



وحدة النشر العلمي

بحوث

مجلة علمية محكمة

العلوم الإنسانية والاجتماعية

العدد 12 ديسمبر 2021 - الجزء 1

ISSN 2735-4822 (Online) \ ISSN 2735-4814 (print)

مجلة "بحوث" دورية علمية محكمة، تصدر عن كلية البنات للآداب والعلوم والتربية بجامعة عين شمس حيث تعنى بنشر الإنتاج العلمي المتميز للباحثين.

مجالات النشر: اللغات وآدابها (اللغة العربية - اللغة الإنجليزية - اللغة الفرنسية-اللغة الألمانية-اللغات الشرقية) العلوم الاجتماعية والإنسانية (علم الاجتماع - علم النفس - الفلسفة - التاريخ - الجغرافيا).

العلوم التربوية (أصول التربية - المناهج وطرق التدريس-علم النفس التعليمي - تكنولوجيا التعليم -تربية الطفل)

التواصل عبر الإيميل الرسمي للمجلة:

buhuth.journals@women.asu.edu.eg

يتم استقبال الأبحاث الجديدة عبر الموقع الإلكتروني للمجلة:

[/https://buhuth.journals.ekb.eg](https://buhuth.journals.ekb.eg)

❖ حصول المجلة على 7 درجات (أعلى درجة في تقييم المجلس الأعلى للجامعات قطاع الدراسات التربوية).

❖ حصول المجلة على 7 درجات (أعلى درجة في تقييم المجلس الأعلى للجامعات قطاع الدراسات الأدبية).

تم فهرسة المجلة وتصنيفها في:
دار المنظومة- شمعة

رئيس التحرير

أ.د/ أميرة أحمد يوسف

أستاذ النحو والصرف- قسم اللغة العربية
عميد كلية البنات للآداب والعلوم والتربية
جامعة عين شمس

نائب رئيس التحرير

أ.د/ حنان مجد الشاعر

أستاذ تكنولوجيا التعليم- قسم تكنولوجيا التعليم
والمعلومات
وكيل كلية البنات للدراسات العليا والبحوث
جامعة عين شمس

مدير التحرير

د. أسماء كمال عبدالوهاب عابدين

مدرس علم النفس
كلية البنات جامعة عين شمس

مسئول الرفع الإلكتروني:

م.م/ نجوى عزام أحمد فهمي

مدرس مساعد تكنولوجيا التعليم

سكرتارية التحرير:

م.م/ علياء حجازي

مدرس مساعد علم الاجتماع

مسئول التنسيق:

م/ دعاء فرج غريب عبد الباقي

معيدة تكنولوجيا التعليم



تأثير تحيز التغطية التلفزيونية للانتخابات البرلمانية 2020 على تشكيل أنماط الاتصال السياسي (دراسة ميدانية على عينة من شباب الأحزاب السياسية المصرية)

أيه عاطف أحمد عبد العزيز

باحث ماجستير، قسم الاجتماع (شعبة الإعلام)

كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، مصر

aya.atef@women.asu.edu.eg

أ.م/ عالية أحمد عبد العال

استاذ مساعد بقسم الاجتماع،

كلية البنات - جامعة عين شمس، مصر

aliaadoma57@gmail.com

أ.د/ وائل إسماعيل عبد الباري

استاذ الإعلام بقسم الاجتماع

كلية البنات - جامعة عين شمس، مصر

wailbarry@gmail.com

د/ إيمان صابر شاهين

مدرس بقسم الاجتماع - كلية البنات، جامعة عين شمس

Eman.Shaheen@women.asu.edu.eg

المستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير تحيز تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) للانتخابات البرلمانية السابقة (2020)، على أنماط الاتصال السياسي التي تمثلت في الأبعاد: (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية) لشباب الأحزاب السياسية المصرية، وذلك من خلال تطبيق الباحثة لاستمارة استبيان عقب انتهاء الانتخابات البرلمانية السابقة 2020 على عينة عمدية قوامها (270) مفردة، من مختلف الأحزاب السياسية مع مراعاة اختلاف أيديولوجياتهم السياسية بين أحزاب (علمانية، إسلامية، ليبرالية، يسارية، ديمقراطية اشتراكية) المتمثلة في الأحزاب التالية: (حزب مستقبل وطن، حزب النور، حزب الوفد، حزب الشعب الجمهوري، حزب التجمع، الحزب المصري الديمقراطي).
توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1) معنوية العلاقة بين درجة ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية).
- 2) معنوية العلاقة بين النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية تجاه القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية 2020 وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية).
- 3) يؤثر متغير الانتماء الحزبي على تقييم سمات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020.
- 4) يؤثر متغير الانتماء الحزبي على درجة الثقة في تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) للانتخابات البرلمانية السابقة 2020.
- 5) يؤثر متغير الانتماء الحزبي على النظرة العدائية تجاه القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية السابقة 2020.

الكلمات الدالة: (التحيز، التغطية التلفزيونية، عدائية وسائل الإعلام، أنماط الاتصال السياسي).

مقدمة

عبر أ尔蒙د Almond من خلال عبارته: "كل شيء في السياسية اتصال" عن ماهية الأدوار والوظائف المتعددة التي تقوم بها وسائل الاتصال في خدمة النظام السياسي لدرجة تجعل من الصعب على النظم السياسية أن تتعايش دون الاعتماد على وسائل الاتصال، ويؤكد الباحثون في مجال السياسة والاتصال على أهمية العلاقات المتبادلة بينهما، فالإتصال يمثل حلقة الوصل لرجال السياسة مع الجماهير والنخبة، وكذلك يعد أحد القنوات الرئيسية للتعبير عن مصالح الجماهير وتوصيل رغباتهم إلى الحكومة وصانعي القرارات، ومن ناحية أخرى يؤثر النظام السياسي في النظام الاتصالي من حيث ملكية الوسائل ومحتوى الرسائل المقدمة واتجاهات وأداء القائمين بالاتصال داخل هذه المؤسسات الاتصالية. (يوسف، 2006)

وتعد الحملات الانتخابية في فترات الانتخابات خير مثال لظهور تحيزات وسائل الإعلام التقليدية وتحيزاتها، حيث يمثل الإعلام التقليدي المصدر الرئيسي للمعلومات بالنسبة لمعظم الناس ويقوم بتغطيتها، فتصبح عاملاً حاسماً في تفضيلات التصويت، لهذا السبب يعدّ تحيز وسائل الإعلام واضحاً بدقة خلال هذه الفترات¹، ويتفق الكثيرون على ضرورة عدم انحياز وسائل الإعلام العامة لأي حزب كان في أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية، وذلك لكونها مصدرًا مهمًا من مصادر الاطلاع لصالح الناخبين كافة، وينادي الكثيرون بأن من الواجب على وسائل الإعلام المملوكة للدولة فسح المجال أمام مختلف الأصوات للتعبير عن رأيها بدلاً من أن تشكل جهازاً للدعاية والترويج لحزب واحد. (الفتاح، 2013)

وعلى الرغم من ذلك فقد شهدت الساحة السياسية والإعلامية خلال الفترة الماضية حالة من الجدل والنفاش حول التغطية الإعلامية لكثير من الأحداث والقضايا السياسية الراهنة، حيث شهدت توجيه انتقادات عديدة للأداء الإعلامي المصري، وهو ما أثر على زيادة النظرة العدائية لوسائل الإعلام عموماً وللقنوات الفضائية التلفزيونية المصرية خاصة، وتزايدت الاتهامات لتلك الوسائل بالسلبية والتحيز لطرف على حساب آخر في ظل التغطية المكثفة للقضايا السياسية الداخلية التي أصبحت موضع خلاف وجدل واسع بين أوساط الرأي العام المصري. (الحמיד، 2016)

كما شهدت الساحة المصرية خلال الفترة الماضية تبادل الاتهامات بين العديد من الأفراد والتيارات والقوى السياسية للإعلام بأنه يفتقر إلى: المصداقية، والحياد، والموضوعية، وأنه إعلام "مضلل ومتحيز.. إلخ"، خاصة أن معيار الموضوعية مازال معياراً غامضاً في الممارسات الإعلامية، ولا يمكن تحقيقه بشكل كامل في أيٍّ من الأنظمة الإعلامية السائدة حالياً، كما تنقسم الآراء حوله إلى اتجاهين أساسيين، الاتجاه الأول يرى أن الموضوعية ما هي إلا خرافة لا سبيل إلى تحقيقها، ومجرد بلاغة لفظية لا تستند إلى واقع؛ والاتجاه الثاني يرى أن الموضوعية يمكن تحقيقها إن أراد الصحفي تحقيقها وسعى إلى ذلك، ولا شك أن رؤية بعض الأفراد والتيارات والقوى السياسية لانتقاد التغطية الإعلامية للمصداقية والحياد، والموضوعية يزيد من النظرة العدائية لوسائل الإعلام خاصة خلال الأزمات والفترات الانتخابية، ويجعل اختبار هذا المدخل بالتطبيق على الواقع الإعلامي المصري مفيداً سواء من الجانب الأكاديمي أو من خلال واقع الحياة اليومية، في ظل حالة الجدل والاستقطاب السياسي حول الكثير من

القضايا المطروحة علي الرأي العام، لمعرفة كيف تؤثر النظرة العدائية لوسائل الإعلام في تقييم مصداقيتها لدى الجمهور المصري. (الحמיד، 2019)

أولاً- مشكلة البحث:

تأتي إشكالية التوازن والتحيز في مقدمة الإشكاليات التي تترك القارئ بالارتباك في مجال الأخبار، وتبدو هذه الإشكالية أكثر إلحاحاً في أثناء تغطية الحملات الانتخابية، حيث يصعب الالتزام بالموضوعية والتوازن والنزاهة والحياد في ظل التقيد بمقتضيات القيم الإخبارية والتنافس الحزبي، والتفاعلات بين الثقافة السياسية والثقافة المهنية للقائم بالاتصال، وتحدد مشكلة الدراسة هنا في تفسير تأثير تحيزات التغطية الإعلامية للقنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) للانتخابات البرلمانية السابقة 2020، على أنماط الاتصال السياسي (السلوكية، الوجدانية، المعرفية) لشباب الأحزاب السياسية المصرية، وذلك في ضوء نظرية عدائية وسائل الإعلام.

ثانياً- أهمية الدراسة:

-الأهمية النظرية

1. تتمثل أهمية الدراسة في تقديم موضوع بيني بين تخصصين مهمين هما: علم الاتصال وعلم السياسة، وذلك في ضوء نظرية عدائية وسائل الإعلام في تناول القضايا السياسية المصرية.

-الأهمية التطبيقية

2. أهمية القضية التي تتناولها الدراسة وهي قضية الانتخابات البرلمانية السابقة، حيث تمثل الحدث الأبرز في الربع الأخير من عام 2020.

3. تتمثل الأهمية كذلك في مجال تطبيق عينة الدراسة؛ فأغلب الدراسات التي تناولت التحيز وقضية الانتخابات البرلمانية جاءت على جمهور عام بينما الدراسة الراهنة تستهدف شباب الأحزاب السياسية المصرية.

4. تتبع الأهمية أيضاً من خلال الإشارة إلى الإعلاميين ومتخذي القرار بالمؤسسات الإعلامية المصرية ومن خلال ضرورة مراعاة: الضوابط المنهية، والموضوعية، والدقة، والتوازن، والشفافية نحو تغطية القضايا السياسية.

ثالثاً- أهداف الدراسة:

♦ تهدف الدراسة بشكل رئيسي إلى تفسير أسباب إدراك شباب الأحزاب السياسية المصرية لتحيزات القنوات التلفزيونية المصرية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية 2020 وعلاقتها بتشكيل أنماط اتصالهم السياسي، وينبثق عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية منها ما يلي:-

1. استكشاف أبرز العوامل المؤثرة في إدراك شباب الأحزاب السياسية المصرية لتحيزات القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية السابقة 2020.
2. رصد أنماط الاتصال السياسي لشباب الأحزاب السياسية المصرية المتمثلة في التأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية)، المترتبة عند إدراكهم لتحيزات القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة.

