواعد تحكم المظاهرات والمليونيات في الشوارع والميادين، لا يوجد شعب في العالم يتظاهر ستة شهور في السنة، ولا يوجد شعب وصل إلى حالة من الانفلات والفوضى كما حدث في مصر منذ ثورة ٢٥ يناير، جاء الوقت لكي نبدأ مرحلة جديدة من الاستقرار بعد كل ما وصلنا إليه من التفكك.. لقد عاش المصريون كلّ أنواع وألوان المليونيات، ومارسوا كل أشكال التظاهر، شاهدنا الإضرابات الفئوية التي لم تترك فصيلًا مهنيًّا واحدًا، ابتداء بالأطباء وانتهاء بالمدرسين، وشاهدنا عشرات المليونيات من جميع الفصائل السياسية، وسمعنا كل الشعارات والكلمات الفجة، فهل يمكن أن نمنح الشارع المصري إجازة قصيرة يلتقط فيها أنفاسه لكي تعود حالة الأمن مرة أخرى؟"(١٤٨).

سئم الناس جدًّا مما يحدث في الشارع المصري.. والحياة أصبحت صعبة بشكل كبير جدًّا نتيجة التظاهر، حتى لو كان هذا التظاهر سلميًّا؛ لأنه يتسبب في قطع الشوارع(١٤٩).

في حين أظهر تحليل مسارات البرهنة الخاصة بخطاب جريدة الوفد تجاه قانون الحق في التظاهر أن طبيعة مسارات البرهنة المقدمة كانت بشكل عام مؤيدة ومتوازنة، ومن أبرزها على سبيل المثال: "مصر الآن في حالة ونظام "الشرعية الدستورية الثورية"، والحكومة تعمل في ظل هذا الوضع حتى ينتهي وضع الدستور وانتخاب البرلمان والرئيس، ولابد مع ذلك أن نبحث مدى حاجة البلاد في هذه المرحلة إلى مشروع القانون المذكور.. لابد من إصدار قانون جديد للتظاهر بصفة عاجلة، فليس هناك أية مصلحة عامة للشعب المصري، في ترك الحال على ما هو عليه بالصورة التخريبية الحالية، وقصر دور الدولة

وقد أظهر تحليل مسارات البرهنة لخطاب وسائل الإعلام الخاصة محل الدراسة تجاه قانون التظاهر أن طبيعة مسارات البرهنة المقدمة كانت بشكل عام معارضة ومتوازنة في بداية عام ٢٠١٣م، ومؤيدة إيجابية ومتوازنة في أواخر العام ـ باستثناء مسارات البرهنة لخطاب جريدة الشروق التي اتسمت بالمعارضة والمتوازنة في بدايات عام ٢٠١٣م وأواخره كذلك ـ ومنها على سبيل المثال:

"قانون التظاهر الجديد في مصر يثير قلقنا ولا يشجعنا على إحسان الظن بما يجري، أولًا بسبب السياق الذي صدر فيه، حيث يبدو حلقة في مسلسل إجراءات تؤسس لدولة أخرى غير تلك التي بشرتنا بها وتطلعت إليها ثورة ٢٥ يناير ... وثانيًا لمضمونه الذي بمقتضاه تتراجع الثورة كثيرًا إلى الوراء على نحو يفقدها أحد أهم مكاسبها"(١٥١).

ما هو آتٍ هو في الواقع إرث لانزال نعيش فيه حتى بعد مرور قرن من الزمان، ما هو آتٍ هو في الواقع أساس ما ورد فيما لحق من دسانير، ومن قوانين حكمت حرية المواطن المصري في التجمهر وفي التظاهر وفي التعبير عن آرائه السياسية والاقتصادية والاجتماعية حتى اليوم... واليوم يخاطر المواطن المصري كلّ مرة يتجمهر فيها مع أربعة آخرين في ظل ما لدينا من قوانين، متى إذن تلحق القوانين بجيل





يسبقها بنحو قرن من الزمان؟ وإلى متى ننكر على الناس حتى حقهم في الصراخ وفي التعبير عن الألم؟<sup>(٢٥٢)</sup>.

المنطق في صدور مسودة هذا القانون بهذا الشكل، وفي هذا التوقيت، هو أنه لا أحد ضد فكرة حق التظاهر أو الاحتجاج؛ لأنه حق أصبح من الغباء السياسي أن يحاول أحد أن يدحضه أو يمنعه أو يجحده، ولكن يتم استخدام الحق المشروع للتظاهر بشكل يحوّله إلى تظاهر مسلح أو يحاول أن يهدد حياة الآمنين ويروع المواطنين (١٥٣).

ما أهم القوى الفاعلة المؤثرة تجاه القضايا محل الدراسة؟

أظهرت الدراسة التحليلية للوسائل الإعلامية محل الدراسة وجود مجموعة من القوى الفاعلة كانت هي الأكثر تكرارًا في المعالجات الإعلامية لقضية وضع الدستور، ورغم التباين في أوليات القوى الفاعلة بين وسائل الإعلام قيد الدراسة فإنه كان من الملاحظ أن هناك عددًا من القوى الفاعلة تكررت بوضوح دون غيرها، وقد كانت هي الأكثر تكرارًا في معالجات هذه الوسائل لقضية الدراسة؛ وعلى رأسها: البرلمان ـ بمجلسيه الشعب والشوري ـ والجمعية التأسيسية لوضع الدستور، والمجلس الأعلى للقوات المسلحة، ومحكمة القضاء الإداري، والأزهر، والمجلس الاستشاري، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة الدينية، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة غير الدينية... إلخ.

أمّا فيما يتعلق بسمات الأدوار والصفات المنسوبة إلى القوى الفاعلة، فقد اتضح من الدراسة التحليلية ارتفاع نسبة الصفات والأدوار السلبية المنسوبة إلى القوى الفاعلة بشكل عام، وقد يعود ذلك إلى غلبة الصفات والأدوار السلبية على أكثر الفاعلين ظهورًا بين القوى الفاعلة، ورغم التباين بين وسائل إعلام الدراسة فإنه قد بدا الاتفاق واضحًا على سمات الصفات والأدوار السلبية المنسوبة إلى كل من البرلمان (بغرفتيه الشعب والشورى) والجمعية التأسيسية، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة الدينية، في حين جاءت الصفات والسمات الإيجابية في المرتبة الثانية، نظرًا لارتفاع نسبة الصفات والأدوار الإيجابية المنسوبة إلى بعض الفاعلين؛ مثل: المجلس الأعلى للقوات المسلحة، ومحكمة القضاء الإداري، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة غير الدينية، بينما جاءت الصفات والأدوار المتوازنة في المرتبة الثالثة، واتصفت بها بعض القوى الفاعلة؛ مثل: المجلس الأعلى للقوات المسلحة، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة غير الدينية، وقد اتفقت هذه النتيجة إلى حد كبير مع نتائج عدد من الدراسات السابقة، وذلك من حيث ترتيب الصفات: سلبية، إيجابية، متوازنة (١٥٤).

وقد كشفت الدراسة عن عدم ظهور قوى فاعلة من الدول المختلفة، في حين ظهرت قوى فاعلة من المؤسسات والمنظمات والهيئات؛ مثل: البرلمان، والجمعية التأسيسية، والمجلس الأعلى للقوات المسلحة، ومحكمة القضاء الإداري، والأزهر. كما ظهرت قوى فاعلة من القوى والجهات السياسية؛ مثل: بعض القوى والأحزاب ذات الصبغة الدينية، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة غير الدينية (أحزاب ليبرالية ويسارية وغيرها؛ مثل: أحزاب المصري الديمقراطي الاجتماعي والتجمع والمصريين الأحرار والتجمع والشيوعي المصري والتحالف الشعبي والجمعية الوطنية للتغيير)، وكذلك ظهرت قوى فاعلة من الحركات الشبابية؛ مثل: اتحاد شباب الثورة. أمّا فيما يتعلق بسمات الأدوار والصفات المنسوبة إلى هذه القوى الفاعلة، فقد اتضح أن البرلمان، والجمعية التأسيسية، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة الدينية (جماعة الإخوان، والحرية والعدالة، والنور)، وعددًا من الشخصيات العامة، قد اتسمت صفات وسمات أدوارها بشكل عام بالسلبية، وفي المقابل ظهرت بعض القوى بسمات وصفات أدوار إيجابية ومتوازنة؛ مثل: المجلس الأعلى للقوات المسلحة، ومحكمة القضاء الإداري، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة غير الدينية.

وقد اتضح من الدراسة التحليلية للوسائل الإعلامية الحزبية محل الدراسة (جريدة الوفد) اتفاق توزيع الصفات والأدوار السلبية المنسوبة إلى القوى الفاعلة بجريدة الوفد ـ إلى حد ما ـ مع تلك الواردة بجريدة الأهرام، وذلك بفعل ارتفاع الصفات والأدوار السلبية المنسوبة إلى الفاعلين البارزين: البرلمان، والجمعية التأسيسية، وجماعة الإخوان، والحرية والعدالة، والنور .. وغيرها، ولكن اتضح في المقابل اختلاف توزيع الصفات والأدوار الإيجابية المنسوبة إلى القوى الفاعلة بجريدة الوفد مع تلك الواردة بجريدة الأهرام، وذلك بفعل ارتفاع الصفات والأدوار الإيجابية المنسوبة إلى الفاعلين البارزين من القوى والأحزاب المدنية والشخصيات الحزبية، وعلى رأسها حزب الوفد، بينما ظهرت الصفات والأدوار المتوازنة (والسلبية أحيانًا) لدى المجلس الأعلى للقوات المسلحة، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة غير الدينية.

أمّا بالنسبة للوسائل الإعلامية الخاصة محل الدراسة فقد ظهرت فيها مختلف القوى الفاعلة التي ظهرت في وسائل الإعلام القومية والحزبية، بالإضافة إلى القوى الفاعلة من الدول (الولايات المتحدة الأمريكية)، كما اتفقت مع هذه الوسائل في توزيع الصفات والأدوار السلبية المنسوبة إلى القوى الفاعلة، وذلك بفعل ارتفاع الصفات والأدوار السلبية المنسوبة إلى الفاعلين البارزين: البرلمان، والجمعية التأسيسية، وجماعة الإخوان، والحرية والعدالة، والنور، ولكن اتضح في المقابل اختلاف توزيع الصفات والأدوار الإيجابية والمتوازنة المنسوبة إلى القوى الفاعلة بهذه الوسائل مع تلك الواردة بوسائل الإعلام القومية والحزبية.

من جهة أخرى، أظهرت نتائج الدراسة التحليلية وجود مجموعة من القوى الفاعلة كانت هي الأكثر تكرارًا في المعالجات الإعلامية لقضية الانتخابات البرلمانية، ورغم التباين في أوليات القوى الفاعلة بين وسائل الإعلام قيد الدراسة إلّا أنه كان من الملاحظ أن هناك عددًا من القوى الفاعلة تكررت بوضوح دون غيرها، وقد كانت هي الأكثر تكرارًا في معالجات هذه الوسائل لتلك القضية، وعلى رأسها: مجلس الشورى، والمجلس الأعلى للقوات المسلحة، ومؤسسة الرئاسة، والمحكمة الدستورية العليا، والمحكمة الإدارية العليا، واللجنة العليا للانتخابات، والقوى والأحزاب ذات الصبغة الدينية وذات الصبغة غير الدينية وبعض الشخصيات العامة... إلخ.





أمّا فيما يتعلق بسمات الأدوار والصفات المنسوبة إلى القوى الفاعلة، فقد اتضح من الدراسة التحليلية ارتفاع نسبة الصفات والأدوار السلبية المنسوبة إلى القوى الفاعلة بشكل عام، وقد يعود ذلك إلى غلبة الصفات والأدوار السلبية المنسوبة إلى أكثر الفاعلين ظهرًا بين القوى الفاعلة، ورغم التباين بين وسائل إعلام الدراسة، إلَّا أنه قد بدا الاتفاق واضحًا على سمات الصفات والأدوار السلبية المنسوبة إلى كل من الولايات المتحدة الأمريكية، ومجلس الشوري، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة الدينية، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة غير الدينية. في حين جاءت الصفات والسمات الإيجابية في المرتبة الثانية، نظرًا لارتفاع نسبة الصفات والأدوار الإيجابية المنسوبة إلى بعض الفاعلين؛ مثل: المجلس الأعلى للقوات المسلحة، والمحكمة الإدارية العليا، ووزارة العدل، ووزارة الداخلية، بينما جاءت الصفات والأدوار المتوازنة في المرتبة الثالثة، واتصفت بها بعض القوى الفاعلة؛ مثل: المحكمة الدستورية العليا، وقد اتفقت هذه النتيجة مع النتائج الخاصة بقضية وضع الدستور وعدد من الدراسات السابقة، وذلك من حيث ترتيب الصفات: سلبية، إيجابية، متوازنة.

وكشفت الدراسة التحليلية للوسائل الإعلامية القومية محل الدراسة (الأهرام وقناة النيل للأخبار) عن ظهور الولايات المتحدة الأمريكية كقوة فاعلة في خطاب الوسيلتين، وكانت سمات الأدوار والصفات المنسوبة إليها سلبية في الخطابين كليهما، في حين ظهرت قوى فاعلة من المؤسسات والمنظمات والهيئات؛ مثل: مجلس الشورى والمجلس الأعلى للقوات المسلحة ومؤسسة الرئاسة والمحكمة الدستورية العليا والمحكمة الإدارية العليا ووزارة العدل ووزارة الداخلية ولجنة الخمسين، كما ظهرت قوى فاعلة من القوى والجهات السياسية؛ مثل: بعض القوى والأحزاب ذات الصبغة الدينية، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة غير الدينية (مثل الليبراليين والعلمانيين وجبهة الإنقاذ الوطني)، أمّا فيما يتعلق بسمات الأدوار والصفات المنسوبة إلى هذه القوى الفاعلة، فقد اتضح أن الولايات المتحدة الأمريكية، ومجلس الشوري، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة الدينية، وبعض الأحزاب ذات الصبغة غير الدينية، وبعض الحركات الشبابية، قد اتسمت صفات وسمات أدوارها بالسلبية. في المقابل ظهرت بعض القوى بسمات وصفات أدوار إيجابية؛ مثل: المجلس الأعلى للقوات المسلحة، ومؤسسة الرئاسة، والمحكمة الإدارية العليا، ووزارة العدل، ووزارة الداخلية، ولجنة الخمسين. في حين ظهرت بعض القوى بسمات وصفات أدوار متوازنة؛ مثل: المحكمة الدستورية العليا.

اتضح من الدراسة التحليلية للوسائل الإعلامية الحزبية محل الدراسة (جريدة الوفد) اختلاف توزيع الصفات والأدوار السلبية المنسوبة إلى القوى الفاعلة بجريدة الوفد ـ إلى حد ما ـ مع تلك الواردة بجريدة الأهرام وقناة النيل للأخبار، ومنها على سبيل المثال المحكمة الإدارية العليا، التي اتصفت بسمات وصفات أدوار إيجابية في جريدة الأهرام. كما اتضح اختلاف توزيع الصفات والأدوار الإيجابية المنسوبة إلى القوى الفاعلة بجريدة الوفد عن تلك الواردة بجريدة الأهرام وقناة النيل للأخبار، وذلك بفعل ارتفاع الصفات والأدوار الإيجابية المنسوبة إلى الفاعلين البارزين من القوى والأحزاب ذات الصبغة غير الدينية، وعلى رأسها حزب الوفد.

أمّا بالنسبة للوسائل الإعلامية الخاصة محل الدراسة (جريدة الشروق وقناتي "أون تي في" و"سي بي سي") فقد ظهرت فيها مختلف القوى الفاعلة ـ باستثناء الدول ـ التي ظهرت في وسائل الإعلام القومية والحزبية، ولكن اختلفت مع هذه الوسائل ـ إلى حد ما ـ في توزيع الصفات والأدوار السلبية المنسوبة إلى الفاعلين البارزين: مجلس القوى الفاعلة، وذلك بفعل ارتفاع الصفات والأدوار السلبية المنسوبة إلى الفاعلين البارزين: مجلس الشورى، وبعض الأحزاب ذات الصبغة الدينية، واللجنة العليا للانتخابات، ومؤسسة الرئاسة، التي اتصفت بسمات وصفات أدوار إيجابية في قناة النيل للأخبار . كما اتضح اختلاف توزيع الصفات والأدوار الإيجابية المنسوبة إلى القوى الفاعلة بهذه الوسائل ـ إلى حد ما ـ مع تلك الواردة بوسائل الإعلام القومية والحزبية، فقد ظهرت بعض القوى والأحزاب ذات الصبغة غير الدينية، بشكل خاص جبهة الإنقاذ الوطني، كقوة فاعلة اتصفت سمات الأدوار والصفات المنسوبة إليها بالإيجابية، كذلك ظهرت المحكمة الإدارية العليا كقوى فاعلة في وسائل الإعلام الخاصة، وقد اتصفت سمات الأدوار والصفات المنسوبة إليها بالإيجابية أيضنًا.

من جانب آخر، أظهرت نتائج الدراسة وجود مجموعة من القوى الفاعلة كانت هي الأكثر تكرارًا في المعالجات الإعلامية لقضية قانون الحق في التظاهر، وقد كانت هذه القوى أقل عددًا من القوى الفاعلة في قضيتي الدراسة السابقتين، ومن بين هذه القوى: الولايات المتحدة الأمريكية، ومجلس الشورى، ومجلس الوزراء، ومؤسسة الرئاسة، والمجلس القومي لحقوق الإنسان، ووزارة الداخلية، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة الدينية، وبعض الحركات الشبابية، وبعض الأشخاص... إلخ.

أمّا فيما يتعلق بسمات الأدوار والصفات المنسوبة إلى القوى الفاعلة، فقد اتضح من الدراسة ارتفاع نسبة الصفات والأدوار السلبية المنسوبة إلى القوى الفاعلة بشكل عام، والتي كانت من نصيب كل من: الولايات المتحدة الأمريكية، ومجلس الشعب، ومجلس الشورى، ومجلس الوزراء، ووزارة الداخلية، وبعض القوى والأحزاب ذات الصبغة الدينية، وبعض الحركات الشبابية (٦ أبريل)، وبعض الأشخاص (مثل: "بان كي مون"). في حين جاءت الصفات والسمات الإيجابية في المرتبة الثانية، والتي كانت من نصيب كل من: مجلس الشورى، ومجلس الوزراء، وبعض الأشخاص (مثل: الدكتور زياد بهاء الدين)، بينما جاءت الصفات والأدوار المتوازنة في المرتبة الثالثة، واتصفت بها بعض القوى الفاعلة؛ مثل: مؤسسة الرئاسة، ومجلس الوزراء، ومجلس الشورى، والمجلس القومى لحقوق الإنسان.

وقد اتضح من الدراسة اختلاف توزيع الصفات والأدوار المنسوبة إلى بعض القوى الفاعلة، ومنها على سبيل المثال: مجلس الوزراء، الذي كانت سمات الأدوار والصفات المنسوبة إليه من قبل خطاب جريدة الوفد جريدة الشروق سلبية، في المقابل كانت هذه السمات والأدوار المنسوبة إليه من قبل خطاب جريدة الأهرام متوازنة.



ورغم ذلك فإن الدراسة أظهرت اتفاق وسائل الإعلام محل الدراسة على توزيع السمات والصفات والأدوار السلبية ونسبها إلى بعض القوى والأحزاب ذات الصبغة الدينية، وتوزيع السمات والصفات والأدوار المتوازنة ونسبها إلى المجلس القومي لحقوق الإنسان.

# ما أبرز الأطر المرجعية التي اعتمدت عليها كل وسيلة في معالجة كل قضية من قضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة؟

كشفت نتائج الدراسة عن تعدد الأطر المرجعية التي اعتمد عليها منتجو الخطاب الإعلامي لوسائل الإعلام محل الدراسة في قضية وضع الدستور، وذلك لتدعيم موقفها واتجاهها نحو هذه القضية، وعلى الرغم من التباين والاختلاف الواضح من جانب هذه الوسائل في استخدام الأطر المرجعية في بناء خطابها تجاه تلك القضية فإن الدراسة التحليلية كشفت عن إعطاء هذه الوسائل أهمية خاصة لاستخدام الأطر السياسية والقانونية والتاريخية، وأهمية محدودة للأطر الدينية والحقوقية ومشاهدات من الواقع، في مقابل تراجع واضح للأطر الاجتماعية والثقافية والإحصائية والأيديولوجية وأقوال شخصيات شهيرة، وقد يعود ذلك إلى أن هذه القضية هي في الأساس قضية قانونية سياسية تحتاج إلى توضيح وشرح من الناحيتين القانونية والسياسية، فضلًا عن أمثلة تاريخية تعزز وجهة نظر الخطاب الإعلامي في هذه القضية... إلخ.

وبُلاحظ أن الإطار الأيديولوجي يظهر بشكل أكبر في خطاب وسائل الإعلام الحزبية محل الدراسة (جريدة الوفد)، في حين يبرز الإطار الحقوقي بشكل أوسع في خطاب وسائل الإعلام الخاصة محل الدراسة، بشكل خاص جريدة الشروق.

وأظهرت نتائج الدراسة أن خطاب جريدة الأهرام قد استند بشكل كبير إلى مرجعيات قانونية وبرلمانية وسياسية وأساتذة الجامعات، كما اعتمد الخطاب على الاستشهاد بأطر سياسية وقانونية وتاريخية ودينية وحقوقية وأقوال شخصيات شهيرة ومشاهدات من الواقع (أمثلة من الواقع). في حين اعتمد خطاب قناة النيل للأخبار على مرجعيات قانونية وسياسية وأساتذة الجامعات وخبراء إلى حد كبير، كما اعتمد الخطاب على الاستشهاد بأطر قانونية وتاريخية وحقوقية وأقوال شخصيات شهيرة ومشاهدات من الواقع.

وفي المقابل، اعتمد خطاب الوسائل الإعلامية الحزبية قيد الدراسة (جريدة الوفد) بشكل أساسي على مرجعيات حزب الوفد وقياداته ومرجعيات قانونية وسياسية وبرلمانية، كما اعتمد الخطاب على الاستشهاد بأطر سياسية وقانونية وتاريخية وأيديولوجية وحقوقية وثقافية واحصائية وأقوال شخصيات شهيرة ومشاهدات/ أمثلة من الواقع.

أمّا بالنسبة لخطاب جريدة الشروق فقد اعتمد على مرجعيات مختلفة من القانونيين والبرلمانيين والسياسيين وأساتذة الجامعات والخبراء، كما اعتمد الخطاب على الاستشهاد بأطر قانونية وسياسية وتاريخية ودينية وأيديولوجية وحقوقية وأقوال شخصيات شهيرة ومشاهدات من الواقع. في حين استند خطاب قناة "أون تي في" على مرجعيات مختلفة من القانونيين والبرلمانيين والسياسيين وأساتذة الجامعات والخبراء، كما اعتمد الخطاب على الاستشهاد بأطر سياسية وقانونية. كذلك اعتمد خطاب قناة "سي بي سي" على مرجعيات مختلفة من القانونيين والسياسيين والبرلمانيين وأساتذة الجامعات والخبراء، كما اعتمد الخطاب على الاستشهاد بأطر سياسية وقانونية وتاريخية ودينية.

من جهة أخرى، كشفت نتائج الدراسة عن نتوع الأطر المرجعية التي اعتمد عليها منتجو الخطاب الإعلامي لوسائل الإعلام محل الدراسة في قضية الانتخابات البرلمانية، وذلك لتدعيم موقفها واتجاهها نحو هذه القضية، وعلى الرغم من التباين والاختلاف الواضح من جانب هذه الوسائل في استخدام الأطر المرجعية في بناء خطابها تجاه تلك القضية، إلّا أن الدراسة التحليلية قد كشفت عن اهتمام هذه الوسائل باستخدام الأطر المرجعية، خاصة السياسية والقانونية والتاريخية منها، في مقابل تراجع واضح للأطر الاجتماعية والثقافية والإحصائية والدينية، وقد يعود ذلك لأن هذه القضية هي في الأساس قضية قانونية سياسية تحتاج إلى تدليل وأمثلة تاريخية تعزز وجهة نظر الخطاب الإعلامي في هذه القضية.

وقد أظهرت الدراسة أن خطاب جريدة الأهرام اعتمد على مرجعيات رسمية وقانونية وسياسية وبرلمانية وخبراء وأساتذة الجامعات، كما اعتمد على الاستشهاد بأطر مرجعية سياسية وقانونية وتاريخية ودينية وأقوال شخصيات شهيرة ومشاهدات من الواقع. في حين اعتمد خطاب قناة النيل للأخبار بشكل كبير على مرجعيات قانونية وسياسية وأساتذة الجامعات والخبراء، كما اعتمد على الاستشهاد بأطر مرجعية سياسية وقانونية وتاريخية ومشاهدات من الواقع.

وقد أظهرت الدراسة أن خطاب جريدة الوفد اعتمد بشكل كبير على مرجعيات حزب الوفد ومرجعيات قانونية وسياسية وقانونية وتاريخية وأيديولوجية وأقوال شخصيات شهيرة ومشاهدات من الواقع.

أمّا بالنسبة لوسائل الإعلام الخاصة محل الدراسة فقد أظهرت الدراسة أن خطاب جريدة الشروق اعتمد على مرجعيات مختلفة، كالسياسيين والقانونيين والخبراء، كما اعتمد على الاستشهاد بأطر مرجعية سياسية وقانونية وتاريخية. في حين اعتمد خطاب قناة "أون تي في" بشكل كبير على المرجعيات المختلفة من القانونيين والسياسيين وأساتذة الجامعات والخبراء، كما اعتمد على الاستشهاد بأطر مرجعية قانونية وسياسية وتاريخية وحقوقية وإحصائية. وفي المقابل اعتمد خطاب قناة "سي بي سي" على مرجعيات متنوعة، من قانونيين وبرلمانيين وسياسيين وأساتذة الجامعات، كما اعتمد على الاستشهاد بأطر مرجعية سياسية وقانونية وتاريخية وإحصائية ومشاهدات من الواقع.