رابعًا- تساؤلات الدراسة الميدانية:

1. ما درجة اعتماد شباب الأحزاب السياسية المصرية على القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية السابقة 2020؟
2. ما مدى تأثير الانتماء الحزبي على درجة اعتماد شباب الأحزاب السياسية المصرية على القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة)؟
3. ما تقييم شباب الأحزاب السياسية المصرية لسمات التغطية بالقنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020؟
4. ما مدى تأثير الانتماء الحزبي على تقييم شباب الأحزاب السياسية المصرية سمات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020؟
5. ما أبرز العوامل التي بدورها تؤثر على إدراك المبحوثين لتحيزات التغطية الانتخابية السابقة بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة؟
6. ما أنماط الاتصال السياسي لشباب الأحزاب السياسية المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020؟

خامسًا- فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية تجاه القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية السابقة 2020 وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية).

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين درجة ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) للانتخابات البرلمانية 2020 وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية).

سادسًا- الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي اهتمت برصد العلاقة بين وسائل الاتصال التقليدية المرئية وأنماط الاتصال السياسي، ويمكن عرضها في التالي:

سعت دراسة (تامر عبد العاطي مطاوع، 2020) إلى معرفة العلاقة بين معالجة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة للقضايا السياسية موضوع البحث واتجاهات الجمهور نحو هذه المعالجة، ومعرفة مدى تباين اتجاهات الجمهور نحو المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية، وذلك من خلال تحليل مضمون عينة عمدية لبرنامج "على مسؤوليتي" (صدى البلد)، وبرنامج "هنا العاصمة" (سي بي سي)، وبرنامج "مع معتز"

(قناة الشرق) والتي تناولت القضايا الأكثر اهتمامًا من قبل الجمهور المصري في الفترة الزمنية من أغسطس 2018 إلى ديسمبر 2018 وأيضًا الحصر الشامل للمنشورات التي تناولت قضايا الدراسة في صفحات "اليوم السابع" و"أخبارك" و"شبكة رصد" خلال الفترة الزمنية للدراسة، وكذلك مسح الجمهور من خلال صحيفة استقصاء طبقت على عينة عمدية من فئات الجمهور المصري مقدارها 400 مفردة، وخلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- تفضيل الباحثين موقع فيس بوك، حيث جاء في المرتبة الأولى التي يعتمد عليها الباحثون لمتابعة القضايا السياسية التي يهتمون بها بنسبة 31.3% وبفرق ضئيل عن التلفزيون الذي جاء في المرتبة الثانية بنسبة 29.9%.
- أوضحت الدراسة الاهتمام والالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية للوسيلة في معالجة القضايا السياسية موضوع الدراسة في البرامج الفضائية ومنشورات الصفحات الإلكترونية على موقع فيس بوك محل الدراسة².

وتمثلت مشكلة دراسة (فلة محمد هشام، 2019) في تحديد دور البرامج الحوارية وقياسها من خلال ما تقدمه من أحداث و قضايا سياسية، وتأثير ذلك على تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي بعد ثورة 30 يونيو، ونبعت أهمية الدراسة من تزايد دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية في توضيح الأمور السياسية للشباب الجامعي، بما يسهم في تشكيل اتجاهاتهم ووجهات نظرهم حول القضايا السياسية المختلفة، وكان من نتائج الدراسة التحليلية للبرامج الحوارية من حيث نوع تأثير البرامج الحوارية على اتجاهات عينة الدراسة نحو الأحداث السياسية، حيث جاء في الدراسة التحليلية أن الاتجاه السلبي احتل المرتبة الأولى بنسبة 68.2%، يليه الاتجاه الإيجابي في المرتبة الثانية بنسبة 25.6%، ثم الاتجاه المحايد في المرتبة الثالثة الأخيرة بنسبة 6.2%، واتضح من نتائج الدراسة الميدانية أن 58% من أفراد عينة الدراسة يرون أن البرامج الحوارية لها تأثير معتدل على اتجاهاتهم نحو الأحداث السياسية، بينما 26.2% يرون بأن لها تأثيرًا إيجابيًا، في حين أن 15.8% يرون بأن لها تأثيرًا سلبيًا، كما أن أغلب عينة الدراسة يتابعون البرامج الحوارية أحيانًا بنسبة 70.3%؛ بينما يتابعها دائمًا بنسبة 26.3%، ثم لا يشاهدونها بنسبة 3.5%.

وتحددت مشكلة دراسة (منى حلمي رفاعي، 2018) في رصد وقياس دور البرامج الإخبارية والسياسية في القنوات الفضائية (الحكومية و الخاصة) في تشكيل وتغيير الاتجاه نحو المشاركة الفعلية للمرأة في قضايا مجتمعها السياسية بعد ثورة 25 يناير 2011 ودراسة المتغيرات الوسيطة التي تؤثر في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية للمرأة المصرية، وتوصلت الدراسة إلى:

- أن القنوات الفضائية الخاصة تحظى بنسبة ثقة عند الباحثين ومصادقية أعلى من التلفزيون الحكومي وقنواته الفضائية.

- كما أوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط طردية موجبة بين درجة الاعتماد على البرامج الإخبارية والسياسية من جهة، والتأثيرات في جوانب المشاركة من جهة ثانية، فكلما زاد الاهتمام بمتابعة

البرامج الإخبارية والسياسية ارتفع الاعتماد على تلك البرامج في التوجه المعرفي والسلوكي للمشاركة المجتمعية³.

وسعت دراسة (عبد المولى ضو الصغير، 2017) في إطار العلاقة بين درجة الاعتماد على القنوات الفضائية الليبية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية المحلية لديها، وذلك من خلال الكشف عن سمات الفضائيات الليبية وخصائصها، والوقوف على مدى اعتماد المرأة الليبية على تلك القنوات، من خلال اختبار دور المتغيرات الوسيطة في تلك العلاقة، والإجابة عن السؤال التالي: ما درجة اعتماد المرأة على القنوات الفضائية الليبية وعلاقتها بمستوى المعرفة السياسية المكتسبة في إطار نظرية الفجوة المعرفية، وقام الباحث بتطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من المقيّمات بمختلف المناطق في ليبيا؛ وتوصلت الدراسة إلى التالي:

- تبين عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات المعرفية للبرامج السياسية باختلاف مستوى الثقة.

- تبين عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات المعرفية للبرامج السياسية باختلاف درجة الاعتماد.

- تبين عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات المعرفية للبرامج السياسية باختلاف المستوى التعليمي.

- وجود فروق جوهرية في مستوى التأثيرات المعرفية لدى المبحوثات باختلاف درجة الاهتمام، أي إن متغير الاهتمام كان له أثر في حدوث مستوى المعرفة واتساع المدارك السياسية للمبحوثات بوجه عام.

وهدفت دراسة (هدى علي محمد، 2016) إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والمواقع الإخبارية على الإنترنت، وبين مستوى المعرفة السياسية للقضايا القومية، واعتمدت الباحثة على المنهج المسحي والمنهج المقارن من خلال اختيار عينة عمدية قوامها 400 مفردة من مجتمع المرأة المصرية من المعتمدات على القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية محل الدراسة؛ وتوصلت الدراسة إلى:-

-أوضحت نتائج الدراسة لوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع المبحوثات للتعرض للقنوات الفضائية و معرفتهن السياسية بشأن القضايا القومية محل الدراسة .

- كما أوضحت نتائج الدراسة أن من أسباب حرص المبحوثات على متابعة المادة الإخبارية في القنوات الفضائية أنها تقدم معلومات وأخبارًا مهمة حول الشأن العربي، يليها زيادة المعلومات عن مختلف القضايا العربية والعالمية، ثم إنها تتميز بالإيقاع السريع في عرض الأخبار يليها فهم ما يدور من أحداث⁴.

وهدفت دراسة (صبري خالد عبد الهادي، 2016) إلى معرفة الدور الذي تؤديه القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الرأي العام خاصة نحو القضايا السياسية الموجودة على الساحة المصرية،

حيث قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية طبقية ممثلة لجموع الشعب المصري متمثلة في 450 مفردة، كما قام بتحليل مضمون على عينة من البرامج الحوارية والإخبارية في قنوات (سي بي سي، النيل للأخبار، القاهرة والناس، والفضائية المصرية) المتمثلة في برامج (ممكن - القاهرة - 360 - من القاهرة - مباشر من مصر). وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أوضحت نتائج الدراسة أن (68.9%) من المبحوثين عينة الدراسة ذكروا أنهم أحياناً يغيرون رأيهم السياسي نحو إحدى القضايا المطروحة للدراسة عقب مشاهدتهم لأحد البرامج المفضلة لديهم، في حين ذكر (23.1%) أن ذلك لم يحدث أبداً وأن غيروا رأيهم في هذه القضايا، على حين لم تزد نسبة من ذكروا أن هذا التغيير يحدث دائماً على (8%).

- كما أوضحت النتائج أن تقديم معلومات عن الانتخابات وإجراءاتها وأطرافها تأتي في مقدمة تقييم الجمهور لتغطية البرامج الحوارية السياسية لموضوع الانتخابات البرلمانية بنسبة (73.9%)، يلي ذلك التشجيع على المشاركة في التصويت بنسبة (72.1%)، ثم الاستعانة بالخبراء والمتخصصين لمناقشة الجوانب المطروحة للانتخابات كافة بنسبة (69.3%)، ثم إظهار الفوائد المتوقعة من الانتخابات بالنسبة للمواطن والمواطن بنسبة (68.4%)، ومن ذلك ندرك الدور المهم الذي تقوم به القنوات الفضائية المصرية في توعية الجمهور عينة الدراسة بأهمية الانتخابات البرلمانية، وتقديم كافة المعلومات عنها، ثم حرصها وتشجيعها الدائم على المشاركة في عملية التصويت.

وهدفت دراسة (حسين علي محمد، 2015) إلى معرفة دور البرامج الحوارية السياسية التي تُعرض على القنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف الشباب الجامعي المصري ومفاهيمه نحو القضايا السياسية المعاصرة التي حدثت في مصر خلال الفترة من 30 يونيو 2011، إلى 30 يونيو 2013، والكشف عن اهتمامات الشباب الجامعي المصري نحو الأحداث والقضايا السياسية المعاصرة بالمجتمع المصري وأظهرت نتائج الدراسة أن نسبة من يشاهدون القنوات الفضائية التلفزيونية بصفة دائمة هي (39.8%) من جملة الطلاب والطالبات عينة الدراسة؛ (49.1%) منهم من الذكور مقابل (50.9%) من إناث و (40.6%) من الطلاب والطالبات.

كما أظهرت نتائج الدراسة أن عينة الدراسة الذين لم تتغير وجهة نظرهم في البرامج الحوارية بعد فترة 30 يونيو 2011 وحتى الآن جاء في مقدّمة بعض أسباب عدم المتابعة (عدم توافر المصادقية والحيادية) بنسبة (38.4%)، وتخضع لتوجهات شخصية بنسبة (21.9%)، وظهور وسائل إعلامية جديدة بنسبة (20.5%)، وضعف وقلة خبرات الضيوف بنسبة (7.9%)، وقلة خبرة من قدموا هذه البرامج بنسبة (6%)، والتأخر وفقد التنوع والحصر الشامل لتصل إلى نسبة (5.3%).

وتوصلت الدراسة إلى:

- أن نسبة (37.8%) من الطلاب والطالبات يعتمدون على البرامج الحوارية في التلفزيون المصري فقط للحصول على الأخبار والأحداث المصرية، و (19.5%) لا يعتمدون إطلاقاً، في حين يعتمد (42.7%) إلى حدٍ ما للوصول إلى الأخبار والأحداث المصرية.

- أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة الشباب الجامعي المصري للبرامج الحوارية السياسية ومستوى معارفهم بالقضايا المعاصرة.