من جانب آخر، كشفت نتائج الدراسة كذلك عن تعدد الأطر المرجعية التي اعتمد عليها منتجو الخطاب الإعلامي لوسائل الإعلام محل الدراسة في قضية قانون الحق في التظاهر، وذلك لتدعيم موقفها واتجاهها نحو هذه القضية القانونية السياسية التاريخية؛ ومن ثمَّ فقد تشابهت خطابات هذه الوسائل الإعلامية في اعتمادها على الأطر القانونية والسياسية والتاريخية.



كذلك أظهرت الدراسة اختلاف الأطر المرجعية بين هذه الوسائل الإعلامية، فقد اعتمد خطاب وسائل الإعلام القومية على مسؤولين حكوميين وخبراء الأمن بشكل مكثف، كما اهتم هذا الخطاب أيضًا بالإطارين الديني والاقتصادي بشكل أكبر من وسائل الإعلام الأخرى. وفي المقابل اعتمد خطاب جريدة الوفد على مرجعيات حزب الوفد وبعض القانونيين، أمّا خطاب وسائل الإعلام الخاصة فقد اعتمد على مرجعيات مختلفة، كالقانونيين والسياسيين وأساتذة الجامعات. كما اهتم خطاب وسائل الإعلام الحزبية والخاصة بالإطار الحقوقي بشكل أكبر من خطاب وسائل الإعلام القومية.

فقد أظهرت نتائج الدراسة اعتماد خطاب جريدة الأهرام على مرجعيات رسمية وقانونية وسياسية وبرلمانية وأساتذة الجامعات وعلماء الدين، واعتماد هذا الخطاب كذلك على الاستشهاد بأطر مرجعية سياسية وقانونية ودينية ومشاهدات من الواقع. في حين اعتمد خطاب قناة النيل للأخبار على خبراء الأمن والمسؤولين الحكوميين والقانونيين والبرلمانيين وأساتذة الجامعات وبعض النشطاء السياسيين، كما اعتمد الخطاب على الاستشهاد بأطر مرجعية سياسية وقانونية وتاريخية واقتصادية ومشاهدات من الواقع.

ومن جانبه، اعتمد خطاب جريدة الوفد على مرجعيات حزب الوفد وبعض القانونيين والسياسيين، كما اعتمد هذا الخطاب على الاستشهاد بأطر سياسية وقانونية وتاريخية وحقوقية ومشاهدات من الواقع؛ وذلك لتأكيد الأطروحات التي استند إليها في تناوله ومعالجته لقضية قانون الحق في التظاهر.

كذلك أظهرت الدراسة اعتماد خطاب جريدة الشروق على مرجعيات مختلفة مثل القانونيين والسياسيين وأساتذة الجامعات، واعتماد هذا الخطاب على الاستشهاد بأطر مرجعية سياسية وقانونية وتاريخية وحقوقية وأقوال شخصيات شهيرة ومشاهدات من الواقع. في حين اعتمد خطاب قناة "أون تي في" بشكل كبير على مرجعيات مختلفة من القانونيين والبرلمانيين والسياسيين وأساتذة الجامعات وبعض النشطاء السياسيين، كما اعتمدت على الاستشهاد بأطر مرجعية سياسية وقانونية وتاريخية وحقوقية. أمّا خطاب قناة "سي بي سي" فقد اعتمد على مرجعيات محددة، من قانونيين وسياسيين ونشطاء سياسيين من الشباب، كما اعتمد على الاستشهاد بأطر مرجعية سياسية وقانونية واقتصادية.

## ◄ هل تختلف المعالجة الإعلامية لقضايا صُنْع القرارات السياسية محل الدراسة باختلاف نمط ملكية الوسيلة الإعلامية؟

أظهرت نتائج الدراسة ـ في إطار برامج الرأي الحوارية ومادة الحوار (الحديث) الصحفي والتحقيقات والتقارير والتحاليل الإخبارية والندوات ـ أن موقف الوسيلة الإعلامية واتجاهها نحو قضايا الدراسة قد انعكس على طبيعة الشخصيات التي تم إجراء الحوار معها، فهي شخصيات ذات آراء معروفة سلفًا تدعم موقف الوسيلة الإعلامية من قضايا الدراسة، ويتفق هذا مع ما توصلت إليه دراسات سابقة، من أبرزها دراسة "هشام عطية، ١٩٩٥". وقد كشفت الدراسة عن أن هذا الانعكاس قد حدث في أوقات معينة، وليس في جميع الأوقات، وأنه ظهر بشكل أكبر في خطاب وسائل الإعلام الحزبية في بداية الأمر، حيث اعتمد هذا الخطاب بشكل مكثف على مرجعيات حزبية من حزب الوفد، ثم انتقل هذا الأمر إلى خطاب الوسائل الإعلامية القومية والخاصة محل الدراسة في نهاية الإطار الزمني للدراسة، أمّا بالنسبة للفترات الزمنية الأخرى فقد سعى خطاب هذه الوسائل الإعلامية في خلال تلك الفترات إلى الاعتماد على شخصيات ومرجعيات تمثل الأطراف المختلفة للمعادلة السياسية المصرية، أي عرض الرأي والرأي الآخر إلى حد كبير.

وقد أوضحت نتائج الدراسة أن خطاب وسائل الإعلام محل الدراسة نتاول قضايا الدراسة وعالجها من خلال عدة أطروحات لكل قضية، ولكن ومع تشابهها إلى حد كبير، إلّا أنه كان هناك مساحة من الاختلاف في كيفية توظيف هذه الأطروحات، والاهتمام بأطروحات دون غيرها، ويعود هذا الاختلاف إلى الاختلاف في السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية ونمط ملكيتها واتجاهها نحو القضية ذاتها، كذلك أوضحت نتائج الدراسة وجود اختلاف بين خطاب وسائل الإعلام محل الدراسة فيما يتعلق بالقوى الفاعلة الأساسية والأكثر تكرارًا، والأطر المرجعية التي اعتمد عليها خطاب كل وسيلة من تلك الوسائل.

وقد كشفت نتائج الدراسة التحليلية عن إسهام نمط ملكية وسائل الإعلام في التأثير في صياغة خطاب هذه الوسائل تجاه هذه هذه الوسائل تجاه قد الختلف خطاب هذه الوسائل تجاه هذه القضايا باختلاف نمط ملكية الوسيلة الإعلامية، أي إن نمط ملكية الوسائل الإعلامية قد أثر تأثيرًا نوعيًّا في معالجة هذه الوسائل لتلك القضايا؛ حيث إن هذه الوسائل اختلفت في المعالجة والتناول بطريقة أو بأخرى وفقًا لاختلاف نمط ملكيتها.

فقد أظهر تحليل مسارات البرهنة لخطاب وسائل الإعلام القومية محل الدراسة (جريدة الأهرام وقناة النيل للأخبار) تجاه قضية وضع الدستور أن طبيعة معظم مسارات البرهنة؛ الحجج والأدلة والبراهين والمقولات الرئيسة المقدمة في جريدة الأهرام كانت بشكل عام معارضة (سلبية)، وأن طبيعة بعض هذه المسارات والحجج كانت متوازنة (وسطًا) ومؤيدة (إيجابية)، أمّا بالنسبة لطبيعة باقي هذه الحجج والمسارات فكانت بشكل نادر غامضة ومراوغة، كما أظهر هذا التحليل أيضًا أن معظم التكتيكات المستخدمة في عرض المسارات والحجج المطروحة كانت هجومية، وأن القليل من هذه التكتيكات كانت إقناعية ودفاعية، وأن النادر منها كانت تبريرية.

ومع هذا، اتسمت طبيعة مسارات البرهنة والحجج المقدمة في الافتتاحيات الرسمية لجريدة الأهرام بالمتوازنة (الوسط)، في حين اتصفت التكتيكات المستخدمة في عرض مسارات البرهنة والحجج المطروحة بالإقناعية، ويتفق هذا كثيرًا مع خطاب قناة النيل للأخبار، الذي اتسمت طبيعة معظم مسارات البرهنة المقدمة فيه بالمتوازنة (الوسط)، واتسمت طبيعة بعضها بالمعارضة (السلبية)، كما اتسمت طبيعة عدد قليل منها بالمؤيدة (الإيجابية)، في حين اتصفت التكتيكات المستخدمة في عرض هذه المسارات والحجج المطروحة بالإقناعية كثيرًا، وبالهجومية أحيانًا، وبالدفاعية قليلًا.





وأظهر تحليل مسارات البرهنة أن وسائل الإعلام الحزبية محل الدراسة (جريدة الوفد) ـ التي تعبر عن حزب الوفد الليبرالي النزعة والتوجه ـ قد تبنت خطابًا حزبيًّا معارضًا واضحًا، ركزت فيه على مهاجمة وانتقاد القوى والأحزاب السياسية التي تخالفها الرأي والمبادئ، أي إن الخطاب المقدم في هذه الجريدة هو خطاب معارض في المقام الأول، يدعم مواقف الحزب ويساندها؛ وعليه فقد ظهر ذلك الأمر في خطاب الجريدة تجاه قضية وضع الدستور، فقد تأثر هذا الخطاب بالتوجهات السياسية والفكرية للحزب، وقد وظفت الجريدة خطابها ضد الدستور والجمعية التأسيسية في تشكيلاتها المختلفة بشكل كبير، كما سعت الجريدة إلى تدعيم صورة الحزب الصادرة عنه في الدعوة إلى تشكيل جمعية تأسيسية توافقية ودستور توافقي، وتبني المطالب الثورية للقوى والأحزاب السياسية التي تتفق معها في الرؤى والتصورات... إلخ؛ وعليه فإن السياسات الحزبية للجريدة أثرت بطريقة فعالة في معالجة قضية وضع الدستور، وهو ما يفسره أن الحزب هو المسيطر أو المتحكم في السياسات التحريرية لجريدته التي تمثل لسان حاله.

وقد أظهر تحليل مسارات البرهنة الخاصة بخطاب جريدة الوفد تجاه قضية وضع الدستور أن طبيعة مسارات البرهنة المقدمة كانت بشكل عام وفي الأغلب الأعمّ معارضة (سلبية)، وأن القليل منها كانت متوازنة (وسطًا)، وأن النادر منها كانت مؤيدة (إيجابية)، في حين أن معظم التكتيكات المستخدمة في عرض المسارات والحجج المطروحة كانت هجومية، والقليل منها كانت إقناعية.

أمًا وسائل الإعلام الخاصة محل الدراسة (جريدة الشروق وقناتا "أون تي في" و "سي بي سي") فقد تبنت موقفًا أكثر جرأة ووضوحًا فيما يتعلق بوضع الدستور وجمعيته التأسيسية؛ حيث إن المحدد الرئيس في إدارة وتوجيه هذه الوسائل وسياساتها التحريرية ومعالجتها للقضايا المختلفة هي الملكية الخاصة؛ إذ إن رؤى مالكي هذه الوسائل واتجاهاتهم ومواقفهم تجاه هذه القضايا هي المرجعية الحاكمة والمهيمنة على كيفية تناول ومعالجة هذه الوسائل لتلك القضايا، وتتميز هذه الوسائل بالوضوح والتحديد والجرأة، وبأنها تحاول التحلى بالحيادية، من خلال تقديم الرأي والرأي الآخر.

وقد أظهر تحليل مسارات البرهنة لخطاب وسائل الإعلام الخاصة تجاه قضية وضع الدستور أن طبيعة مسارات البرهنة المقدمة كانت بشكل عام سلبية (معارضة) ثم متوازنة (وسطًا)، كما اتسمت طبيعة عدد قليل من هذه المسارات بالمؤيدة (الإيجابية)، خاصة في جريدة الشروق، في حين أن التكتيكات المستخدمة في عرض المسارات والحجج المطروحة كانت هجومية واقناعية، كذلك اتصفت بعض هذه التكتيكات بالدفاعية، بشكل خاص في جريدة الشروق.

من جهة أخرى، أظهر تحليل مسارات البرهنة الخاصة بخطاب وسائل الإعلام القومية محل الدراسة (جريدة الأهرام وقناة النيل للأخبار) تجاه قضية الانتخابات البرلمانية أن طبيعة الحجج ومسارات البرهنة المقدمة كانت بشكل عام معارضة (سلبية)، ثم متوازنة (وسطًا) ومؤيدة (إيجابية) في جريدة الأهرام، ومتوازنة (وسطًا) ومؤيدة (إيجابية) في قناة النيل، في حين كانت التكتيكات المستخدمة في عرض هذه المسارات والحجج المطروحة هجومية كثيرًا وإقناعية قليلًا في جريدة الأهرام، وإقناعية ودفاعية في قناة النيل للأخبار.

في حين أظهر تحليل مسارات البرهنة الخاصة بخطاب وسائل الإعلام الحزبية محل الدراسة (جريدة الوفد) أن طبيعة مسارات البرهنة المقدمة كانت بشكل عام معارضة (سلبية)، والقليل منها كانت متوازنة (وسطًا)، في حين كانت التكتيكات المستخدمة في عرض هذه المسارات والحجج المطروحة هجومية كثيرًا، وإقناعية قليلًا.

أمّا وسائل الإعلام الخاصة محل الدراسة (جريدة الشروق وقناتا "أون تي في" و "سي بي سي") فقد أظهر تحليل مسارات البرهنة الخاصة بها أن طبيعة الحجج ومسارات البرهنة المقدمة كانت بشكل عام معارضة (سلبية) كثيرًا، ومتوازنة (وسطًا) قليلًا، ومؤيدة (إيجابية) قليلًا جدًّا، في حين كانت معظم التكتيكات المستخدمة في عرض هذه المسارات والحجج المطروحة هجومية، ثم إقناعية، وأخيرًا دفاعية بشكل قليل جدًّا.