وسعت دراسة (عادل عاشور محمد، 2013) إلى التعرف على العلاقة بين التعرض للمضامين الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والمشاركة السياسية لدى المواطن الليبي. واعتمد الباحث على تحليله لمضمون عينة من نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية في قناتي الجزيرة والعربية بالإضافة إلى مسح عينة عشوائية مكونة من 400 مفردة من المجتمع الليبي. وتوصلت نتائج الدراسة إلى:

أن القنوات الإخبارية الفضائية العربية تحظى بمعدلات تعرض عالية بين أفراد العينة، حيث أفاد جميع مفردات العينة من الجمهور الليبي أنهم يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية بنسبة (100%)، وتؤكد هذه النتيجة على جماهيرية القنوات الإخبارية الفضائية العربية من ناحية كثافة مشاهدتها.

كما أشارت النتائج إلى اعتماد المبحوثين على القنوات الإخبارية الفضائية العربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، على تفوق نسبة اعتمادهم عليها كأحد المصادر الرئيسية للمعلومات من خلال جمع كل من (مصدر رئيسي - أحد المصادر الرئيسية - مصدر ثانوي) فكانت النسبة نحو (93.5%)، وهذه النتيجة تؤكد أن المبحوثين يعدّون القنوات مصدرًا من المصادر التي يعتمدون عليها في حياتهم اليومية⁵.

واستهدفت دراسة (إنجي محمد بركة، 2013) معرفة دور البرامج الحوارية التلفزيونية في دعم المشاركة السياسية للجمهور المصري، وذلك بالتطبيق على القنوات التلفزيونية المصرية الأراضية والفضائية، وقد أجرت الباحثة الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من خلال تطبيق استمارة استبيان. وتوصلت الدراسة إلى:

- لم تظهر القنوات الفضائية المصرية (التلفزيون الحكومي) في الترتيب ضمن المراتب الخمس الأولى للقنوات التي يعتمد عليها الجمهور المصري في الحصول على المعلومات السياسية، في حين حازت القنوات الفضائية المصرية الخاصة على المرتبة الرابعة، وهي مرتبة متأخرة أيضًا.

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض للبرامج الحوارية على التلفزيون الأرضي ومستوى المشاركة السياسية للمبحوثين.

- لم تكن هناك علاقة ذات دلالة بين مستوى التعرض لهذه البرامج على القنوات الفضائية الخاصة ومستوى المشاركة السياسية للجمهور .

وركزت دراسة (عادل رفعت عبد الحكيم مصطفى، 2012)، على دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الجمهور نحو المشاركة، وقامت الباحثة بتطبيق استمارتي استبيان دراستين ميدانيتين الأولى طبقت على 432 مفردة من الجمهور، والثانية طبقت على 32 مفردة من السياسيين والقائمين بالاتصال في 15 حزبًا سياسيًا، وأوضحت نتائج الدراسة: أن الهوية السياسية تتشكل من خلال المكونات الاجتماعية نفسها لهم؛ وهي: المكون المعرفي، والمكون القيمي، والمكون الوجداني؛ لكن الهوية السياسية للمبحوثين تحتم بمستوى أقل من الثبات والرسوخ مقارنة بالهوية الاجتماعية لدى الأغلبية، الأمر الذي يشير إلى أن الهوية السياسية قد تكون أقل أنواع الهويات ثباتًا مقارنة بالهويات القومية أو الوطنية أو الدينية التي غالبًا ما تكون غير قابلة للتعديل أو التغيير،

ويرجع ذلك إلى أن المعتقدات السياسية للأفراد تتأثر بعوامل عدة، منها: كيفية الانضمام لجماعة سياسية معينة، ومصادر معلومات الجمهور عنا، وعمق علاقته بتلك الجماعة، والخصائص والسمات الشخصية.

واختبرت دراسة (De Vreese et al.2012) العلاقة بين وسائل الإعلام والمعرفة والمشاركة السياسية، والتعرف على العلاقة بين التعرض والانتباه إلى مضامين معينة لوسائل الإعلام والمعرفة والمشاركة السياسية، وأجريت دراسة مسحية على مرحلتين؛ أولهما في دولة الدنمارك والثانية في دولة نيوزيلندا، وبلغت حجم العينة 1288 في كل دولة على حدة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن:

- التعرض لوسائل الإعلام الإخبارية يؤثر في المعرفة والمشاركة السياسية بشكل إيجابي بينما ترتبط تفضيل البرامج الترفيهية ارتباطاً سلبياً بكل من المعرفة والمشاركة السياسية.
- التعرض للأخبار التلفزيونية يسهم بقوة وإيجابية في المعرفة والمشاركة السياسية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

ناقشت الدراسات السابقة العلاقة بين معالجة وتغطية وسائل الإعلام التقليدية للقضايا السياسية المختلفة وتأثير تعرض الجمهور للمعالجة على أنماط اتصالهم السياسي المختلفة المتمثلة في التأثيرات المعرفية والسياسية والوجدانية، فوجدت الباحثة فروق جوهرية في مستوى التأثيرات بناء على العديد من المتغيرات (كالمتغيرات الديموغرافية على سبيل المثال)، التي بدورها تؤثر علي الجمهور وتؤثر في أنماط اتصاله السياسي .

كما أشارت نتائج الدراسات السابقة إلى تفاوت نسب إلتزام القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة بالمعايير المهنية والأخلاقية في معالجة القضايا السياسية، وتفاوت نسب إلتزام القائمين بالاتصال بالإلتزام بالموضوعية والدقة عند تغطيتهم للقضايا السياسية، كما ناقشت نتائج الدراسات السابقة إلى درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية ودرجة ثقة الجمهور فيها في ظل ظهور الإعلام الجديد الذي يعد المنافس الأقوى للوسائل التقليدية .

وقد ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في التالي:-

- 1- إعداد الإطار المنهجي للدراسة المتمثل في صياغة وبلورة مشكلة الدراسة واختيار المنهج المناسب للدراسة والعينة المناسبة لها.
- 2- صياغة محاور صحيفة الاستبيان، وذلك بعد الإطلاع على صحائف الاستبيان بالدراسات السابقة.
- 3- الاعتماد على الدراسات السابقة كأهم المراجع التي استندت إليها الباحثة أثناء الدراسة.

سابعاً- مصطلحات الدراسة:

1- التحيز:

قام "المسيرى" بتقديم معنى شديد البساطة والوضوح للتحيز، يقصد به متابعة نموذج معرفي بعينه أو الانضمام له أو الموافقة عليه وتبنيه والمدافعة عنه انتماءً إليه. وعلى هذا؛ فإن للتحيز نموذجاً معرفياً يتم تشكيله عن طريق صورة عقلية للعالم، وهو نتيجة عملية تجريد عقلية مركبة. (عطية، 2008)

مفهوم التحيز من الناحية الإعلامية

عرّف سليمان صالح التحيز بأنه قيام الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية بوضع رأي ذاتي داخل ما يعدّ أنه تقرير يقوم على الحقائق، ويتضمن التحيز سمتين هما: نقص التوازن بين وجهات النظر المتعارضة في تغطية وسائل الإعلام، وتشويه الحقائق بشكل مقصود نتيجة لتأييد الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها لطرف معين؛ كما أشار بأنه الفشل في تحقيق الموضوعية والعدالة والتوازن والحياد ومعاملة الطرفين في قضية محل جدال أو صراع بشكل يتسم بالمساواة، ويتفق هذا مع تعريف التحيز بأنه "آلية منظمة لتشوية الأنباء قد تنتج من التأكيد على بعض التفاصيل أكثر من غيرها، أو ترتيب الحقائق، أو وضعها في سياق لغوي معين مما يعدل المعنى". (صالح، 1994)

وتعرف الباحثة تحيز التغطية التلفزيونية إجرائياً بأنها (تغطية تلفزيونية غير موضوعية ولا تتسم بالتوازن والدقة والمصادقية والشمول، وتكتفي بعرض وجهة نظر واحدة دون النظر إلى وجهات النظر الأخرى وتكتفي بالتركيز على بعض عناصر الحدث دون الأخرى).

2- أنماط الاتصال السياسي:

يعدّ مصطلح الاتصال السياسي نمطاً جديداً من أنماط الاتصال، وقد تباينت تعريفات الخبراء والباحثين في مجال الإعلام والسياسة حول إيجاد تعريف محدد له، فالإتصال السياسي هو الذي يتخذ السياسة موضوعاً له، ويزاوج في وظيفته بين فرعين من العلوم، هما: علم الإعلام والسياسة، فيعرفه (محمد بن سعود البشر) بالنشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة والإعلاميون أو عامة أفراد الشعب والذي يعكس أهدافاً سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال المتعددة". (البشر، 1997)

كما يعرفه ماكناير **Mcnair** على أنه "اتصال هادف حول السياسة"، ويؤكد ماكناير أن الاتصال غرضاً يتصل بالشأن السياسي، ويتضمن كافة أشكال الاتصال التي يقوم بها رجال السياسة والاتصالات التي يقوم بها غير السياسيين مع غيرهم؛ كما أنه أحد أنماط الاتصال الذي يؤدي إلى وظيفة سياسية للقائمين عليه بمعنى أن أهدافه و دوافعه في جوهرها تقتصر على إحداث تأثيرات واقعية أو محتملة على سلوكيات الآخرين.

وتعرّف الباحثة أنماط الاتصال السياسي إجرائياً بأنها (التأثيرات الواقعية أو المحتملة المتمثلة في التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) لشباب الأحزاب السياسية المصرية الناتجة عن إدراكهم لتحيزات وسائل الإعلام التقليدية المرئية).

3- شباب الأحزاب السياسية:-

أ. الشباب:-

هناك اختلاف واسع في تحديد المساحة الزمنية لمرحلة الشباب، فبعضهم يقصرها على المرحلة الممتدة ما بين نهاية المراهقة و نهاية الدراسة الجامعية، أي ما بين 17-24 سنة و سطيأً، و هناك من يوسع إطارها من عمر 18-35 عام و بصفة إجمالية " أنها الفترة الواقعة بين نهاية المراهقة و بلوغ مرحلة النضج " (غانم، 2000)

ب. الأحزاب السياسية:-

يُعرف بأنه " كل تجمع بين الأشخاص، يؤمنون ببعض الأفكار السياسية و يعملون علي انتصارها و تحقيقها و ذلك بجمع أكبر عدد ممكن من المواطنين حولها والسعي للوصول إلي السلطة، أو على الأقل التأثير على قرارات السلطة الحاكمة . (نافعة، 2002)

كما يُعرف بأنه " تجمع له صفة التنظيم الرسمي ويُعلن أن هدفه الوصول إلي الحكم و الاحتفاظ به، إما بمفرده أو بالائتلاف أو التنافس الانتخابي مع تنظيمات حزبية أخرى داخل دولة ذات سيادة فعلية أو محتملة . (منصور، 2004)

والباحثة تعرف شباب الأحزاب السياسية المصرية إجرائياً (بأنهم المواطنون المصريون المقيدون رسمياً داخل الأحزاب السياسية المصرية و الواقع اعمارهم من سن 18 عام حتي 35 عام، حيث يؤمنون بأهداف سياسية وأيديولوجية مشتركة و يُنظمون أنفسهم بهدف الوصول إلي السلطة).

4- النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية:-

(تعرف الباحثة النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية إجرائياً بأنها " إدراك شباب الأحزاب السياسية المصرية لتحيزات التغطية التلفزيونية أثناء تغطيتها ل قضية الدراسة (تغطية الانتخابات البرلمانية السابقة 2020)، ووصف التغطية الإعلامية بأنها غير موضوعية و متحيزة ضد آرائهم وأفكارهم بغض النظر عن الواقع الفعلي للتغطية).

ثامناً- نظرية الدراسة:

نظرية: عدائية وسائل الإعلام.