من جانب آخر، أظهر تحليل مسارات البرهنة الخاصة بخطاب وسائل الإعلام القومية محل الدراسة تجاه قضية قانون الحق في التظاهر أن طبيعة مسارات البرهنة المقدمة كانت بشكل عام معارضة (سلبية)، خاصة في أوائل عام ٢٠١٣م، ومتوازنة (وسطًا) ومؤيدة (إيجابية)، خاصة في أوائل عام عام ٢٠١٣م، في حين كانت التكتيكات المستخدمة في عرض هذه المسارات والحجج المطروحة هجومية وإقناعية في بداية عام ٢٠١٣م، وإقناعية ودفاعية (وهجومية قليلًا) في نهاية عام ٢٠١٣م.

في حين أظهر تحليل مسارات البرهنة الخاصة بخطاب جريدة الوفد أن طبيعة مسارات البرهنة المقدمة كانت بشكل عام مؤيدة (إيجابية) فمتوازنة (وسطًا)، وأن القليل منها كانت معارضة (سلبية)، في حين اتصفت التكتيكات المستخدمة في عرض هذه المسارات والحجج المطروحة بالدفاعية فالإقناعية، والقليل منها بالهجومية.

أمّا خطاب وسائل الإعلام الخاصة محل الدراسة فقد أظهر تحليل مسارات البرهنة الخاصة بها أن طبيعة مسارات البرهنة المقدمة كانت معارضة (سلبية) ومتوازنة (وسطًا)، خاصة في نهاية عام ٢٠١٢م وبداية عام ٢٠١٣م، في حين اتصفت وبداية عام ٢٠١٣م، في حين اتصفت التكتيكات المستخدمة في عرض هذه المسارات والحجج المطروحة بالهجومية، خاصة في أوائل عام ٢٠١٣م، وبالدفاعية والإقناعية، بشكل خاص أواخر عام ٢٠١٣م.

وقد اتسمت طبيعة مسارات البرهنة المقدمة في خطاب جريدة الشروق بشكل عام بالمعارضة (السلبية) وبالمتوازنة (الوسط) في أوائل عام ٢٠١٣م وأواخره، كما اتصفت التكتيكات المستخدمة في عرض هذه المسارات والحجج المطروحة بالهجومية تارة، وبالإقناعية تارة أخرى.

وبناءً على ما سبق، فقد أظهرت نتائج الدراسة أن خطاب وسائل الإعلام القومية محل الدراسة (جريدة الأهرام وقناة النيل للأخبار) كان أكثر تبنيًا لموقف السلطة الحاكمة ـ رغم أنها لم تكن صريحة

www.jprr.epra.org.eg



وواضحة في أوقات كثيرة ـ كحال وسائل الإعلام الحزبية والخاصة التي تميل نحو اتخاذ مواقف أكثر وضوحًا وجرأة في أغلب أحوالها. وفي المقابل تبني خطاب وسائل الإعلام الحزبية محل الدراسة (جريدة الوفد) خطابًا حزبيًّا معارضًا واضحًا، ركزت الجريدة فيه على مهاجمة وانتقاد القوى والأحزاب السياسية التي تخالفها في الرأي والمبادئ، وقد برز ذلك في خطاب الجريدة تجاه قضايا الدراسة، فتأثر بالتوجهات السياسية والفكرية والأيديولوجية للحزب واتجاهاته نحو تلك القضايا. أمّا خطاب وسائل الإعلام الخاصة قيد الدراسة (جريدة الشروق وقناتا "أون تي في" و "سي بي سي") فقد تبنى موقفًا أكثر جرأة ووضوحًا فيما يتعلق بقضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة؛ حيث إن المحدد الرئيس في إدارة وتوجيه هذه الوسائل وسياساتها التحريرية ومعالجتها للقضايا المختلفة هي الملكية الخاصة؛ إذ إن رؤى مالكي هذه الوسائل واتجاهاتهم ومواقفهم تجاه هذه القضايا هي المرجعية الحاكمة والمهيمنة على كيفية نتاول ومعالجة هذه الوسائل لتلك القضايا.

وعليه، يتضح اختلاف المعالجة الإعلامية لقضايا صئنع القرارات السياسية محل الدراسة باختلاف نمط ملكية الوسيلة الإعلامية، وان كان هذا الاختلاف اختلافًا نوعيًّا، ولم يكن اختلافًا قويًّا وجوهريًّا؛ ومن ثَمَّ فإن هذه العلاقة لم تكن بالقوة التي تسمح بظهور نفوذ نمط ملكية الوسيلة الإعلامية وتأثيره بشكل كبير في معالجتها وتتاولها لقضايا صئنْع القرارات السياسية محل الدراسة، وفي صياغة خطابها تجاه هذه القضايا.

وقد اتفقت هذه النتيجة إلى حد كبير مع نتائج دراسات كثيرة أخرى، منها على سبيل المثال: دراسة "محمد سعد، ١٩٩٤"، التي أشارت إلى أن الوظيفة الرئيسة لمضامين الصحف القومية السياسية تتمثل في تسجيل الوقائع السياسية وتبريرها، وأن الوظيفة الرئيسة للصحف الحزبية تمثلت في النقد والرقابة على أعمال السلطة السياسية. ودراسة "أشرف جلال، ٢٠٠٣"، التي كشفت عن أن الصحف الحزبية والمستقلة تميل نحو اتخاذ مواقف أكثر وضوحًا وتحديدًا من الصحف القومية.

وكذلك دراسة "جمال عبدالعظيم، ٢٠٠٣"، التي أظهرت أن اهتمام جريدة الأهرام ينصب على الحكومة ووزرائها، وأنه بالرغم من اتفاق صحيفة الوفد معها في إعطاء الأولوية الأولى للحكومة ووزاراتها فإنها اهتمت بالهيئات الرقابية والحكومية كجزء من هدفها في تقديم السلبيات والأخبار المعارضة. ودراسة "محمود منصور، ٢٠٠٥"، التي أشارت إلى أن القضايا الرسمية أولتها صحيفة الأهرام أهمية خاصة في إطار أنها تمثل الطابع الرسمي، وأن السياسات الحزبية للصحف أثرت بطريقة فعالة في أولويات عرض القضايا وترتيبها، وأن الملكية الخاصة هي المحدد الرئيس في صناعة السياسات التحريرية وتوجيه؛ إذ إن رؤى مالك الصحيفة تصبح هي المرجعية الحاكمة في هذا الإطار.

كما اتفقت هذه النتيجة إلى حد بعيد مع نتائج العديد من الدراسات السابقة التي أكدت قوة تأثير نمط ملكية الوسيلة الإعلامية في معالجتها وتناولها للقضايا المختلفة، وأن اتجاهات خطاب الوسائل الإعلامية ومعالجاته وأساليبه تجاه القضايا المختلفة تختلف نتيجةً للاختلاف في أنماط ملكية هذه الوسائل<sup>(١٥٥)</sup>. كما اختلفت النتيجة السابقة اختلافًا نسبيًّا مع نتائج بعض الدراسات السابقة (١٥٦).

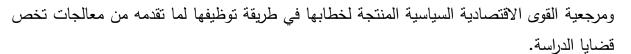
# ◄ إلى أي مدى تميل الوسائل الإعلامية إلى معالجة قضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة من منظور اقتصادي سياسي يخدم مصالح مالكيها؟

أظهرت نتائج الدراسة أن نمط ملكية الوسائل الإعلامية قد أثر تأثيرًا نوعيًا في معالجة هذه الوسائل القضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة؛ أي إن هذه الوسائل اختلفت في المعالجة والتناول بطريقة أو بأخرى، ولكن لم تختلف في الغاية النهائية، وهي الحفاظ على مصالح أصحاب الوسائل ومالكيها أنفسهم، وقد كشفت الدراسة التحليلية عن تقارب هذه الغاية في فترات زمنية واختلافها وتباعدها في فترات زمنية أخرى، وفقًا لمصالح هذه الوسائل ومصالح مالكيها.

فقد جاءت معالجة تلك الوسائل واضحة فيما تناولته كل وسيلة في ضوء توجهات مالكيها لتقديم الموضوعات والقضايا بطريقة تتفق معهم، وبلسان حالهم، وبلغة تعبر عنهم، لتكون هذه الوسائل الإعلامية في تناولها ومعالجتها للقضايا هي لسان حال مالكيها، وهو ما يؤكد تأثير نمط ملكية الوسيلة الإعلامية ومرجعية القوى الاقتصادية السياسية المنتجة لخطابها على طريقة توظيفها وأهدافها لما تقدمه من معالجات؛ ومن ثم فقد عكست معالجة قضايا الدراسة رغبة القوى الاقتصادية السياسية المنتجة للخطاب الإعلامي واتجاهها نحو تلك القضايا في حد ذاتها.

وقد كشفت الدراسة عن تأثر الوسائل الإعلامية بمصالح مالكيها عند معالجتها لقضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة؛ وبالتالي فإن تأثر معالجات وسائل الإعلام القومية تبرره اعتبارات التبعية والارتباطات المؤسسية الإعلامية بالسلطة، بما جعلها تخضع في تحديد توجهاتها للمواقف المعلنة من قبل السلطة؛ حيث إن حدود سيطرة السلطة السياسية على وسائل الإعلام القومية لا يتوقف على مجرد التحكم في تعيين القيادات الإعلامية بل يمتد إلى السيطرة على الجوانب الإدارية والاقتصادية... إلخ. في حين أن السياسات الحزبية تؤثر بطريقة فعالة في معالجة وسائل الإعلام الحزبية محل الدراسة (جريدة الوقد) لقضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة، وهو ما يفسره أن الحزب هو المسيطر أو المتحكم في الشروق وقناتا "أون تي في" و"سي بي سي") فقد تبنت موقفًا أكثر جرأة ووضوحًا فيما يتعلق بقضايا الدراسة؛ حيث إن المحدد الرئيس في إدارة وتوجيه هذه الوسائل وسياساتها التحريرية ومعالجتها للقضايا المرجعية الحاكمة والمهيمنة على كيفية تناول ومعالجة هذه الوسائل لتلك القضايا، فقد جاءت معالجة تلك المرجعية الحاكمة والمهيمنة على كيفية تناول ومعالجة هذه الوسائل لتلك القضايا، فقد جاءت معالجة تألك الموضوعات والقضايا بطريقة تتقق معهم تمامًا، وبلغة تعبر عنهم، لتكون هذه الوسائل الإعلامية الوسائل الإعلامية الوسائل الإعلامية الموضوعات والقضايا بطريقة تتقق معهم تمامًا، وبلغة تعبر عنهم، لتكون هذه الوسائل الإعلامية الإعلامية تناولها ومعالجتها للقضايا الملكية الوسيلة الإعلامية تعبر عنهم، لتكون هذه الوسائل الإعلامية الموسية الوسيلة الإعلامية الإعلامية التحرية وما يؤكد تأثير نمط ملكية الوسيلة الإعلامية التحرية وما يؤكد تأثير نمط ملكية الوسيلة الإعلامية التحاوية والمعالمية الوسيلة الإعلامية الإعلامية التعاوية الوسائل والمعالمية الوسائل حاله مالكية الوسائل حاله مالكيها بشأن حال مالكيها، وهو ما يؤكد تأثير نمط ملكية الوسيلة الإعلامية التحريف الوسائل والمعالمية الوسائل حاله مالكية الوسيلة الإعلامية المياء المورة الوسائل والمعالمية الوسائل حاله المعالمية الوسائل حاله الكيها بشأن حاله المعالمية المعالمية الوسائل حاله حاله المعالمية الوسائل حاله المعالمية الوسائل حاله المعالمية الوسائل حاله المعالمية المعالمية المعالمية المعالمية الوسائل المعالمية المعالمية المعالمية المعالمية المعالمية المعالمية المعالمية المعالم





## ◄ هل يختلف دور وسائل الإعلام في صئنع قرارات قضايا التحول الديمقراطي باختلاف نمط ملكيتها والمصالح الاقتصادية لمالكيها؟

تتعدد الوظائف والأدوار التي يمكن أن تمارسها وسائل الإعلام في عملية صنع القرار السياسي؛ من وضع القضية في بؤرة دائرة صنع القرار، وفي أولويات اهتمامات صنّاع القرار، والتأثير في توقيت صنع القرار، وتقديم البدائل والتأثير في القرار النهائي، ودفع السلطة واقناعها باتخاذ قرار معيّن، والامتناع عن اتخاذ قرار تعترم اتخاذه، ودفع صنّاع القرار الإعادة النظر في القرار وتعديله، واعادة إنتاجه، أو ربما إلغاء القرار والعدول عنه، وتشكيل اتجاه الرأي العام لقبول القرار أو رفضه، وتهيئة الرأي العام لقبول قرار تعتزم السلطة إصداره، وربما حثه على رفض قرار تنوي السلطة إصداره، فضلًا عن إعادة إنتاج القرار السياسي عن طريق طرحه على الرأي العام، وتوضيحه وتفسيره، بل وتبريره والتأكيد على القيم والمفاهيم المتضمَّنة فيه... إلخ.

ومع ذلك، لم تمارس وسائل الإعلام المصرية محل الدراسة دورًا حيويًّا في عملية صنع القرار السياسي الخاص بقضايا الدراسة، وذلك وفقًا لما كشفت عنه نتائج الدراسة التحليلية، فبتتبع التسلسل الزمني لتطور القوانين والقواعد الخاصة بقضايا التحول الديمقراطي قيد الدراسة من جهة وما كانت تنادى وتطالب به وسائل الإعلام محل الدراسة فيما يتعلق بهذه القضايا من جهة أخرى يمكن ملاحظة ضعف دور هذه الوسائل ـ باختلاف أنماطها ـ في التأثير في عملية صنع القرار السياسي المتعلق بهذه القضايا. فبتتبع التسلسل الزمنى لتطور القوانين والقواعد الخاصة بقضايا وضع الدستور والانتخابات البرلمانية وقانون الحق في التظاهر من جهة ومخرجات وسائل الإعلام القومية (جريدة الأهرام وقناة النيل للأخبار) ومطالبها من جهة أخرى يمكن ملاحظة أن المطالب والمخرجات الأكثر تكرارًا لهذه الوسائل الإعلامية كان وصف الواقع وطرح القضية دون المطالبة بشيء "الدور المحايد"، أو المطالبة بالمحافظة على الأوضاع القائمة، أو المطالبة بإجراء بعض التعديلات على القانون أو القرار القائم، ثم تأتى المطالبة بتعديل القوانين أو القرارات المرتبطة بالقضية، وفي النهاية وبشكل نادر تأتي المطالبة بصنع قانون جديد. ويدل ذلك على أن وسائل الإعلام القومية تسعى إلى تدعيم الأوضاع القائمة، والحفاظ على استقرارها وثباتها، والمحافظة عليها، والعمل على استمرارها.

أمًا بالنسبة للأدوار والوظائف التي كانت تمارسها وسائل الإعلام القومية فيما يتعلق بقضايا الدراسة ـ بشكل خاص قانون الانتخابات البرلمانية وقانون حق التظاهر ومسوداتهما ـ فهي إبراز إيجابيات هذه القوانين والقرارات وملائمتها لتلك الحقبة الزمنية الحرجة من تاريخ مصر، وأنها دستورية وتحظى بتوافق القوى والتيارات السياسية ودعمها، مع توضيح هذه القوانين والقرارات وتفسيرها، بل وتبريرها أيضًا والدفاع عنها، والرد على الانتقادات الموجهة إليها وتفنيدها، فهذه الوسائل تعمل على تدعيم القرارات التي تصدر

من قبل الحكومات والجهات الرسمية في الدولة، وهي تعمل على إقناع الجماهير بهذه القرارات، كما تسعى هذه الوسائل الإعلامية إلى تبني الجماهير لتلك القرارات، فهي تهدف إلى تشكيل اتجاه الرأي العام لقبول القوانين والقرارات التي تصدر عن هذا النظام الحاكم، وهذا ما توصلت إليه الدراسة الميدانية أيضًا. ورغم هذا فإن الدراسة أظهرت أن هذه الأدوار كانت مذبذبة مضطربة، خاصة في جريدة الأهرام، فقد كانت فاترة وضعيفة في فترات وقوية في فترات أخرى.

وفي المقابل، كشفت الدراسة عن أن مخرجات وسائل الإعلام الحزبية محل الدراسة (جريدة الوفد) كانت تمثل الاتجاه المعارض، الذي يسعى إلى تعديل القوانين والقرارات وصنع قوانين جديدة، ومحاولة حشد الرأي العام لتبني مطالبه، مع خلق حالة من الاستياء العام تجاه السلطة والقوانين والقرارات التي تصدر عنها، فهذه الوسائل الإعلامية تركز على أن هذه القوانين غير دستورية وباطلة؛ ومن ثم فهي تطالب بتغيير الوضع القائم بشكل دائم - إذا لم يكن هناك توافق مع النظام السياسي القائم - حتى يصل حزبها إلى حكم البلاد؛ وعليه فإن الأدوار والوظائف الأكثر تكرارًا لوسائل الإعلام الحزبية كانت المطالبة بإجراء بعض التعديلات على القانون أو القرار القائم، والمطالبة بتعديل القوانين أو القرارات، والمطالبة بصنع قانون جديد، ثم وصف الواقع وطرح القضية دون المطالبة بشيء "الدور المحايد.

وقد كشفت الدراسة عن أن الأدوار والوظائف السابقة مارستها وسائل الإعلام الحزبية، المتمثلة في جريدة الوفد، في قضيتي وضع الدستور والانتخابات البرلمانية فقط، أمّا فيما يتعلق بقانون الحق في التظاهر فقد اختلف الأمر؛ حيث كانت هذه الأدوار والوظائف أشبه ما يكون إلى أدوار وسائل الإعلام القومية ووظائفها، فقد دعت جريدة الوفد إلى تطبيق القانون ودافعت عنه إلى حد كبير، خاصة في أواخر عام ٢٠١٣م، وقد سعت الجريدة إلى إبراز مبررات تطبيق القانون وايجابياته... إلخ.

أمّا بالنسبة إلى وسائل الإعلام الخاصة محل الدراسة فقد أظهرت الدراسة التحليلية أن مخرجاتها ومطالبها المتعلقة بقضايا الدراسة كانت تختلف من وسيلة إلى أخرى، وكذلك من قضية لأخرى، وذلك وفقًا لتوجهات مالكيها نحو هذه القضية، فقد كانت مطالب هذه الوسائل ومخرجاتها غير واضحة الملامح في بداية عام ٢٠١٢م؛ ومن ثمّ فإن أدوار هذه الوسائل ووظائفها الأكثر تكرارًا كانت وصف الواقع وطرح القضية دون المطالبة بشيء "الدور المحايد"، والمطالبة بالمحافظة على الأوضاع القائمة، ثم تغيرت بعد ذلك إلى المطالبة بإجراء بعض التعديلات على القانون أو القرار القائم، والمطالبة بتعديل القوانين أو القرارات المرتبطة بالقضايا، والمطالبة بصنع قانون جديد.

وقد توحدت أدوار هذه الوسائل ووظائفها في أواخر عام ٢٠١٣م، وذلك فيما يتعلق بقانون الحق في التظاهر؛ حيث أصبحت هذه الأدوار والوظائف أكثر قربًا إلى أدوار وسائل الإعلام القومية، فقد دعت هذه الوسائل الإعلامية الخاصة - خاصة قناتي "أون تي في" و "سي بي سي" - إلى تطبيق قانون التظاهر، وأبرزت مبررات تطبيقه وما قد يقدمه من فوائد للمجتمع، مع تقديم بعض المقترحات





والملاحظات حول القانون، وعرض بعض سلبياته. في حين كانت جريدة الشروق أكثر تحفظًا على القانون وهجومًا عليه من وسائل الإعلام الخاصة الأخرى محل الدراسة.

وبناءً على ما سبق، يتضح اختلاف أدوار وسائل الإعلام ووظائفها في صنع قرارات قضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة باختلاف نمط ملكيتها والمصالح الاقتصادية لمالكيها، كما يتضح اختلاف مخرجات هذه الوسائل ومطالبها باختلاف نمط الملكية. ومع هذا، فلم تلعب هذه الوسائل كلها دورًا جوهريًّا في عملية صنع القرار السياسي الخاص بقضايا الدراسة، وإذا حدثت استجابة ما من صنّاع القرار، كتغيير قرار أو تعديله أو إصدار قرار جديد، فلا يعنى هذا استجابة صنّاع القرار لمطالب وسائل الإعلام بشكل أو بآخر، حيث تبين للدراسة التحليلية أن هناك عوامل ومتغيرات أخرى كانت لها دور كبير في هذه الاستجابة، وعلى رأس هذه العوامل المحاكم القضائية المصرية، ثم الضغوط الشعبية وضغوط الأحزاب السياسية والقوى الثورية والشبابية... إلخ.

فبتتيع مخرجات وسائل الإعلام ـ خاصة الحزبية والخاصة ـ ومطالبها بحل والغاء الجمعية التأسيسية لوضع الدستور وتشكيل جمعية جديدة يمكن ملاحظة عدم استجابة صنّاع القرار لهذه المطالبات، ولكنهم ـ صنّاع القرار ـ استجابوا لحكم محكمة القضاء الإداري بمجلس الدولة بإلغاء قرار تشكيل الجمعية التأسيسية لوضع الدستور (وقف تشكيل الجمعية) في العاشر من شهر أبريل ٢٠١٢م.

كذلك لم يستجب صنّاع القرار لمطالب وسائل الإعلام المتعلقة بإلغاء الجمعية التأسيسية الجديدة وحلها، مع وجود ضغوط داعمة لهذه المطالب من قِبَل بعض القوى والأحزاب السياسية، خاصة بعد عدم تدخل القضاء في هذا الأمر وتأجيله للبت في أمر الدعاوى القضائية المتعلقة بالجمعية أكثر من مرة. وكذلك الأمر بالنسبة للانتخابات البرلمانية وحل مجلس الشعب، فبتتبع التسلسل التاريخي لهذه القضية، يمكن ملاحظة عدم استجابة صنّاع القرار بشكل كبير لمخرجات وسائل الإعلام ومطالبها المتعددة بشأن الانتخابات البرلمانية إلى أن أصدرت المحكمة الدستورية العليا في ١٤ يونيو ٢٠١٢م حكمها ببطلان ثلث مقاعد مجلس الشعب؛ ومن ثمَّ تم حل مجلس الشعب بأكمله.

وفي بداية عام ٢٠١٣م وضع مجلس الشورى مشروع قانون جديد لمجلس النواب، وقام صنّاع القرار بإدخال تعديلات على القانون بناء على مطالبات المحكمة الدستورية العليا، وليس بناء على مطالبات وسائل الإعلام والقوى والأحزاب السياسية وغيرها. وقد حدث الأمر نفسه مع القانون رقم (٢٠٢) لسنة ٢٠١٤م في شأن تقسيم دوائر انتخابات مجلس النواب، حيث حكمت المحكمة الدستورية العليا بعدم دستوريته، في حين لم تستطع وسائل الإعلام التأثير في صنّاع القرار في هذا الشأن.

وكذلك الشأن بالنسبة لقانون الحق في التظاهر، فبالرغم من مطالبة بعض وسائل الإعلام بتأجيل صدور القانون أو إلغائه أو إجراء تعديل عليه، فإن صنّاع القرار لم يستجيبوا لهذه المطالب قبل صدور القانون وأثناء مناقشته وبعد صدوره رسميًّا في أواخر عام ٢٠١٣م.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة "عائشة عبدالله، ١٩٩٩"، التي توصلت إلى أن الصحافة تستهدف في تعاملها مع الجمهور تهيئته لتقبل قرارات السلطة السياسية. وكذلك تتفق نتائج الدراسة الحالية ـ فيما يتعلق بصنع القرار السياسي ـ مع نتائج دراسة "بسيوني حمادة، ١٩٩١"، كما تتفق مع ما توصلت إليه هذه الدراسة أيضًا في أن نظام الاتصال استطاع ـ إلى حدّ ما ـ أن يضع القضايا المثارة في بؤرة اهتمامات صانعي القرار، وأن يخلق الإحساس لديهم بأهمية اتخاذ قرار لحسم الموقف، لكنه لم يشكل قوة ضغط فاعلة ومؤثرة فيهم، وأن نظام الاتصال لم ينجح في تشكيل إدراك صانعي قرارات القضايا المثارة بشكل أقرب إلى الواقع، كما أنه لم يخلق فهمًا مشتركًا لديهم، ولم يساهم في تشكيل رأي المستشارين والنخبة المحيطة بصانعي القرارات إلى حدّ كبير ؛ وبالتالي كان دوره محدودًا في تسهيل الوصول إلى القرار ، من خلال التقريب بين وجهات النظر المتعارضة، وأن دور نظام الاتصال كان ضعيفًا في التأثير في توقيت صنع القرار، وأن نظام الاتصال نجح في إضفاء مكانة متميزة على صانعي القرارات، ومهد الرأي العام لقبول القرارات التي أرادت السلطة السياسية اتخاذها، وأن نظام الاتصال استطاع ـ إلى حدّ ما ـ أن ينقل رؤية الجماعات والأفراد حول الحل الأمثل للمشاكل المثارة، وأن يزود صانعي القرارات بالمعلومات الخاصة بالقضايا المثارة، وأن يساهم في تقديم البدائل المتعلقة بالقرارات المختلفة، إلَّا أن دوره كان ضعيفًا في التأثير في اختيار بديل معيّن، أو حجب بديل معيّن، بعيدًا عن البدائل المطروحة أمام صانعي القرارات، ونتيجة ذلك لم يقم نظام الاتصال بدوره في ترشيد عملية صنع القرارات. وأن نظام الاتصال استطاع ـ إلى حدّ ما ـ في منع السلطة السياسية من اتخاذ بعض القرارات التي أرادت اتخاذها، ولكنه لم ينجح في دفع السلطة السياسية إلى إعادة النظر في بعض القرارات التي طالب بإعادة النظر فيها، كما لم ينجح في دفع السلطة السياسية إلى إلغاء بعض القرارات التي طالب بإلغائها، ولكنه نجح في نقل بعض القرارات وتفسيرها، بل تبريرها للرأي العام، واضفاء الشرعية عليها. في الوقت نفسه، استطاع نظام الاتصال أن يضعف من شرعية بعض القرارات. وفي الوقت ذاته الذي تمكّن فيه من نقل رد فعل الجماهير إزاء القرارات التي تم اتخاذها فإنه لم ينجح في خلق التكيّف بين النظام السياسي والجماهير. من جانب آخر، وتعليقًا على النتائج السابقة في ضوء منظور الاقتصاد السياسي للاتصال يتضح إمكانية تطبيق هذه النظرية على وسائل الإعلام المصرية إلى حد بعيد، وذلك في خلال الإطار الزمني للدراسة، فقد كشفت نتائج الدراسة عن أن الإعلام في مصر صناعة قبل أن يكون مهنة ذات رسالة ومسؤولية اجتماعية وتتويرية وتثقيفية، فالوسيلة الإعلامية تتبنى وجهة نظر مالكيها واتجهاتهم نحو مختلف القضايا، ومنها قضايا التحول الديمقراطي.