تعد نظرية عدائية وسائل الإعلام من أهم النظريات النفسية والاجتماعية ذات الأبعاد الإعلامية التي ظهرت في منتصف الثمانينيات على يد كلٍّ من: فالون، روس، ليبر Vallone, Ross&Lepper ، وانتشرت في التسعينيات وتحددت معالمها وفروضها وتم التحقق منها كلية، كما يُلاحظ أن علماء النفس يعتمدون على هذه النظرية، وتم تسميتها بالوسائط العدائية (التصور والإدراك الإعلامي المعادي)، وتم وصفها وتوثيقها منذ أكثر من 30 عامًا، كما تم إحيائها في السنوات الأخيرة من خلال سلسلة من الدراسات التجريبية.

ويشير الفرض الرئيسي للنظرية إلى أن التأثير الإعلامي المعادي يحدث عندما يرى الأشخاص الذين لديهم تحيزات قوية تجاه قضية ما أو المنتمين إلى حزب أو فكرة ما، وأن التغطية الإعلامية المتوازنة والمتشابهة لتلك القضية متحيزة ضد آرائهم وأفكارهم بغض النظر عن الواقع الفعلي (حتى ولو كانت هذه التغطية تبدو موضوعية ومحيدة)، ويرى مؤيدو النظرية أن هذه النتيجة لا يمكن عزوها إلى وجود التحيز جلياً في التقارير الإخبارية وذلك نظراً لأن المؤيدين من الاتجاهات المعارضة لإحدى القضايا يرون التغطية نفسها ولكن بطريقة مختلفة، كما تفترض أن التغطية الإخبارية متوازنة بطبيعتها، وأن الإدراك النسبي لتحيز وسائل الإعلام الذي يفسر العدائية تجاهها يرتبط بالعديد من العوامل الأخرى، وهذا الافتراض قابل للتطبيق على الأخبار التي تميل لصالح أو ضد قضية معينة، وفي وجود التأثير العدائي النسبي لوسائل الإعلام يرى أنصار ومعارضو قضية وعينة التحيز في اتجاه ثابت (أي الميل نحو جانب واحد)، ولكن كل مجموعة ترى التغطية غير مواتية بشكل كبير لموقفها الخاص مقارنة بالمجموعة

الأخرى، وبالتالي تعد هذه النظرية من النظريات التي تبحث في التصورات التي يضيفها الشخص على الآخر، سواء أكان هذا الآخر إعلامياً أم مؤسسة إعلامية، وبمعنى أدق هو تصور للأشياء أو الكيانات والأشخاص يؤثر كل منهما في الآخر.

وتتبع أهمية هذه النظرية من عدة أسباب أهمها: أنها تقدم رداً علمياً للإعلاميين على الانتقادات المتزايدة لوسائل الإعلام بسبب تحيزها وعدم دقتها في عرض وجهات النظر المختلفة، كما أن هذه النظرية تقدم تفسيراً وتوضيحاً لبعض النظريات الجديدة، مثل: نظرية الشخص الثالث 'Third person effect'، ونظرية دوامة الصمت 'Spiral of silence'.

وتشير كافة الآليات التفسيرية لنظرية عدائية وسائل الإعلام بفكرة (الحزبية) وكشفت أغلب الدراسات التي أجريت في هذا المجال عن أن التأثير العدائي لوسائل الإعلام يتطلب جمهوراً من المنحازين (الحزبيين) ذوي معتقدات أقوى، بالإضافة إلى أن أغلب الدراسات التي أجريت كشفت عن ضرورة تطبيق النظرية على موضوع يتسم بالجدل والمناقشة حوله، وبالتالي اعتمدت الباحثة في تطبيقها للدراسة على عينة من شباب الأحزاب السياسية المصرية بأختلاف أيديولوجياتهم السياسية والفكرية بالتطبيق على قضية الانتخابات البرلمانية السابقة 2020.

تاسعاً- الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- نوع الدراسة:

تعدُّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف رصد واقع الظاهرة أو مجموعة من الظواهر أو القضايا والأحداث المختلفة من جميع جوانبها، بهدف تحليلها وتفسيرها في محاولة للاستشراق أو التنبؤ بما سيكون عليه مستقبلاً، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة الذي يسمح باختبار الفروض، واستخلاص نتائج التساؤلات، وتفسير العلاقة بين المتغيرات.

2- منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج الدراسات المسحية من خلال مسح لعينة من شباب الأحزاب السياسية المصرية على اختلاف توجهاتهم الفكرية والأيدولوجية، بهدف التعرف على تأثير تحيزات التغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية السابقة بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة على أنماط اتصالهم السياسي.

3- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في شباب الأحزاب السياسية المصرية الواقعة أعمارهم بين 18 و35 عاماً مع مراعاة اختلاف توجهاتهم الحزبية والفكرية والأيدولوجية، وذلك بوصفهم الفئة الأكثر متابعة واهتماماً بالشأن السياسي المصري، والمشاركة الفعالة في العملية السياسية، وممارسة حقوقه السياسية، والإدلاء بصوته في الانتخابات سواء التشريعية أو الرئاسية أو المحلية، والمشاركة في الحياة السياسية بصفة عامة، إضافة إلى اعتمادهم على جميع وسائل الاتصال بما فيها وسائل الإعلام التقليدية المرئية لنشر أفكارهم ورؤيتهم السياسية وبرامجهم الانتخابية.

4- عينة الدراسة الميدانية:

تم تطبيق عينة الدراسة الميدانية على عينة عمدية من شباب الأحزاب السياسية المصرية قوامها (270) مفردة، وتم مراعاة اختلاف الأيديولوجيات السياسية في كل حزب بين أحزاب (يسارية، علمانية، إسلامية، ليبرالية، ديمقراطية، اشتراكية، علمانية)، وقامت الباحثة بالتواصل مع أحد المسؤولين في كل من الأحزاب التالية: (حزب مستقبل وطن - حزب التجمع - حزب الوفد - حزب النور - حزب الشعب الجمهوري - حزب المصري الديمقراطي)، حيث قاموا بمساعدة الباحثة في التواصل مع أعضاء تلك الأحزاب والتعامل معهم بشكل مباشر لملء استمارات البحث الميداني، وفيما يلي جدول رقم (1) يوضح خصائص عينة الدراسة:

خصائص عينة الدراسة

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة (ن=270)

النوع	ك	%	
النوع	ذكر	237	87.8%
	أنثى	33	12.2%
المؤهل التعليمي	مؤهل متوسط	9	3.3%
	مؤهل جامعي	219	81.1%
	مؤهل فوق الجامعي	42	15.6%
محل الإقامة	ريف	32	11.9%
	حضر	238	88.1%
الحالة الاجتماعية	متزوج	134	49.6%
	غير متزوج	136	50.4%
فئات السن	من 24 إلى 29 سنة	91	33.7%
	من 30 لأقل من 35 سنة	179	66.3%
الحزب السياسي / الكيان السياسي	التجمع	30	11.1%
	الشعب الجمهوري	50	18.5%
	المصري الديمقراطي	30	11.1%
	النور	50	18.5%
	الوفد	50	18.5%
مستقبل وطن	60	22.3%	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة التي جاءت على النحو التالي:

- من حيث النوع: كانت الغالبية العظمى من عينة الدراسة من الذكور بنسبة 87.8%، في حين بلغت نسبة الإناث 12.2% من إجمالي العينة، وقد لاحظت الباحثة في أثناء تطبيق استمارة

البحث الميداني الانخفاض الملحوظ في انتماء النساء للأحزاب السياسية الموجودة حالياً، فكانت غالبية أعضاء الأحزاب من الذكور، باستثناء حزب مستقبل وطن الذي يمكن أن يُقال عنه أنه أكثر الأحزاب حظاً لانتماء عناصر نسائية به مقارنة بالأحزاب الأخرى.

- من حيث المؤهل التعليمي: بلغت نسبة أصحاب المؤهلات الجامعية ضمن عينة الدراسة 81.1%، بينما بلغت نسبة أصحاب المؤهل فوق الجامعي 15.6%، في حين بلغت نسبة أصحاب المؤهلات المتوسطة 3.3% من إجمالي المبحوثين.
- من حيث محل الإقامة: توزع المبحوثون عينة الدراسة على المناطق الحضرية بنسبة 88.1%، والمناطق الريفية بنسبة 11.9% من إجمالي العينة.
- من حيث الحالة الاجتماعية: بلغت نسبة المتزوجين ضمن عينة الدراسة 49.6%، بينما بلغت نسبة غير المتزوجين 50.4% من إجمالي المبحوثين.
- من حيث فئات السن: وقعت غالبية الدراسة بنسبة 66.3% في الفئة السنية من 30 لأقل من 35 سنة، بينما بلغت نسبة المبحوثين في الفئة السنية من 24 إلى 29 سنة 33.7% من إجمالي عينة الدراسة.
- من حيث الحزب السياسي/ الكيان السياسي: توزعت عينة الدراسة على الأحزاب السياسية المختلفة كما يلي: 22.3% من حزب مستقبل وطن، و18.5% من حزب الشعب الجمهوري، و18.5% من حزب النور، و18.5% من حزب الوفد، و11.1% من حزب التجمع، و11.1% من حزب المصري الديمقراطي.

5- أدوات الدراسة:

قامت الباحثة بتصميم صحيفة استقصاء لجمع بيانات متنوعة من العينة المختارة بهدف التعرف على حقائق معينة، ووجهات نظر شباب الأحزاب السياسية المصرية واتجاهاتهم ودوافعهم نحو تحيزات وسائل الإعلام التقليدية المرئية سواء أكانت حكومية أو خاصة وتأثيرها على أنماط سلوكهم السياسي، وقد تم تطبيق الاستبيان بمستوييه، الاستقصاء بالمقابلة والاستقصاء الإلكتروني لجمع البيانات من عينة الدراسة.

6- الفترة الزمنية للدراسة:

قامت الباحثة بتطبيق استمارة الاستقصاء عقب انتهاء الانتخابات البرلمانية السابقة 2020 بداية من فبراير 2021 وحتى نهاية مايو 2021، وذلك لرصد تأثير تحيزات القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية السابقة 2020 على أنماط الاتصال السياسي لشباب الأحزاب السياسية المصرية.

عاشراً- نتائج الدراسة الميدانية:

1- نتائج تساؤلات الدراسة الميدانية:

1) درجة الاعتماد على القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية السابقة 2020 في الحصول على الأخبار والمعلومات ومتابعة سير العملية الانتخابية.

جدول رقم (2)

درجة الاعتماد على القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية السابقة 2020 في الحصول على الأخبار والمعلومات ومتابعة سير العملية الانتخابية

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	أعتمد عليها بدرجة ضعيفة		أعتمد عليها بدرجة متوسطة		أعتمد عليها بدرجة كبيرة		درجة الاعتماد القنوات
		%	ك	%	ك	%	ك	
70.7%	2.12	25.2%	68	37.4%	101	37.4%	101	القنوات التلفزيونية الخاصة
59.4%	1.78	47.4%	128	27%	73	25.6%	69	القنوات التلفزيونية الحكومية

تعرض بيانات هذا الجدول درجة الاعتماد على القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في متابعة التغطيات الإعلامية للانتخابات البرلمانية السابقة 2020، حيث اعتمد شباب الأحزاب السياسية (عينة الدراسة) على القنوات التلفزيونية الخاصة بأكثر من اعتمادهم على القنوات التلفزيونية الحكومية عند المقارنة؛ إذ بلغ متوسط درجة الاعتماد على القنوات التلفزيونية الخاصة 2.12 بوزن نسبي 70.7%، بينما بلغ متوسط كثافة التعرض للقنوات التلفزيونية الحكومية 1.78 بوزن نسبي 59.4%. وتتسق هذه النتيجة مع ما سبق التوصل إليه من ارتفاع متوسط كثافة التعرض للقنوات التلفزيونية الخاصة مقارنة بكثافة التعرض للقنوات التلفزيونية الحكومية في تغطياتها الإعلامية للانتخابات البرلمانية السابقة 2020.

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة (نائلة حمدي، 2013)، حيث جاءت القنوات التلفزيونية الحكومية الوسيلة الأكثر مصداقية في الحصول على المعلومات السياسية لدى الجمهور المصري بمتوسط حسابي قدره 3.59.

كما تتفق هذه الدراسة مع دراسة (هبة شاهين، 2014)، التي توصلت إلى تصدر القنوات الخاصة قائمة الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة الأحداث الإرهابية بوزن نسبي 27.2%، في حين جاء الاعتماد على الاعتماد على القنوات التلفزيونية الحكومية بوزن نسبي 10.3%.

وعلى الرغم من التطور الذي شهده التلفزيون الحكومي في الأونة الأخيرة بالشراكة مع مجموعة إعلام المصريين بهدف تقديم محتوى أفضل ومتطور بالقنوات التلفزيونية الحكومية، وأنه المنبر الرسمي للدولة إلا أن الاعتماد على القنوات الخاصة في الحصول على المعلومات ومتابعة القضايا السياسية مازال يمثل النسبة الأعلى طبقاً لاستجابات عينة الدراسة، ويمكن أن تفسر الباحثة ذلك نظراً للتطور والتنوع الكبير

بالقنوات الخاصة، وتزايد أعداد برامج التوك شوك الأمر الذي يتيح الاختيارات أمام المشاهد، على عكس القنوات الحكومية التي تميل لمحدودية برامجها مقارنة بالقنوات الخاصة.

جدول رقم (3)

معنوية تأثير الانتماء الحزبي على درجة اعتماد شباب الأحزاب السياسية المصرية على القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة)

المتغير	الانتماء الحزبي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجتي الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
القنوات التلفزيونية الحكومية	حزب التجمع	30	1.77	0.898	5 264	6.187	0.000
	حزب الشعب الجمهوري	50	1.94	0.793			
	الحزب المصري الديمقراطي	30	1.67	0.758			
	حزب النور	50	1.48	0.735			
	حزب الوفد	50	1.52	0.789			
	حزب مستقبل وطن	60	2.18	0.792			
القنوات التلفزيونية الخاصة	حزب التجمع	30	1.90	0.803	5 264	11.98	0.000
	حزب الشعب الجمهوري	50	2.40	0.670			
	الحزب المصري الديمقراطي	30	1.97	0.765			
	حزب النور	50	1.66	0.717			
	حزب الوفد	50	1.98	0.820			
	حزب مستقبل وطن	60	2.58	0.561			

لمعرفة تأثير متغير الانتماء الحزبي على درجة اعتماد شباب الأحزاب السياسية المصرية على القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة)، وبالنظر إلى أن متغير درجة الاعتماد قد تم قياسه على المستوى الفترتي Interval، فقد استخدمت الباحثة اختبار ف الذي تكشف قيمه الكمية الواردة في جدول رقم (3) عن النتائج التالية:

- معنوية تأثير الانتماء الحزبي على درجة اعتماد شباب الأحزاب السياسية المصرية على القنوات التلفزيونية الحكومية، حيث بلغت قيمة ف 6.187، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتي حرية 5 و264 ومستوى معنوية أقل من 0.05، فقد كانت مجموعة حزب مستقبل وطن الأكثر اعتماداً على هذه القنوات بمتوسط 2.18، تليها مجموعة حزب الشعب الجمهوري بمتوسط 1.94، ثم مجموعة حزب التجمع بمتوسط 1.77.

- معنوية تأثير الانتماء الحزبي على درجة اعتماد شباب الأحزاب السياسية المصرية على القنوات التلفزيونية الخاصة، حيث بلغت قيمة ف 11.98، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتَي حرية 5 و 264 ومستوى معنوية أقل من 0.05، فقد كانت مجموعة حزب مستقبل وطن الأكثر اعتماداً على هذه القنوات بمتوسط 2.58، تليها مجموعة حزب الشعب الجمهوري بمتوسط 2.40، ثم مجموعة حزب الوفد بمتوسط 1.98.

من هذا يمكن القول: إن الانتماء الحزبي أحدث تأثيراً على درجة اعتماد شباب الأحزاب السياسية المصرية على القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة).

(2) العوامل التي تؤثر في رؤية المبحوثين شكل تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) لفترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020.

جدول رقم (4)

العوامل التي تؤثر في رؤية المبحوثين شكل تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) لفترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020 (ن=270)

العوامل	ك	%
انتمائي لحزب سياسي معين، يجعلني أرى التغطية الانتخابية بشكل معين	175	64.8%
مستوى الإعلاميين من المهنية والاحتراف في تغطية الانتخابات	140	51.9%
معتقداتي السابقة عن تحيزات تغطية وسائل الإعلام في فترات الانتخابات	131	48.5%
نمط ملكية القناة من حيث كونها حكومية أو خاصة	118	43.7%
الحرية المتاحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في إبداء الرأي بدون قيود	107	39.6%
اتسام تغطية تلك القنوات (الحكومية/الخاصة) بعدم الموضوعية والحياد	97	35.9%

تعرض بيانات هذه الجدول العوامل التي تؤثر في رؤية المبحوثين شكل تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) لفترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، حيث جاءت في مقدمة هذه العوامل "انتمائي لحزب سياسي معين، يجعلني أرى التغطية الانتخابية بشكل معين" الذي ذكره ما نسبته 64.8% من الشباب عينة الدراسة، الأمر الذي يؤكد صحة الفرض الرئيسي لنظرية عدائية وسائل الإعلام القائل: "إن التأثير الإعلامي المعادي يحدث عندما يرى الأشخاص الذين لديهم تحيزات قوية تجاه قضية ما أو المنتمين إلى حزب أو فكرة ما، أن التغطية الإعلامية المتوازنة والمتشابهة لتلك القضية متحيزة ضد آرائهم وأفكارهم بغض النظر عن الواقع الفعلي (حتى ولو كانت هذه التغطية تبدو

موضوعية ومحيدة) فالانتماء الحزبي أثر بشكل كبير في رؤية عينة الدراسة لشكل التغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية السابقة بالفتوات الحكومية والخاصة.

يليه في المرتبة الثانية "مستوى الإعلاميين من المهنية والاحتراف في تغطية الانتخابات" لدى ما نسبته 51.9% من إجمالي العينة؛ وهذا يشير إلى إن مهنية الإعلامي وموضوعياته في أثناء تغطيته للانتخابات تؤثر بشكل أكبر في رؤية عينة الدراسة لشكل التغطية الانتخابية عن تأثير نمط ملكية القناة التي جاءت بنسبة أقل 43.7%، ثم في المرتبة الثالثة "معتقداتي السابقة عن تحيزات تغطية وسائل الإعلام في فترات الانتخابات" لدى ما نسبته 48.5%، وقد اختبر هذا المتغير نفسه على يد كلٍّ من (اربان ورائي، 2003)، على قضية صراع الشرق الأوسط وعلى عكس النتيجة السابقة، توصل الباحثان إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعتقدات السابقة للأفراد والشعور بالعداء لوسائل الإعلام والتحيز، ثم جاءت في المرتبة الرابعة "نمط ملكية القناة من حيث كونها حكومية أو خاصة" بنسبة 43.7%، ثم "الحرية المتاحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في إبداء الرأي بدون قيود" بنسبة 39.6%، ثم أخيراً جاء "اتسام تغطية تلك الفتوات (الحكومية / الخاصة) بعدم الموضوعية والحياد" إذ ذكره ما نسبته 35.9% من إجمالي شباب الأحزاب السياسية (عينة الدراسة).

3) سمات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020.

جدول رقم (5)

موقف المبحوثين من العبارات الخاصة بسمات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
77%	2.31	16.7%	45	35.6%	96	47.7%	129	اعتمدت التغطية على مراسلين أكفاء في تغطية الانتخابات
76.5%	2.30	18.1%	49	34.1%	92	47.8%	129	اتسمت التغطية بالفورية والسرعة في نقل الأحداث الخاصة وكافة التطورات بالعملية الانتخابية
75.2%	2.26	16.7%	45	41.1%	111	42.2%	114	التزمت التغطية الجوانب الأخلاقية والمهنية في العرض
72.5%	2.17	24.4%	66	33.7%	91	41.9%	113	لم تمثل التغطية جميع

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
								وجهات النظر المختلفة حول جدوى الانتخابات
71.9%	2.16	21.5%	58	41.5%	112	37%	100	نوعت التغطية في مصادر ها للمعلومات والأخبار بين الرسمي وغير الرسمي
71%	2.13	24.8%	67	37.4%	101	37.8%	102	أبت التغطية كافة احتياجات الجمهور المتابعين لها معلومات وبيانات
66.7%	2.00	31.5%	85	37%	100	31.5%	85	اتسمت التغطية بالموضوعية والدقة في تناولها الإعلامي للانتخابات البرلمانية
65.2%	1.96	33.3%	90	37.8%	102	28.9%	78	ابتعدت التغطية عن المصدقية في تغطيتها للانتخابات
63%	1.89	35.9%	97	39.3%	106	24.8%	67	اتسمت التغطية بالشفافية في عرض الإيجابيات والسلبيات بالعملية الانتخابية
57.4%	1.72	48.9%	132	30%	81	21.1%	57	أتاحت التغطية لجميع الأحزاب مساحات متساوية في البرامج لعرض برنامجهم الانتخابي

تعرض بيانات هذا الجدول موقف المبحوثين من العبارات الخاصة بسمات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، حيث جاءت في الصدارة عبارة "اعتمدت التغطية على مراسلين أكفاء في تغطية الانتخابات" بمتوسط حسابي 2.31 ووزن نسبي 77%، تليها عبارة "اتسمت التغطية بالسرعة في نقل الأحداث الخاصة وكافة

التطورات بالعملية الانتخابية" بمتوسط حسابي 2.30 ووزن نسبي 76.5%، ثم عبارة "التزمت التغطية الجوانب الأخلاقية والمهنية في العرض" بمتوسط حسابي 2.26 ووزن نسبي 75.2%، ثم في الترتيب الرابع جاءت عبارة "لم تمثل التغطية جميع وجهات النظر المختلفة حول جدوى الانتخابات" بمتوسط حسابي 2.17 ووزن نسبي 72.5%، ثم عبارة "نوعت التغطية في مصادرها للمعلومات والأخبار بين الرسمي وغير الرسمي" بمتوسط حسابي 2.16 ووزن نسبي 71.9%.

جدول رقم (6)

مجمّل تقييم سمات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020

الإجمالي	مستقبل وطن	الوفد	النور	المصري الديمقراطي	الشعب الجمهوري	التجمع	الحزب	
							مجمّل تقييم سمات التغطية	
88	45	6	4	2	28	3	ك	مرتفع
%32.6	%75	%12	%8	%6.7	%56	%10	%	
109	12	20	27	22	17	11	ك	متوسط
%40.4	%20	%40	%54	%73.3	%34	%36.7	%	
73	3	24	19	6	5	16	ك	منخفض
%27	%5	%48	%38	%20	%10	%53.3	%	
270	60	50	50	30	50	30	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%	

(كا²=120.046، درجة الحرية=10، مستوى المعنوية=0.000، معامل التوافق=0.555)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (6)، فقد كان مجمّل التقييم لسمات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020 متوسطاً لدى ما نسبته 40.4%، بينما بلغت نسبة ذوي التقييم المرتفع 32.6%، في حين بلغت نسبة أصحاب التقييم المنخفض لسمات تغطية القنوات الحكومية والخاصة في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 27% من إجمالي عينة الدراسة.

أما على مستوى كل حزب من الأحزاب الستة فقد اختلف الحال عنه على مستوى العينة ككل، فعلى حين جاء التقييم المرتفع سائداً بين غالبية عينة حزب مستقبل وطن بنسبة 75% وحزب الشعب الجمهوري بنسبة 56%، فقد كان التقييم متوسطاً لدى أغلبية عينة الحزب المصري الديمقراطي بنسبة 73.3% ولدى أغلبية عينة حزب النور بنسبة 54%، بينما كان التقييم منخفضاً لدى غالبية عينة حزب التجمع بنسبة 53.3%، ولدى أكثرية حزب الوفد بنسبة 48%.