وتميل هذه الوسائل الإعلامية إلى حماية المصالح الاقتصادية لمالكيها وتدافع عن تلك المصالح، وتتبنى رؤى وأفكار مالكيها ومساندتهم للنظام السياسي الحاكم، فمالكو الوسائل الإعلامية يعظمون ثرواتهم عن طريق الاستثمار الاقتصادي، والحفاظ على ثبات النظام واستقراره، والنظام الحاكم يعظم ثروته عن طريق الاستثمار السياسي، وكلاهما في أمسً الحاجة إلى الآخر، وفقًا لما تنادي به نظرية



الاقتصاد السياسي؛ ومن ثُمَّ فإن وظيفة وسائل الإعلام في المجتمع هي مساندة أصحاب السلطة ومساعدتهم على فرض نفوذهم وسلطتهم على هذا المجتمع، والعمل على دعم الوضع القائم، ومقاومة التغيير، فهذه الوسائل تخدم المؤسسات السياسية والاقتصادية الأخرى في عملياتها "السلعية"، باعتباره جزءًا لا يتجزأ من العمليات الاقتصادية والسياسية الأساسية في المجتمع.

وبالرغم من اختلاف المعالجة الإعلامية لقضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة باختلاف نمط ملكية الوسيلة الإعلامية فإنه اختلاف نوعى وشكلى، وليس اختلافًا في الهدف؛ فالمعالجة مختلفة باختلاف نمط الملكية، ولكن الهدف والغاية واحد، وهي الحفاظ على مصالح مالكي هذه الوسائل الإعلامية، وعلاقتهم بالسلطة الحاكمة.

وعليه، فإن كل وسيلة من الوسائل الإعلامية محل الدراسة تعالج قضايا التحول الديمقراطي من منظورها الشخصى، ومصالح مالكيها، فالتي تؤيد هذه القضية تروج لها، وتؤيد من يساندها، وفي الوقت ذاته تحاول مهاجمة معارضي هذه القضية ومنتقديها، وهدمه شخصيًّا إن تمكنت من فعل ذلك.

بالإضافة إلى ذلك، فإنه يمكن ملاحظة أن بعض وسائل الإعلام الخاصة موضوعية في معالجتها وتناولها لقضايا التحول الديمقراطي في مصر، وبعضها تباهي السلطة، وتراعي مصالحها مع الحكومات المتعاقبة، وأرباحها التجارية، ومصالح من يمولها، وتحاول من جانبها العمل على استقرار النظام وثباته، أو إعادته إلى وضعه القديم حال تغييره إلى نظام لا يرضي عنه أصحاب هذه الوسائل؛ لأن المصالح الاقتصادية تتأثر تأثرًا بالغًا من جرّاء عدم الاستقرار، واضراب النظام وعدم ثباته. أمّا بالنسبة إلى الصحف الحزبية فلا يمكنها عرض الآراء والاتجاهات ووجهات النظر المخالفة لخط الحزب السياسي وسياساته، فهي تعلن أهدافها وبرامجها بشكل صريح، وفي نهاية الأمر فهي تسير في طريق وصولها إلى الحكم، والحفاظ على علاقاتها مع النظام الحاكم القائم ودعمه إذا كان بينهما اتفاق أو مصالح مشتركة، وبالتالي فإن معالجتها وأداءها المهني يغلب عليه الطابع السياسي. أمّا وسائل الإعلام القومية فهي تعبر عن النظام الموجود بالسلطة؛ لأنها تراعى ضمان استمرارية صدورها وبثها، وبقاء المسؤولين على إصدارها وبثها في مناصبهم؛ ومن ثُمَّ فإن هذه الوسائل تعمل بشكل كبير على الحفاظ على النظام القائم، ومقاومة التغيير إذا لم يكن هذا التغيير في صالحها وصالح المسؤولين فيها.

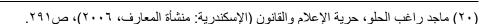
#### المراجع:

<sup>(</sup>١) استعان الباحث ببعض بيانات رسالة الدكتوراه الخاصة به: السيد عبدالرحمن على، العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي وصنع القرار السياسي، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠١٥).

<sup>(</sup>٢) عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، ط٢ (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٧)، ص١٠٦.

<sup>(</sup>٣) حسين دبي الزويني، القنوات الفضائية والإعلامية الاقتصادية (عمان: دار أسامة للنشر والنوزيع، ٢٠١٢)، ص٧.

- (٤) بسيوني حمادة، مستقبل النظام الإعلامي في مصر بعد الثورة، في: بسيوني حمادة (محررًا)، حرية الإعلام والتحول الديمقراطي في مصر، ط١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٢٠، ص٢٢.
- (٥) مصطفى المصمودي، ما بين الإعلام والسياسة في القرن الحادي والعشرين، في: العرب والقرن الحادي والعشرين: حصاد قرن ورؤية في المستقبل، شؤون عربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، القاهرة، مارس ٢٠٠٠، ص٢٢٤.
  - (٦) أيمن منصور ندا، الصور الإعلامية والقرارات السياسية: التكوين والعلاقات المتبادلة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الثاني، أبريل \_ يونيو ٢٠٠١، ص ص ٢٦٨، ٢٦٩.
    - (٧) علي منعم القضاة، قوانين الإعلام وأخلاقياته (عَمّان: جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام، ٢٠١٣)، ص٣٥.
      - (٨) أيمن منصور ندا، مرجع سابق، ص ص ٢٧٣، ٢٧٤.
    - (٩) فؤاد عبدالمنعم البكري، الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال، ط١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٢)، ص١٦.
      - (١٠) محمد عبدالحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧)، ص٤١.
- (١١) بسيوني حمادة، دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي (القاهرة: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٢)، ص٦١.
  - (۱۲) أيمن منصور ندا، مرجع سابق، ص٥٥٥.
  - (١٣) بسيوني حمادة، الصحافة وصنع القرار السياسي في الوطن العربي، ط١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٢)، ص ص ١٨٥-
    - (۱٤) أيمن منصور ندا، مرجع سابق، ص٢٩١.
  - (١٥) هشام عطية عبدالمقصود، تأثير السياسة الخارجية للدولة في المعالجة الصحفية للشؤون الدولية: دراسة تحليلية مقارنة للصحافة المصرية خلال الفترة من ١٩٩٠ حتى ١٩٩٢، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ١٩٩٥)، ص٢٧.
- (١٧) ثريا أحمد البدوي، دور الإعلام في دعم المواطنة في مصر، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر، الإعلام وتحديات المجتمعات العربية، جـ١، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢ ــ ٤ مايو ٢٠٠٦، ص٤٤١.
  - Bruce E. Pinkleton et al., Satisfaction with Media Performance and Perceptions of Media ) (\\^\ Usefulness in Political Decision Making and Disaffection, Paper Presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Sheraton Boston, Boston, MA, Aug. 2009, p.3.
  - (١٩) عيسى عبدالباقي، وسائل الإعلام والتحول الديمقراطي في الدول العربية: إشكالية الدور وآليات التعزيز، المؤتمر الأول لمستقبل الإعلام في مصر، الرابطة الوطنية الإسلامية، سمير اميس إنتركونتنتال، القاهرة، ٢٩ ديسمبر ٢٠١٢، ص١٨، نقلًا عن:
    - Jennings Bryant and Susan Thompson, Fundamentals of Media Effects (New York: McGraw Hill, 2002), p.p. 307 309.



(٢١) حنان أحمد سليم، علاقة الفضائيات الإخبارية والصحف والجماعات المرجعية بتشكيل الاهتمامات نحو قضايا الإصلاح السياسي لدى الرأي العام المصري، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر، الإعلام وتحديات المجتمعات العربية، جـ١، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢- ٤ مايو ٢٠٠٦، ص١٢٧.

www.epra.org.eg

- (٢٢) بسيوني حمادة، الصحافة وصنع القرار السياسي في الوطن العربي، مرجع سابق، ص ص ٣٤، ٣٤، ٥٥.
  - (۲۳) أيمن منصور ندا، مرجع سابق، ص٢٩٠.
- (٢٤) علي محمد عبدالوهاب وآخرون، ، الإدارة العامة: الأسس العلمية وتجارب التطبيق (القاهرة: بدون ناشر، ١٩٩٦)، ص ص ٢٤. ٤٢١.
  - (٢٥) بسيوني حمادة، الصحافة وصنع القرار السياسي في الوطن العربي، مرجع سابق، ص ص ٣٥، ٣٦.
- Soumya Dutta, Social Responsibility of Media Indian democracy, Global Media Journal, Indian ) (٢٦ Edition, Summer Issue, June 2011, p.1.
- (۲۷) علي بن شويل القرني، الإعلام الجديد: من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن، ط۱ (الرياض: د. ن، ٢٠١١)، ص٩، نقلًا عن:

George Donohue, Phillip Tichenor & Clarice Olien, A Guard Dog Perspective on The Role of Media, Journal of Communication, Vol.45, No.2, 1995, p.p.115-132.

- (۲۸) عيسى عبدالباقي، مرجع سابق، ص ص ۱۲، ۱۳.
- (٢٩) خالد صلاح الدين حسن علي، دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية وتحدياتها في مصر: في إطار تحليل الخطاب الإعلامي ونظرية الاعتماد، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩، ص٨٢٢.
  - (٣٠) بسيوني حمادة، دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، مرجع سابق، ص١٦.
  - (٣١) هشام عطية عبد المقصود محمد، تأثير السياسة الخارجية للدولة في المعالجة الصحفية للشئون الدولية، مرجع سابق.
- (٣٢) محمود منصور هيبة، الخطاب الصحفي لانتخابات الرئاسة ٢٠٠٥ في الصحف المصرية: دراسة تحليلية على الأهرام والوفد والغد، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن والعشرون، أكتوبر ديسمبر ٢٠٠٧.
  - (٣٣) أماني رضا عبد المقصود مصطفى، معالجة القضايا السياسية الداخلية في المضمون الإخباري بالقنوات الفضائية العربية الرسمية والمعارضة، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٩).
  - (٣٤) منى المراغي أحمد محمد، محددات تشكيل أطر مضمون الخطاب السياسي بالصحف القومية والحزبية والخاصة: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٩).
  - (٣٥) أميرة ناجي محمد، الخطاب الصحفي تجاه قضايا الفساد في الصحف المصرية في الفترة من ٢٠٠٤ حتى ٢٠٠٧، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠١١).
  - (٣٦) أشرف جلال حسن، العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة: دراسة مقارنة لبرامج الرأي في القناتين الأولى والثانية مقارنة بدريم والمحور، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، جـ٢، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٣-٥ مايو ٢٠٠٥.