جدول رقم (7)

معنوية تأثير الانتماء الحزبي على تقييم سمات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020

الانتماء الحزبي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجتي الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
حزب التجمع	30	17.20	4.097	5 264	36.18	0.000
حزب الشعب الجمهوري	50	23.64	4.865			
الحزب المصري الديمقراطي	30	18.67	3.177			
حزب النور	50	17.58	3.934			
حزب الوفد	50	17.80	4.738			
حزب مستقبل وطن	60	25.72	4.271			

لمعرفة تأثير متغير الانتماء الحزبي على تقييم سمات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، وبالنظر إلى أن متغير تقييم السمات قد تم قياسه على المستوى الفترى Interval، فقد استخدمت الباحثة اختبار ف الذي تكشف قيمه الكمية الواردة في الجدول رقم (7) عن معنوية تأثير الانتماء الحزبي على تقييم سمات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، حيث بلغت قيمة ف 22.64، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتي حرية 5 و 264 ومستوى معنوية أقل من 0.05، فقد كانت مجموعة حزب مستقبل وطن الأكثر إيجابية في تقييم سمات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020 بمتوسط 25.72، تليها مجموعة حزب الشعب الجمهوري بمتوسط 23.64، ثم مجموعة الحزب المصري الديمقراطي بمتوسط 18.64.

من هذا يمكن القول: إن الانتماء الحزبي أحدث تأثيراً على تقييم سمات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020.

(4) أنماط الاتصال السياسي لشباب الأحزاب السياسية المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020.

جدول رقم (8)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس النمط المعرفي لاتصالهم السياسي في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
92.6%	2.78	4.1%	11	14.1%	38	81.8%	221	أهتم بكل ما يتعلق بالأحداث والقضايا السياسية في مصر
89.8%	2.69	7%	19	16.7%	45	76.3%	206	أتابع الأداء السياسي للأحزاب والهيئات السياسية ومنظمات المجتمع المدني

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
%87.3	2.62	%8.5	23	%21.1	57	%70.4	190	نصحت الآخرين بضرورة المشاركة السياسية بالتصويت في الانتخابات السابقة 2020
%86.9	2.61	%7	19	%25.2	68	%67.8	183	أتناقش مع الآخرين باستمرار بشأن الأحداث والأخبار السياسية
%86.7	2.60	%9.6	26	%20.7	56	%69.7	188	أهتم بنشر الثقافة السياسية للشباب عبر منصات التواصل الاجتماعي
%85.4	2.56	%12.2	33	%19.3	52	%68.5	185	ساعدت الناس في معرفة كل ما يخص العملية الانتخابية في الانتخابات البرلمانية السابقة

تعرض بيانات هذا الجدول موقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس النمط المعرفي لاتصالهم السياسي في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، حيث جاءت في الصدارة عبارة "أهتم بكل ما يتعلق بالأحداث والقضايا السياسية في مصر" بمتوسط حسابي 2.78 ووزن نسبي %92.6، تليها عبارة "أتابع الأداء السياسي للأحزاب والهيئات السياسية ومنظمات المجتمع المدني" بمتوسط حسابي 2.69 ووزن نسبي %89.8، ثم عبارة "نصحت الآخرين بضرورة المشاركة السياسية بالتصويت في الانتخابات السابقة 2020" بمتوسط حسابي 2.62 ووزن نسبي %87.3، ثم في الترتيب الرابع جاءت عبارة "أتناقش مع الآخرين باستمرار بشأن الأحداث والأخبار السياسية" بمتوسط حسابي 2.61 ووزن نسبي %86.9، ثم عبارة "أهتم بنشر الثقافة السياسية للشباب عبر منصات التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي 2.60 ووزن نسبي %86.7، ثم جاءت أخيراً عبارة "ساعدت الناس في معرفة كل ما يخص العملية الانتخابية في الانتخابات البرلمانية السابقة" بمتوسط حسابي 2.56 ووزن نسبي %85.4.

جدول رقم (9)

مجلد النمط المعرفي للاتصال السياسي لشباب الأحزاب السياسية المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020

الحزب	التجمع	الشعب الجمهوري	المصري الديمقراطي	النور	الوفد	مستقبل وطن	الإجمالي
ك	13	45	22	38	37	54	209
مرتفع	%43.3	%90	%73.3	%76	%74	%90	%77.4
ك	11	5	6	12	10	6	50
متوسط	%36.7	%10	%20	%24	%20.0	%10	%18.5
ك	6		2		3		11
منخفض	%20		%6.7		%6.0		%4.1
ك	30	50	30	50	50	60	270
الإجمالي	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

($كا^2=43.603$ ، درجة الحرية=10، مستوى المعنوية=0.000، معامل التوافق=0.373)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (9)، أن مجمل النمط المعرفي للاتصال السياسي لشباب الأحزاب السياسية المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020 مرتفعاً لدى غالبية عينة الدراسة بنسبة 77.4%، يليهم بفارق المبحوثين من أصحاب المستوى المتوسط للنمط المعرفي بنسبة 18.5%، على حين بلغت نسبة أصحاب المستوى المنخفض من النمط المعرفي للاتصال السياسي لشباب الأحزاب السياسية المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 4.1% من إجمالي عينة الدراسة.

أما على مستوى كل حزب من الأحزاب الستة فلم يختلف الحال عنه على مستوى العينة ككل، فقد كان المستوى المرتفع من النمط المعرفي للاتصال السياسي غالباً لدى مبحوثي أحزاب الشعب الجمهوري ومستقبل وطن والنور والوفد والمصري الديمقراطي والتجمع بنسب 90% و 90% و 76% و 74% و 73.3% و 43.3% على التوالي.

جدول رقم (10)

معنوية تأثير الانتماء الحزبي على النمط المعرفي للاتصال السياسي لشباب الأحزاب المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020

الانتماء الحزبي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجتي الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
حزب التجمع	30	13.73	3.542	5 264	10.51	0.000
حزب الشعب الجمهوري	50	16.82	1.945			
الحزب المصري الديمقراطي	30	15.77	3.213			
حزب النور	50	15.88	2.471			
حزب الوفد	50	14.76	2.745			
حزب مستقبل وطن	60	17.07	1.539			

لمعرفة تأثير متغير الانتماء الحزبي على النمط المعرفي للاتصال السياسي لشباب الأحزاب المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، وبالنظر إلى أن متغير النمط المعرفي قد تم قياسه على المستوى الفترى Interval، فقد استخدمت الباحثة اختبار ف الذي كشفت قيمه الكمية الواردة في الجدول رقم (10) عن معنوية تأثير الانتماء الحزبي على النمط المعرفي للاتصال السياسي لشباب الأحزاب المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، حيث بلغت قيمة ف 10.51، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتَي حرية 5 و 264 ومستوى معنوية أقل من 0.05، فقد كانت مجموعة حزب مستقبل وطن الأعلى في النمط المعرفي لاتصالهم السياسي بمتوسط 17.07، تليها مجموعة حزب الشعب الجمهوري بمتوسط 16.82، ثم مجموعة حزب النور بمتوسط 15.88.

من هذا يمكن القول: إن الانتماء الحزبي أحدث تأثيراً على النمط المعرفي للاتصال السياسي لشباب الأحزاب المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020.

جدول رقم (11)

موقف الباحثين من مجموعة العبارات التي تقيس النمط الوجداني لاتصالهم السياسي في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
69.4%	2.08	30%	81	31.9%	86	38.1%	103	تنسم العملية السياسية بالوضوح والحيادية وعلانية الإجراءات
61.2%	1.84	47%	127	22.2%	60	30.8%	83	مشاركتي في أي من الأنشطة السياسية لا تؤثر في صناعة القرار السياسي
50.4%	1.51	64.1%	173	20.7%	56	15.2%	41	أحرص على السكوت والصمت وعدم التعبير عن رأيي السياسي
48.3%	1.45	68.9%	186	17.4%	47	13.7%	37	أفضل الانقطاع عن العمل السياسي لعدم تمثيلي في الوسائل الرسمية للدولة

تعرض بيانات هذا الجدول موقف الباحثين من مجموعة العبارات التي تقيس النمط الوجداني لاتصالهم السياسي في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، حيث جاءت في الصدارة عبارة "تنسم العملية السياسية بالوضوح والحيادية وعلانية الإجراءات" بمتوسط حسابي 2.08 ووزن نسبي

69.4%، تليها عبارة "مشاركتي في أيّ من الأنشطة السياسية لا تؤثر في صناعة القرار السياسي" بمتوسط حسابي 1.84 ووزن نسبي 61.2%، ثم عبارة "أحرص على السكوت والصمت وعدم التعبير عن رأيي السياسي" بمتوسط حسابي 1.51 ووزن نسبي 50.4%، ثم جاءت أخيراً عبارة "أفضل الانقطاع عن العمل السياسي لعدم تمثيلي في الوسائل الرسمية للدولة" بمتوسط حسابي 1.45 ووزن نسبي 48.3%.

جدول رقم (12)

مجل النمط الوجداني للاتصال السياسي لشباب الأحزاب السياسية المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020

الإجمالي	مستقبل وطن	الوفد	النور	المصري الديمقراطي	الشعب الجمهوري	التجمع	الحزب	
							مجل النمط الوجداني	ك
145	44	16	20	17	39	9	ك	مرتفع
%53.7	%73.3	%32	%40	%56.7	%78	%30	%	
87	16	15	22	11	8	15	ك	متوسط
%32.2	%26.7	%30	%44	%36.7	%16	%50	%	
38		19	8	2	3	6	ك	منخفض
%14.1		%38	%16	%6.7	%6	%20	%	
270	60	50	50	30	50	30	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%	

(كا²=62.284، درجة الحرية=10، مستوى المعنوية=0.000، معامل التوافق=0.433)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (15)، أن مجمل النمط الوجداني للاتصال السياسي لشباب الأحزاب السياسية المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020 مرتفعاً لدى غالبية عينة الدراسة بنسبة 53.7%، يليهم من حيث العدد المبحوثون من أصحاب المستوى المتوسط للنمط الوجداني بنسبة 32.2%، في حين بلغت نسبة أصحاب المستوى المنخفض من النمط الوجداني للاتصال السياسي لشباب الأحزاب السياسية المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 14.1% من إجمالي عينة الدراسة.

أما على مستوى كل حزب من الأحزاب الستة فقد اختلف الحال نوعاً ما عنه على مستوى العينة ككل، فقد كان المستوى المرتفع من النمط الوجداني للاتصال السياسي غالباً لدى مبحوثي أحزاب الشعب الجمهوري ومستقبل وطن والمصري الديمقراطي بنسب 78% و 73.3% و 56.7% على التوالي، بينما كان المستوى المتوسط من النمط الوجداني للاتصال السياسي غالباً لدى مبحوثي أحزاب التجمع والنور بنسب 50% و 44% على التوالي، على حين كانت أكثرية مبحوثي حزب الوفد بنسبة 38% من ذوي المستوى المنخفض للنمط الوجداني للاتصال السياسي.

جدول رقم (13)

معنوية تأثير الانتماء الحزبي على النمط الوجداني للاتصال السياسي لشباب الأحزاب المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020

الانتماء الحزبي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجتي الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
حزب التجمع	30	8.10	2.107	5 264	16.56	0.000
حزب الشعب الجمهوري	50	10.06	1.557			
الحزب المصري الديمقراطي	30	9.60	1.923			
حزب النور	50	8.70	2.073			
حزب الوفد	50	7.90	2.367			
حزب مستقبل وطن	60	10.72	1.606			

لمعرفة تأثير متغير الانتماء الحزبي على النمط الوجداني للاتصال السياسي لشباب الأحزاب المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، وبالنظر إلى أن متغير النمط الوجداني قد تم قياسه على المستوى الفترتي Interval، فقد استخدمت الباحثة اختبار ف الذي كشفت قيمه الكمية الواردة في الجدول رقم (13) عن معنوية تأثير الانتماء الحزبي على النمط الوجداني للاتصال السياسي لشباب الأحزاب المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، حيث بلغت قيمة ف 16.56، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتي حرية 5 و 264 ومستوى معنوية أقل من 0.05، فقد كانت مجموعة حزب مستقبل وطن الأعلى في النمط الوجداني لاتصالهم السياسي بمتوسط 10.72، تليها مجموعة حزب الشعب الجمهوري بمتوسط 10.06، ثم مجموعة الحزب المصري الديمقراطي بمتوسط 9.60.

من هذا يمكن القول: إن الانتماء الحزبي أحدث تأثيراً على النمط الوجداني للاتصال السياسي

لشباب الأحزاب المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020.

جدول رقم (14)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس النمط السلوكي لاتصالهم السياسي في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020

العبارات	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
شاركت بالتصويت في انتخابات مجلس الشيوخ والنواب السابقين	231	85.5%	7	2.6%	32	11.9%	2.74	91.2%
انضمت إلى الصفحات الخاصة بالأحزاب عبر	192	71.1%	41	15.2%	37	13.7%	2.57	85.8%

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
								منصات التواصل الاجتماعي
%82	2.46	%11.1	30	%31.9	86	%57	154	أحرص على حضور الصالونات السياسية لمناقشة القضايا السياسية
%78.8	2.36	%18.5	50	%26.7	72	%54.8	148	شاركت مع حزبي في تقديم إحدى الخدمات المجتمعية كـ (القوافل الطبية)
%78.4	2.35	%25.9	70	%13	35	%61.1	165	شاركت في الدعاية الانتخابية لأحد المرشحين في الانتخابات البرلمانية الأخيرة
%69.6	2.09	%30	81	%31.1	84	%38.9	105	اشتركت في استطلاع رأي حول المرشحين السياسيين على مواقع التواصل الاجتماعي
%65.8	1.97	%39.2	106	%24.1	65	%36.7	99	أنشأت الجروبات عبر منصات التواصل الاجتماعي لحشد أصوات الناخبين
%51.7	1.55	%56.6	153	%31.5	85	%11.9	32	ليس لدي رغبة في المشاركة بحضور الندوات والمؤتمرات السياسية

تعرض بيانات هذا الجدول موقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس النمط السلوكي لاتصالهم السياسي في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، حيث جاءت في الصدارة عبارة "شاركت بالتصويت في انتخابات مجلس الشيوخ والنواب السابقين" بمتوسط حسابي 2.74 ووزن نسبي

92.1%، تليها عبارة "انضمت إلى الصفحات الخاصة بالأحزاب عبر منصات التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي 2.57 ووزن نسبي 85.8%، ثم عبارة "أحرص على حضور الصالونات السياسية لمناقشة القضايا السياسية" بمتوسط حسابي 2.46 ووزن نسبي 82%، ثم في الترتيب الرابع جاءت عبارة "شاركت مع حزبي في تقديم إحدى الخدمات المجتمعية كـ (القوافل الطبية)" بمتوسط حسابي 2.36 ووزن نسبي 78.8%، ثم عبارة "شاركت في الدعاية الانتخابية لأحد المرشحين في الانتخابات البرلمانية الأخيرة" بمتوسط حسابي 2.35 ووزن نسبي 78.4%، بينما جاءت أخيراً عبارة "ليس لدي رغبة في المشاركة بحضور الندوات والمؤتمرات السياسية" بمتوسط حسابي 1.55 ووزن نسبي 51.7%.

جدول رقم (15)

مجل النمط السلوكي للاتصال السياسي لشباب الأحزاب السياسية المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020

الإجمالي	مستقبل وطن	الوفد	النور	المصري الديمقراطي	الشعب الجمهوري	التجمع	الحزب	
							مجل النمط السلوكي	ك
152	46	15	29	18	35	9	ك	مرتفع
%56.3	%76.7	%30	%58	%60	%70	%30	%	
96	14	29	17	9	12	15	ك	متوسط
%35.6	%23.3	%58	%34	%30	%24	%50	%	
22		6	4	3	3	6	ك	منخفض
%8.1		%12	%8	%10	%6	%20	%	
270	60	50	50	30	50	30	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%	

($40.935 = K^2$ ، درجة الحرية=10، مستوى المعنوية=0.000، معامل التوافق=0.363)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (15)، أن مجمل النمط السلوكي للاتصال السياسي لشباب الأحزاب السياسية المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020 مرتفعاً لدى غالبية عينة الدراسة بنسبة 56.3%، يليهم من حيث العدد المبحوثون من أصحاب المستوى المتوسط للنمط السلوكي بنسبة 35.6%، في حين بلغت نسبة أصحاب المستوى المنخفض من النمط السلوكي للاتصال السياسي لشباب الأحزاب السياسية المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 8.1% من إجمالي عينة الدراسة.

أما على مستوى كل حزب من الأحزاب الستة فلم يختلف الحال كثيراً عنه على مستوى العينة ككل، فقد كان المستوى المرتفع من النمط السلوكي للاتصال السياسي غالباً لدى مبحوثي أحزاب مستقبل وطن والشعب الجمهوري والمصري الديمقراطي والنور بنسب 76.7% و70% و60% و58% على التوالي، بينما كان المستوى المتوسط من النمط السلوكي للاتصال السياسي غالباً لدى مبحوثي أحزاب الوفد والتجمع بنسب 58% و50% على التوالي.

جدول رقم (16)

معنوية تأثير الانتماء الحزبي على النمط السلوكي للاتصال السياسي لشباب الأحزاب المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020

الانتماء الحزبي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجتي الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
حزب التجمع	30	16.53	3.683	5 264	14.77	0.000
حزب الشعب الجمهوري	50	19.68	3.074			
الحزب المصري الديمقراطي	30	18.47	3.319			
حزب النور	50	19.44	3.615			
حزب الوفد	50	16.90	3.202			
حزب مستقبل وطن	60	21.30	2.619			

لمعرفة تأثير متغير الانتماء الحزبي على النمط السلوكي للاتصال السياسي لشباب الأحزاب المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، وبالنظر إلى أن متغير النمط السلوكي قد تم قياسه على المستوى الفترتي Interval، فقد استخدمت الباحثة اختبار ف الذي كشفت قيمه الكمية الواردة في الجدول رقم (16) عن معنوية تأثير الانتماء الحزبي على النمط السلوكي للاتصال السياسي لشباب الأحزاب المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، حيث بلغت قيمة ف 14.77، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتي حرية 5 و 264 ومستوى معنوية أقل من 0.05، فقد كانت مجموعة حزب مستقبل وطن الأعلى في النمط السلوكي لاتصالهم السياسي بمتوسط 21.30، تليها مجموعة حزب الشعب الجمهوري بمتوسط 19.68، ثم مجموعة حزب النور بمتوسط 19.44.

من هذا يمكن القول: إن الانتماء الحزبي أحدث تأثيراً على النمط السلوكي للاتصال السياسي لشباب الأحزاب المصرية في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020.

5- نتائج اختبار الفروض البحثية

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) للانتخابات البرلمانية 2020 وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية).

جدول رقم (17)

معنوية العلاقة بين درجة ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) للانتخابات البرلمانية 2020 وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية)

متغيرات الاقتران	الأنماط المعرفية	الأنماط الوجدانية	الأنماط السلوكية
درجة الثقة في القنوات التلفزيونية الحكومية	معامل بيرسون 0.381**	معامل بيرسون 0.416**	معامل بيرسون 0.376**
درجة الثقة في القنوات التلفزيونية الحكومية	0.000	0.000	0.000
درجة الثقة في القنوات التلفزيونية الحكومية	معامل بيرسون 0.342**	معامل بيرسون 0.376**	معامل بيرسون 0.260**

الأنماط السلوكية	الأنماط الوجدانية	الأنماط المعرفية	متغيرات الاقتران	
0.000	0.000	0.000	مستوى المعنوية	التلفزيونية الخاصة
** دال عند مستوى معنوية 0.01				

لاختبار معنوية العلاقة بين درجة ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) وأنماط اتصالاتهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية)، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفترتي Interval، فقد استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الذي تكشف قيمه الكمية الواردة في الجدول رقم (17) عن النتائج التالية:

- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية والنمط المعرفي لاتصالاتهم السياسي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.381، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعني أنه كلما زادت ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية، زاد معها بالتبعية النمط المعرفي لاتصالاتهم السياسي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية والنمط الوجداني لاتصالاتهم السياسي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.416، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعني أنه كلما زادت ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية، زاد معها بالتبعية النمط الوجداني لاتصالاتهم السياسي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية والنمط السلوكي لاتصالاتهم السياسي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.376، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعني أنه كلما زادت ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية، زاد معها بالتبعية النمط السلوكي لاتصالاتهم السياسي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية الخاصة والنمط المعرفي لاتصالاتهم السياسي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.342، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعني أنه كلما زادت ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية الخاصة، زاد معها بالتبعية النمط المعرفي لاتصالاتهم السياسي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية الخاصة والنمط الوجداني لاتصالاتهم السياسي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون

0.376، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعني أنه كلما زادت ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية الخاصة، زاد معها بالتبعية النمط الوجداني لاتصالهم السياسي، والعكس بالعكس.

● معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية الخاصة والنمط السلوكي لاتصالهم السياسي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.200، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعني أنه كلما زادت ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية الخاصة، زاد معها بالتبعية النمط السلوكي لاتصالهم السياسي، والعكس بالعكس.

من هذه النتيجة يمكن القول: إن اختبار الفرض الأول القائل بمعنوية العلاقة بين درجة ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية) قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية تجاه القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية السابقة 2020 وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية).

جدول رقم (18)

معنوية العلاقة بين النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية تجاه القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية السابقة 2020 وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية)

الأنماط السلوكية	الأنماط الوجدانية	الأنماط المعرفية	متغيرات الاقتران	
0.477-***	0.608-**	0.507-***	معامل بيرسون	النظرة العدائية
0.000	0.000	0.000	مستوى المعنوية	
** دال عند مستوى معنوية 0.01				

لاختبار معنوية العلاقة بين النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية تجاه القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية 2020 وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية)، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفترى Interval، فقد استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الذي تكشف قيمه الكمية الواردة في الجدول رقم (18) عن النتائج التالية:

● معنوية العلاقة الارتباطية بين النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية تجاه القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية 2020 والنمط المعرفي لاتصالهم السياسي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون -0.507، وهي قيمة دالة إحصائياً

عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة عكسية متوسطة الشدة، ما يعني أنه كلما زادت النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية تجاه القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية السابقة 2020، انخفض النمط المعرفي لاتصالهم السياسي، والعكس بالعكس.

● معنوية العلاقة الارتباطية بين النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية تجاه القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية 2020 والنمط الوجداني لاتصالهم السياسي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون -0.608، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة عكسية متوسطة الشدة، ما يعني أنه كلما زادت النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية تجاه القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية السابقة 2020، انخفض النمط الوجداني لاتصالهم السياسي، والعكس بالعكس.

● معنوية العلاقة الارتباطية بين النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية تجاه القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية 2020 والنمط السلوكي لاتصالهم السياسي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون -0.477، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة عكسية متوسطة الشدة، ما يعني أنه كلما زادت النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية تجاه القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية السابقة 2020، انخفض النمط السلوكي لاتصالهم السياسي، والعكس بالعكس.

من هذه النتيجة يمكن القول: إن اختبار الفرض الثاني القائل بمعنوية العلاقة بين النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية تجاه القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية 2020 وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية) قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة شميت وألبرت جانثر (2004) ⁽⁶⁾ من أن الموقف العدائي لناشطي حقوق البيئة والرعاية الصحية قد انعكس على أنماط تواصلهم السياسي.