- (٣٧) مصطفي محمد عبد الوهاب، النشرة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والحكومية والخاصة، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٥).
- (٣٨) علاء محمد عبد العاطي، تأثير نمط الملكية في القنوات التلفزيونية الفضائية الإخبارية العربية على وظيفتها السياسية: دراسة تحليلية مقارنة، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر التعليم النوعية ودوره في التنمية البشرية في عصر العولمة، كلية التربية النوعية بجامعة المنصورة، إبريل ٢٠٠٦.
- (٣٩) محمد سعد إبراهيم، الدور التنموي للصحافة المصرية في إطار التعددية الحزبية خلال الفترة ١٩٧٧-١٩٨٨، رسالة دكتوراه، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ١٩٩٤).
  - (٤٠) جمال عبد العظيم، المتغيرات المؤثرة على دور الصحافة في تكوين الرأي العام في مصر: دراسة تطبيقية على الحملات الصحفية في عامي ١٩٩٥-١٩٩٦).
  - (٤١) هشام عطية عبدالمقصود، علاقة النخب السياسية المصرية بالصحافة وتأثيرها في أنماط الأداء الصحفي في التسعينيات، رسالة دكتوراه، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ١٩٩٨).
  - (٤٢) السيد بهنسى حسن، مدى تأثير الاتجاه السائد بوسائل الإعلام المصرية على تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو قضايا التحول الاقتصادي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث عشر، أكتوبر ديسمبر ٢٠٠١.
    - (٤٣) نوال عبدالعزيز الصفتي، التوظيف السياسي لقضية تطوير التعليم في الصحف الحزبية المصرية: دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع عشر، يناير مارس ٢٠٠٢.
  - (٤٤) أشرف جلال، اتجاهات الصحافة المصرية نحو معالجة أحداث الحادي عشر من سبتمبر والحرب الأمريكية ضد أفغانستان، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد العشرون، يوليو سبتمبر ٢٠٠٣.
- (٤٥) جمال عبدالعظيم، بناء الأجندة الإخبارية في الصحف المصرية اليومية: دراسة تطبيقية على صحيفتي الأهرام والوفد، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع، العدد المزدوج، يناير ديسمبر ٢٠٠٣.
- (٤٦) محرز حسين غالي، العوامل الإدارية المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٣).
  - (٤٧) محمود حسن هيبة، أثر نمط ملكية الصحف المصرية على أجندة القضايا التي تتناولها: دراسة تحليلية، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، جـ٢، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٣-٥ مايو ٢٠٠٥.
- (٤٨) محمد محمود عبد الفتاح نصر الدين، الصحف المصرية الصادرة عن شركات مساهمة: دراسة تقويمية للفن الصحفي والأداء المهنى، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٥).
- (٤٩) إيمان نعمان جمعة، اتجاهات المعالجة الصحفية لحملة الانتخابات الرئاسية وأثرها على معارف واتجاهات الناخبين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس والعشرون، يوليه ديسمبر ٢٠٠٥.
  - (٥٠) عبد الجواد سعيد محمد ربيع، استخدامات الشباب الجامعي للصحف المحلية والإشباعات المتحققة منها: دراسة ميدانية وتحليلية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السابع، العدد الأول، يناير يونيو ٢٠٠٦.
- (٥١) محرز حسين غالي، أساليب تنظيم وإدارة الجهاز التحريري بالصحف المصرية وعلاقتها بالاستقلال المهني للمحررين ومدى شعورهم بالرضا الوظيفي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الثاني، يوليو-ديسمبر ٢٠١٠.
- Kimberley E. Fradgley and Walter E. Nierbauer Jr., London's "Quality" Newspapers: Newspaper (°<sup>\gamma</sup>)

  Ownership and Reporting Patterns, Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol.72, No.4,

  December 1995.



- (°°) Devra C. Moehler and Naunihal Singh, Whose News Do You Trust? Explaining Trust in Private versus Public Media in Africa, Political Research Quarterly, Vol.64, No.2, June 2011.
- (°½) Amy Reynolds and Gary Hicks, Civic Journalism influence on Local T.V. News Coverage, AEJMC Conference Papers, 2001.
- (°°) Lu Shi, The Policy Deviation in China's New Media: A Comparative Content Analysis, Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association, Marriott Hotel, San Diego, CA, May 2003.
- (๑٦) Daniel Chomsky, An Interested Reader: Measuring Ownership Control at the NewYork Times, Paper Presented at the Annual Meeting of the Western Political Science Association, Marriott Hotel, Portland, 2004.
  - J. Sonia Huang and George Sylive, Decision-Making by Newspaper Editors: Understanding (°Y) Values and Change, Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association, 2006.
  - (°^\) Amit Schejter and Jonathan Obar, Comparing Media Ownership Regimes: The Fine Contours That Differentiate Among the American, British, and Canadian Media Systems, Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Boston, MA, 25 May, 2011.
    - (٥٩) جيهان حسن الكباوي، النظرية الإنسانية لحرية الصحافة، رسالة دكتوراه، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة،
  - (٦٠) بسيوني حمادة، دور وسائل الاتصال المصرية في صناعة القرارات: دراسة تطبيقية على صانعي القرار في مصر، رسالة دكتوراه، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ١٩٩١).
    - (٦١) إيناس محمد أبو يوسف، صورة العالم الثالث في الصحافة المصرية والأمريكية خلال الفترة من ١٩٨٠-١٩٨٩، رسالة دكتوراه، غير منشورة (كلية الاعلام: جامعة القاهرة، ١٩٩٤).
  - (٦٢) حماد إبراهيم حامد، صورة الولايات المتحدة الأمريكية في الصحافة المصرية اليومية: دراسة مقارنة بين حقبتي الستينيات والسبعينيات، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ١٩٨٦).
    - (٦٣) نهلة عساف عيسى، العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الفيلم التسجيلي، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ١٩٩٦).
    - (٦٤) عائشة عبدالله إبر اهيم راشد، التفاعل الاتصالي بين الجمهور والصحافة في دولة الإمارات العربية المتحدة خلال عامي ١٩٩٦، ١٩٩٧، رسالة دكتوراه، غير منشورة (القاهرة: قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة، ١٩٩٩).
      - (٦٥) أيمن منصور ندا، مرجع سابق.
- Gerhard W. Wittkämper and Jürgen Bellers, The Press and Foreign-Policy Decision Making: An ) (17 Analysis of German-Polish Negotiations in 1969-1970, International Political Science Review, Vol.7, No.4, October 1986.
- Aeron Davis, Whither Mass Media and Power? Evidence for a Critical Elite Theory Alternative, )(14 Media, Culture & Society, Vol.25, No.5, September 2003.

- Bruce E. Pinkleton et al., op. cit.) (٦٨
- Imme Petersen, Harald Heinrichs, and Hans Peter Peters, Mass-Mediated Expertise as Informal ) (٦٩ Policy Advice, Science, Technology&Human Values, Vol.35, No.6, November 2010.
- Risto Kunelius and Esa Reunanen, The Democratic Paradox? Decision Makers' Exposure to ) (Y
  Mediation, Paper Presented at The Annual Meeting of The International Communication Association,
  Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City, Singapore, June 2010.
  - Michael Meyen and Andreas Scheu, The Role of External Broadcasting in a Closed Political ) (Y)
    System: A Case Study of the German Post-war States, Global Media and Communication,
    Vol.7, No.2, August 2011.
  - Choong-Hoon Park, The Media's Effect on Political Conflict in Public Decision-Making, Paper ) (YY
    Presented at the Annual Meeting of the Southern Political Science Association, Hotel
    InterContinental, New Orleans, Louisiana, Jan. 2012.
    - Risto Kunelius and Esa Reunanen, Media in Political Power: A Parsonian View on the ) (VF Differentiated Mediatization of Finnish Decision Makers, The International Journal of Press/Politics, Vol.17, No.1, Jan. 2012.
  - (٧٤) حسن عبدالحميد أحمد رشوان، في القوة والسلطة والنفوذ: دراسة في علم الاجتماع السياسي (الأسكندرية: مركز الأسكندرية للكتاب، ٢٠٠٦)، ص١٧٩.
    - (٧٥) فؤاد النمري، جديد الاقتصاد السياسي (عمان، الأردن: بدون ناشر، ٢٠٠٣)، ص٢.
    - (٧٦) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤)، ص ص٢٠٠٠٠.
    - (٧٧) عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، ط١ (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٢)، ص١٥.
      - (٧٨) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص٢١١.
      - (٧٩) عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، مرجع سابق، ص١٥.
      - (٨٠) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ص ٢١١- ٢١٢.
    - Phil Graham, Political economy of communication: A Critique, Critical perspectives on )(<sup>A1</sup> international business, Vol.3 Issue3, 2007, p.p.2-3.
    - E. R. Meehan, Vincent Mosco, and J. Wasko, Rethinking Political Economy: Change and) (AT
      - Continuity, In: M. Levy & M. Gurevitch (eds.), Defining Media Studies: Reflections on
        - The Future of The Field (Oxford: Oxford University Press, 1994), p.347.
    - P. Golding & G. Murdock, Culture, Communications, and Political Economy, In: J. Curran & M. Gurevitch (eds.), Mass Media and Society (London: Edward Arnold, 1991), p.15.
    - Vincent Mosco, The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal (London: ) ( $^{\Lambda \Upsilon}$  SAGE, 1996), p.p. 3-4.

R. McChesney, Making a Molehill out of a Mountain: The Sad State of Political Economy)(1/2

in U.S. Media Studies, In: A. Calabrese & C. Sparks (eds.), Toward A Political Economy of Culture: Capitalism and Communication in The twenty-first Century (Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2004), p.2.

Vincent Mosco, The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal, op. cit, p.71.) (١٥٥

Oliver Boyd-Barrett, The Political Economy Approach, In: Oliver Boyd-Barrett and C. Newbold )(^\7 (eds.), Approaches to MediaApproaches to Media (Oxford: Oxford University, 1995), p.186.

- Jin Cao and Yuezhi Zhao (eds.), The political economy of communication: A Reader (Shanghai: Fudan University Press, 2007), p.106.

- Robert W. McChesney, Communication Revolution (New York: The Free Press, 2007), p.78, In: Vincent Mosco, The Political Economy of Communication, 2nd Edition (Canada: Queen's University, SAGE Publications Ltd, 2009), p.1.

Carlos Pereira, Inequalities on the Web: Strengths and Weaknesses of a Political Economy )(<sup>AV</sup> Analysis, Media, Culture & Society,Vol.31, No.2, 2009, p.326.

Vincent Mosco, Current Trends in the Political Economy of Communication, Global Media ) (AA Journal, Canadian Edition, Vol.1, Issue1, 2008, p.55.

Vincent Mosco, The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal, op. cit, p.71.)(<sup>A4</sup>

(٩٠) ماهيناز رمزي، العوامل المؤثرة في مستقبل أنماط ملكية القنوات التليفزيونية المصرية الخاصة، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، جـ١، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٣-٥ مايو ٢٠٠٥، ص٢٥.

(٩١) بسيوني حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٨)، ص٢٣١.

C. R. Kothari, Research Methodology: Methods & Techniques, Second Revised Edition (New (٩٢) Delhi: New Age International (P) Ltd. Publishers, 2004), p.3.

Anol Bhattacherjee, Social Science Research: Principles, Methods, and Practices, 2nd edition (9°) (Florida, USA: University of South Florida, 2012), p.6.

(٩٤) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: تطبيقات في مناهج البحث العلمي، ط٢ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩١)، ص ص ٩٧.

(9°) Roger D. Wimmer and Joseph R. Dominick, Mass Media Research: An Introduction, 9th (Boston, United States: Wadsworth Cengage Learning, 2011), p.185.

(٩٦) فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها (القاهرة: دار النشر للجامعات المصرية، ٢٠٠١)، ص١٦١.

(۹۷) سمیر محمد حسین، مرجع سابق، ص۱۰۱.

Stuart MacDonald & Nicola Headlam, Research Methods Handbook: Introductory Guide to (٩٨) Research Methods for Social Research (Manchester: Centre for Local Economic Strategies, 2009), p.11.

Anol Bhattacherjee, op. cit., p.39. (99)

(۱۰۰) أميرة ناجي محمد، مرجع سابق، ص١٧.

(١٠١) تم الاستعانة في هذا الجزء من الدراسة بالكتب والدراسات العلمية الآتية:

أسامة السعيد السعيد قرطام، اتجاهات خطاب الصحافة المصرية تجاه قضايا حقوق الإنسان في عصر العولمة، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠١١).

أميرة ناجى محمد، مرجع سابق.

ثريا أحمد البدوى، مرجع سابق.

ج. ب. براون، ج. يول، تحليل الخطاب، ترجمة: محمد لطفي ومنير النريكي (الرياض: النشر العلمي بجامعة الملك سعود، ١٩٩٧).

خالد صلاح الدين حسن على، مرجع سابق.

راسم محمد الجمال وخيرت معوض محمد عياد، وسائل الإعلام والتسويق السياسي: دراسة على قضية الإصلاح السياسي في مصر، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، جـ٣، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٣-٥ مايو ٢٠٠٥.

عبدالله محمد سعد أبو راس، معالجة مواقع الإنترنت الإخبارية العربية لعملية الإصلاح السياسي في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٧).

محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٢).

محمد شومان، إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية: الدراسات المصرية نموذجًا، المجلة العلمية لكلية الأداب، جامعة المنيا، إبريل ٢٠٠٤.

منى المراغي أحمد محمد، مرجع سابق.

هشام عطية عبدالمقصود، تأثير السياسة الخارجية للدولة في المعالجة الصحفية للشؤون الدولية، مرجع سابق.

(١٠٢) Roger D. Wimmer and Joseph R. Dominick, op. cit., p.p. 417, 48.

Stuart MacDonald & Nicola Headlam, op. cit., p.8. (1.7)

C. R. Kothari, op. cit., p.p. 3, 5. (1 • ٤)

(1.0) Roger D. Wimmer and Joseph R. Dominick, op. cit., p.417.

(۱۰٦) Minavere Vera Bardici, A Discourse Analysis of the Media Representation of Social Media for Social Change - The Case of Egyptian Revolution and Political Change, Thesis Submitted for Completion of Master of Communication for Development, Malmö University, Sweden, 2012, p.33.

(١٠٧) محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص ٣٥١.

(۱۰۸) فرج الكامل، مرجع سابق، ص١٣٤.

(۱۱۰) فرج الكامل، مرجع سابق، ص١٣٤.

Anol Bhattacherjee, op. cit., p.58. (\\\)

C. R. Kothari, op. cit., p.73. (117)

(117) Roger D. Wimmer and Joseph R. Dominick, op. cit., p.60.

Anol Bhattacherjee, op. cit., p.59. (۱۱٤)

(١١٥) محمد الوفائي، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، ط١ (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٩)، ص١١٢.

www.epra.org.eg

(١١٦) قام بتحكيم استمارة تحليل الخطاب السادة الأساتذة التالية أسماؤهم، ولهم مني خالص الشكر والتقدير:

 أ. د. عواطف عبدالرحمن، الأستاذة بقسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة (ورئيسة قسم الصحافة ووكيلة كلية الإعلام للدر اسات العليا سابقًا).

أ. د. بركات عبدالعزيز ، الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

أ. د. سليمان صالح، أستاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

أ. د. محمد شومان، عميد المعهد الدولي للإعلام بأكاديمية الشروق.

أ. د. خالد صلاح الدين، الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

د. محرز حسين غالى، الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

د. عبدالرحيم درويش، الأستاذ المساعد بقسم الإعلام كلية التربية النوعية، جامعة دمياط.

د. فاطمة الزهراء محمد، المدرسة بقسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

Anol Bhattacherjee, op. cit., p.59. (\\\\)

C. R. Kothari, op. cit., p.74. (۱۱۸)

(١١٩) فرج الكامل، مرجع سابق، ص١٣٦.

Anol Bhattacherjee, op. cit., p.37. (\Y\)

C. R. Kothari, op. cit., p.74. (171)

(١٢٢) فرج الكامل، مرجع سابق، ص١٣٤.

Anol Bhattacherjee, op. cit., p.56. (۱۲۳)

C. R. Kothari, op. cit., p.74. ( \ \ \ \ \ \ )

(١٢٥) بسيوني حمادة، الصحافة وصنع القرار السياسي في الوطن العربي، مرجع سابق، ص ص ٥٥، ٥٦.

(١٢٦) هشام عطية عبدالمقصود، تأثير السياسة الخارجية للدولة في المعالجة الصحفية للشؤون الدولية، مرجع سابق، ص٥٦.

- (١٢٧) مكرم محمد أحمد، بديهيات دستورية، عمود صحفي: نقطة نور، جريدة الأهرام، ٦ مارس ٢٠١٢م، ص١٠.
- (١٢٨) عبد العظيم الباسل، الحل هو الحل، عمود صحفي: في الموضوع، جريدة الأهرام، ١٤ أبريل ٢٠١٢م، ص٤.
- (١٢٩) سيف الدين عبد الفتاح، الدروس المستفادة والميادين المستعادة، مقال، جريدة الأهرام، ٢٢ أبريل ٢٠١٢م، ص١٠.
  - (١٣٠) كفي جدلًا وفوضى، افتتاحية: رأي الأهرام، جريدة الأهرام، ٢٦ مارس ٢٠١٢م، ص١١.
  - (١٣١) مجموعة من مذيعي قناة النيل للأخبار، برنامج من القاهرة، قناة النيل للأخبار، ١٧ يوليو ٢٠١٢.
  - (١٣٢) مجموعة من مذيعي قناة النيل للأخبار، برنامج من القاهرة، قناة النيل للأخبار، ٢٧ أغسطس ٢٠١٢.
- (١٣٣) محمود غلاب، جمعية تأسيسية أم جمعية شرعية، عمود صحفي: الطريق الوحيد، جريدة الوفد، ١٩ مارس ٢٠١٢، ص٦.
  - (١٣٤) محمد حامد الجمل، مشاكل الجمعية التأسيسية لوضع الدستور، عمود صحفي: أنوار الحقيقة، جريدة الوفد، ٢٤ مارس ١٠٠٠، ص١٠
    - (١٣٥) عماد الدين حسين، مغالبة لا مشاركة، عمود صحفي: علامة تعجب، جريدة الشروق، ٢٦ مارس ٢٠١٢، ص٢.
      - (١٣٦) يسري فودة، برنامج آخر كلام، قناة "أون تى فى"، ١٩ مارس ٢٠١٢.
      - (١٣٧) عماد الدين أديب، برنامج بهدوء، قناة "سي بي سي"، ٥ أبريل ٢٠١٢.
    - (١٣٨) عبده مباشر، أهل الحكم ونوم القانون، عمود صحفى: أحوال عربية، جريدة الأهرام، ١ فبراير ٢٠١٢، ص١١.
      - (١٣٩) كلمة أخيرة، افتتاحية: رأي الأهرام، جريدة الأهرام، ١٥ يونيو ٢٠١٢م، ص٣.
      - (١٤٠) مجموعة من مذيعي قناة النيل للأخبار، برنامج من القاهرة، قناة النيل للأخبار، ١١ يناير ٢٠١٣.
  - (١٤١) طلعت الطرابيشي، فضيحة اللهو الخفي في انتخابات المنوفية، تحقيق، جريدة الوفد، بتاريخ ٣ يناير ٢٠١٢، ص١١.
    - (١٤٢) محمود غلاب، الشوري يلعب دور المحلل في حكم الإخوان، تقرير، جريدة الوفد، ٢٧ مايو ٢٠١٣، ص٣.
      - (١٤٣) زياد بهاء الدين، فضيحة تمثيل المرأة في البرلمان، مقال، جريدة الشروق، ١٠ يناير ٢٠١٢، ص١٤.
    - (١٤٤) آية عامر، المعلم: لا أخشى من صعود التيار الإسلامي، حوار، جريدة الشروق، ٢ فبراير ٢٠١٢، ص٧.
      - (١٤٥) يسري فودة، برنامج آخر كلام، قناة "أون تي في"، ٢ أبريل ٢٠١٢.
      - (١٤٦) عماد الدين أديب، برنامج بهدوء، قناة "سي بي سي"، ٢٤ فبراير ٢٠١٣.
      - (١٤٧) نهال شكري، قانون عاجل، عمود صحفي: اتجاهات سياسية، جريدة الأهرام، ٦ يناير ٢٠١٣، ص١٠.
        - (١٤٨) فاروق جويدة، أين قانون النظاهر؟، مقال، جريدة الأهرام، ٢٤ يوليو ٢٠١٣، ص٢٤.
        - (١٤٩) مجموعة من مذيعي قناة النيل للأخبار، برنامج من القاهرة، قناة النيل للأخبار، ٢٥ نوفمير ٢٠١٣.
- (١٥٠) محمد حامد الجمل، مشروع قانون التظاهر، عمود صحفي: أنوار الحقيقة، جريدة الوفد، بتاريخ ٢٦ أكتوبر ٢٠١٣، ص١٠.
  - (١٥١) فهمي هويدي، تنظيم للنظاهر أم تحريم له؟، مقال، جريدة الشروق، ١٩ أكتوبر ٢٠١٣، ص١٦.
    - (١٥٢) يسرى فودة، برنامج آخر كلام، قناة "أون تى فى"، ٤ أبريل ٢٠١٢.

(١٥٣) عماد الدين أديب، برنامج بهدوء، قناة "سي بي سي"، ٢١ أكتوبر ٢٠١٣.

(١٥٤) من هذه الدراسات العربية: هشام عطية، تأثير السياسة الخارجية للدولة في المعالجة الصحفية للشؤون الدولية، مرجع سابق. ومنى المراغي، مرجع سابق.

(١٥٥) من هذه الدراسات العربية على سبيل المثال: هشام عطية، تأثير السياسة الخارجية للدولة في المعالجة الصحفية للشؤون الدولية، مرجع سابق. و هشام عطية، علاقة النخب السياسية المصرية بالصحافة وتأثير ها في أنماط الأداء الصحفي في التسعينيات، مرجع سابق. وشريا أحمد البدوي، مرجع سابق. ومحمود منصور، الخطاب الصحفي لانتخابات الرئاسة ٢٠٠٥ في الصحف المصرية، مرجع سابق. ومنى المراغي، مرجع سابق. وكذلك: أشرف جلال حسن، العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة، مرجع سابق. وجمال عبدالعظيم أحمد، المتغيرات المؤثرة على دور الصحافة في تكوين الرأي العام في مصر، مرجع سابق. والسيد بهنسى حسن، مرجع سابق. ومحرز حسين غالي، العوامل الإدارية المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية، مرجع سابق. ومحرز حسين غالي، العوامل الإدارية المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية، مرجع سابق. وإيمان نعمان جمعة، اتجاهات المعالجة الصحفية لحملة الانتخابات الرئاسية وأثرها على معارف واتجاهات الناخبين، مرجع سابق.

ومن الدر اسات الأجنبية على سبيل المثال:

Kimberley E. Fradgley and Walter E. Nierbauer Jr., op. cit.. Devra C. Moehler and Naunihal Singh, op. cit.. Daniel Chomsky, op. cit. ... etc.

(١٥٦) من الدر اسات الأجنبية على سبيل المثال:

Lu Shi, op. cit.. Amy Reynolds and Gary Hicks, op. cit.... etc.

# The Relationship between Media Ownership and Political Decision Making in Egypt

**Dr. El-Sayed Abdel-Rahman Ali**Assistant Professor of Public Relations & Advertising
University of Sinai

#### **Abstract**

This study aims to monitor and analyze the relationship between media ownership and political decision making in Egypt .The study is a descriptive and explanatory one, and it uses a survey method. Moreover; it uses a media discourse analysis .Otherwise, the study concludes that there is a difference in the media manipulation of democratic transformation issues according to ownership patterns of media .The study emphasizes that Egyptian media do not play a vital role in the political decision making process in Egypt.

#### Copyright © EPRA 2015

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

#### **EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: <a href="mailto:chairman@epra.org.eg">chairman@epra.org.eg</a> - <a href="mailto:jprr@epra.org.eg">jprr@epra.org.eg</a>

Web: www.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$\\$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

#### Address:

Egyptian Public Relations Association,

Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Sarayat, 2 Ahmed El-zayat Street.

And also to the Association email: jprr@epra.org.eg, or epra\_cairo@yahoo.com, dr\_hatematef2000@yahoo.com, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

## Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication 'after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

#### **Publishing rules:**

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



# Journal of Public Relations Research Middle East (JPRR.ME)

**Scientific Refereed Journal** 

- Ninth issue - October / December 2015

#### Chairman

#### Dr. Hatem Saad

**Chair of EPRA** 

#### **Editor in Chief**

#### Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University Chair of the Scientific Committee of EPRA

#### **Editorial Manager**

#### **Prof. Dr. Mohamed Moawad**

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University Chair of the Consulting Committee of EPRA

#### **Editorial Assistants**

#### **Prof.Dr. Rizk Abd Elmoaty**

Professor of Public Relations Misr International University

#### Dr. El-Sayed Abdel-Rahman

Assistant Professor of Public Relations

Mass Communication Faculty – Sinai University

#### **Address**

#### **Egyptian Public Relations Association**

Arab Republic of Egypt Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street Mobile: +201141514157 Tel: +2237620818 www.epra.org.eg jprr@epra.org.eg

# Scientific Board \*\* IPRR.ME

#### Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

#### Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

#### Prof. Dr. Mona Al-Hadedy (Egypt)

Professor of radio and television - Faculty of Mass Communication, Cairo University

#### Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

#### Prof. Dr. Enshirah el SHAL (Egypt)

Professor of Media at the Faculty of Mass Communication, Cairo University(State Doctorate in Arts and Humanities from France)

#### Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television - Faculty of Mass Communication, Cairo University

#### Prof. Dr. Nesma Younes (Egypt)

Professor of Radio & Televosion at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

#### **Prof. Dr. Mohamed Moawad** (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University

#### Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Information, Cairo University

#### Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

#### **Prof. Dr. Mahmoud Yousef** (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

#### Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

#### Prof. Dr. Basyouni Hamada (Egypt)

Professor of media and public opinion, political - Faculty of Mass Communication, Cairo University

#### Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

#### Prof. Dr. Hassan Aly (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of Arts - Mina University

#### **Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael** (Egypt)

professor of Culture Media and Children at Ain Shams University

#### **Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen** (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Alsun and Mass Communication, Vice President of the International University of Egypt

#### Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

 $Professor\ of\ Public\ Relations\ and\ the\ former\ head\ of\ the\ media\ department\ at\ the\ Faculty\ of\ Arts-King\ Saud\ University$ 

#### Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

#### Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Televosion and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

#### Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

#### Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck

#### Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

#### Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

<sup>\*\*</sup> Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

# Journal





Middle East

**Journal of Public Relations Research Middle East** 

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association – Ninth Issue – October / December 2015

#### **Abstracts Researches in Arabic:**

Prof. Dr. Enshirah el SHAL - Cairo University
 La nomophobie à l'ère du numérique

7

- Associate Prof. Dr. Khaled Ahmed Mosaed Sinai University
   Egyptian newspapers processing revolution June 30, analytical Study of the newspapers: AlAhram, Alwafd, Al Masry Al Youm
- *Dr. Abdullah Abdallah Mohammad elwazzan* Northern Border University
  Using New Media (Twitter) Among University Students and its
  Environmental Realization A field study over some colleges at Northern
  Border University The Kingdom of Saudi Arabia

10

Dr. Farag Khairy Darweash – Sinai University
 Using news sites and its role in reinforcing university student's attitude towards accepting other

11

- Dr. El-Sayed Abdel-Rahman Ali Sinai University
   The Relationship between Media Ownership and Political Decision Making in Egypt
- Aram Ibrahem Abu-Abat Imam Muhammad Bin Saud Islamic University
   Investing new technologies in public relations field Descriptive study

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical
Information Network
(ENSTINET)
Copyright @2015 EPRA

www.epra.org.eg