حادي عشر - مناقشة النتائج العامة للدراسة الميدانية:-

- أوضحت نتائج الدراسة أن درجة اعتماد شباب الأحزاب السياسية (عينة الدراسة) على القنوات التلفزيونية الخاصة كانت أكثر من اعتمادهم على القنوات التلفزيونية الحكومية عند المقارنة؛ إذ بلغ متوسط درجة الاعتماد على القنوات التلفزيونية الخاصة 2.12 بوزن نسبي 70.7%، بينما بلغ متوسط كثافة التعرض للقنوات التلفزيونية الحكومية 1.78 بوزن نسبي 59.4%.
- وفيما يتعلق بمعنوية تأثير الانتماء الحزبي على درجة اعتماد شباب الأحزاب السياسية المصرية على القنوات التلفزيونية الحكومية فقد كانت مجموعة حزب مستقبل وطن الأكثر اعتماداً على هذه القنوات بمتوسط 2.18، تليها مجموعة حزب الشعب الجمهوري بمتوسط 1.94، ثم مجموعة

- حزب التجمع بمتوسط 1.77، في حين كانت معنوية تأثير الانتماء الحزبي على درجة اعتماد شباب الأحزاب السياسية المصرية على القنوات التلفزيونية الخاصة فقد كانت مجموعة حزب مستقبل وطن الأكثر اعتمادًا على هذه القنوات بمتوسط 2.58، تليها مجموعة حزب الشعب الجمهوري بمتوسط 2.40، ثم مجموعة حزب الوفد بمتوسط 1.98.
- أشارت نتائج الدراسة إلى أن أبرز العوامل المؤثرة في رؤية المبحوثين لشكل تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) لفترة الانتخابات البرلمانية السابقة، جاء في مقدمة هذه العوامل "انتمائي لحزب سياسي معين، يجعلني أرى التغطية الانتخابية بشكل معين" بنسبه 64.8% من الشباب عينة الدراسة، يليه في المرتبة الثانية "مستوى الإعلاميين من المهنية والاحتراف في تغطية الانتخابات" لدى ما نسبته 51.9% من إجمالي العينة، ثم في المرتبة الثالثة "معتقداتي السابقة عن تحيزات تغطية وسائل الإعلام في فترات الانتخابات" لدى ما نسبته 48.5%، ثم جاءت في المرتبة الرابعة "نمط ملكية القناة من حيث كونها حكومية أو خاصة" بنسبة 43.7%، ثم "الحرية المتاحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في إبداء الرأي بدون قيود" بنسبة 39.6%، ثم أخيرًا جاء "اتسام تغطية تلك القنوات (الحكومية / الخاصة) بعدم الموضوعية والحياد" إذ ذكره ما نسبته 35.9% من إجمالي شباب الأحزاب السياسية (عينة الدراسة).
- وتوصلت نتائج الدراسة فيما يتعلق بموقف المبحوثين من العبارات الخاصة بسماوات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، حيث جاءت في الصدارة عبارة "اعتمدت التغطية على مراسلين أكفاء في تغطية الانتخابات" بمتوسط حسابي 2.31 ووزن نسبي 77%، تليها عبارة "اتسمت التغطية بالفورية والسرعة في نقل الأحداث الخاصة وكافة التطورات بالعملية الانتخابية" بمتوسط حسابي 2.30 ووزن نسبي 76.5%، ثم عبارة "التزمت التغطية الجوانب الأخلاقية والمهنية في العرض" بمتوسط حسابي 2.26 ووزن نسبي 75.2%، ثم في الترتيب الرابع جاءت عبارة "لم تمثل التغطية جميع وجهات النظر المختلفة حول جدوى الانتخابات" بمتوسط حسابي 2.17 ووزن نسبي 72.5%.
- وفيما يتعلق بتأثير متغير الانتماء الحزبي على تقييم سمات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، فقد كانت مجموعة حزب مستقبل وطن الأكثر إيجابية في تقييم سمات تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020 بمتوسط 25.72، تليها مجموعة حزب الشعب الجمهوري بمتوسط 23.64، ثم مجموعة الحزب المصري الديمقراطي بمتوسط 18.64.
- كشفت نتائج الدراسة فيما يتعلق بموقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس النمط المعرفي لاتصالهم السياسي خلال فترة الانتخابات البرلمانية السابقة 2020، حيث جاءت في الصدارة عبارة "أهتم بكل ما يتعلق بالأحداث والقضايا السياسية في مصر" بمتوسط حسابي 2.78 ووزن نسبي 92.6%، تليها عبارة "أتابع الأداء السياسي للأحزاب والهيئات السياسية ومنظمات المجتمع المدني" بمتوسط حسابي 2.69 ووزن نسبي 89.8%، ثم عبارة "نصحت الآخرين بضرورة المشاركة السياسية بالتصويت في الانتخابات السابقة 2020" بمتوسط حسابي 2.62 ووزن نسبي 87.3%.

- وكشفت نتائج الدراسة فيما يتعلق بموقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس النمط الوجداني لاتصالهم السياسي خلال فترة الانتخابات البرلمانية السابقة، حيث جاءت في الصدارة عبارة "تنسم العملية السياسية بالوضوح والحيادية وعلانية الإجراءات" بمتوسط حسابي 2.08 ووزن نسبي 69.4%، تليها عبارة "مشاركتي في أيّ من الأنشطة السياسية لا تؤثر في صناعة القرار السياسي" بمتوسط حسابي 1.84 ووزن نسبي 61.2%، ثم عبارة "أحرص على السكوت والصمت وعدم التعبير عن رأيي السياسي" بمتوسط حسابي 1.51 ووزن نسبي 50.4%.
- فيما أظهرت نتائج الدراسة فيما يتعلق بموقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس النمط السلوكي لاتصالهم السياسي خلال فترة الانتخابات البرلمانية السابقة، حيث جاءت في الصدارة عبارة "شاركت بالتصويت في انتخابات مجلس الشيوخ والنواب السابقين" بمتوسط حسابي 2.74 ووزن نسبي 92.1%، تليها عبارة "انضمت إلى الصفحات الخاصة بالأحزاب عبر منصات التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي 2.57 ووزن نسبي 85.8%، ثم عبارة "أحرص على حضور الصالونات السياسية لمناقشة القضايا السياسية" بمتوسط حسابي 2.46 ووزن نسبي 82%، بينما جاءت أخيراً عبارة "ليس لدي رغبة في المشاركة بحضور الندوات والمؤتمرات السياسية" بمتوسط حسابي 1.55 ووزن نسبي 51.7%.
- معنوية العلاقة بين درجة تقييم شباب الأحزاب السياسية المصرية أداء الإعلاميين بالقنوات الحكومية والخاصة في أثناء تغطيتهم للانتخابات البرلمانية 2020 وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية).
- معنوية العلاقة بين درجة تقييم شباب الأحزاب السياسية المصرية سمات تغطية القنوات الحكومية والخاصة في أثناء تغطيتهم للانتخابات البرلمانية 2020 وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية).
- معنوية العلاقة بين درجة ثقة شباب الأحزاب السياسية المصرية في تغطية القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية).
- معنوية العلاقة بين النظرة العدائية لشباب الأحزاب السياسية المصرية تجاه القنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) في أثناء تغطيتها للانتخابات البرلمانية 2020 وأنماط اتصالهم السياسي (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية).

ثاني عشر- مراجع الدراسة:

المراجع العربية:

- (1) أحمد عبد الحليم عطية (2008)، الموضوعية والتحيز بين صلاح قنصوه و عبد الوهاب المسيري، أوراق فلسفية، ع 19، ص 371 – 381.
- (2) الأميرة سماح عبد الفتاح (2013)، العلاقة بين التوجهات الفكرية والانتماءات السياسية للأفراد وبين تقييم مضمون القنوات الفضائية الإخبارية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص155.
- (3) إنجي محمد بركة (2013) ، دور البرامج الحوارية التلفزيونية في دعم المشاركة السياسية للجمهور المصري دراسة تطبيقية على القنوات التلفزيونية المصرية الأرضية والفضائية، رسالة للحصول على درجة الماجستير، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- (4) السيد عبد المطلب غانم (2000)، الاتجاهات المعاصرة في دراسة النظم السياسية ، ط3، كلية الاقتصاد و العلوم السياسية، جامعة القاهرة.
- (5) بلقيس أحمد منصور(2004)، الأحزاب السياسية و التحول الديمقراطي، دراسة تطبيقية علي اليمن و بلاد آخري، القاهرة، مكتبة مدبولي، ط1، ص15.
- (6) تامر عبد العاطي مطاوع عوض (2020)، العلاقة بين معالجة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة للقضايا السياسية المعاصرة واتجاهات الجمهور المصري نحوها، كلية الإعلام ، رسالة للحصول على درجة الماجستير، قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة.
- (7) حنان يوسف،(2006) الإعلام والسياسة مقارنة ارتباطية،مكتبة الساعي للنشر والتوزيع،ط2، ص71.
- (8) حسن نافعة(2002)، مقدمة في علم السياسة، الجزء الأول، الأيديولوجيات والأفكار والنظم السياسية، كلية الاقتصاد و العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، جامعة القاهرة، ص
- (9) حسين علي محمد أبو عمر (2015)، دور البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات المصرية في تشكيل معارف الشباب الجامعي المصري واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية المعاصرة في مصر خلال الفترة من 30 يونية 2011 إلى 30 يونية 2013، رسالة مقدمة للحصول على الماجستير، كلية الآداب قسم إعلام، جامعة المنصورة.
- (10) رنا سمير أحمد صديق (2018)،محددات تشكيل تحيزات التغطية الخبرية للأحداث الجارية في الصحافة المصرية: دراسة لأليات التحيز في بوابات الصحف الإلكترونية، رسالة للحصول على الدكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 247.
- (11) سليمان صالح(1994)، ظاهرة التحيز في وسائل الإعلام الغربية: دراسة تطبيقية على الصحافة البريطانية ، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 75، ص80.

- (12) صبري خالد عبد الهادي (2016)، دور القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية: دراسة تحليلية ميدانية؛ دراسة للحصول على درجة الماجستير، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- (13) عادل رفعت عبد الحكيم (2012)، دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الجمهور نحو المشاركة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة المنيا.
- (14) عمرو محمد محمود عبد الحميد (2016)، اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصداقية القنوات التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا السياسية، رسالة للحصول على درجة الدكتوراه، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ص2.
- (15) عمرو محمد عبد الحميد (2019)، العداء لوسائل الإعلام: التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور، العربي للنشر والتوزيع، ط1، ص ص 81-82.
- (16) عبد المولى ضو الصغير (2017)، مشاهدة القنوات الفضائية الليبية وعلاقتها بمستوى المعرفة السياسية للمرأة " دراسة تطبيقية"، رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه، - كلية الآداب - قسم الإعلام، جامعة الزقازيق.
- (17) فلة محمد هشام محمود (2019)، دور البرامج الحوارية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي بعد ثورة يونيو 2013، رسالة مقدمة للحصول على الماجستير في الآداب، - كلية الآداب - قسم إعلام، جامعة المنصورة.
- (18) منى حلمي رفاعي (2018)، العلاقة بين التعرض للمواد الإخبارية والسياسية في القنوات الفضائية ومستوى مشاركة المرأة المصرية في القضايا المجتمعية بعد ثورة 25 يناير 2011، رسالة للحصول على درجة الدكتوراه، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- (19) محمد حمدان المصالحة 2002، الاتصال السياسي مقترح نظري - تطبيقي، ط2، عمان، دار وائل للنشر، ص55.
- (20) محمد بن سعود البشر (1997)، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان - الرياض، ط1، ص18.
- (21) هدى علي محمد حسن (2016)، العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والمواقع الإخبارية على الإنترنت ومستوى المعرفة السياسية بالقضايا القومية، رسالة للحصول على درجة الماجستير، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

References :-

- (1) Arpan,L.M,(2003),An experimental investigation of news source and the hostile media effect journalism&: Mass communication quarterly. P.p 265-281.
- (2) Albert C. Gunther; Kathleen Schmitt,(2004),Mapping Boundaries of the Hostile MediaEffect - Available:
<http://booksc.org/book/9372777/af67d4>.
- (3) De Vreese, Claes, and Boomgaarden, Hajo. (2012) " It's the content" How content moderates the effects of news on political knowledge and participation: paper presented at the annual meeting of the international communication Association, Sheraton New York, New York city, NY , online (PDF): 2012-4-14, <http://www.allacademic.com/meta/p12198> index. Hml, pp 1-39.
- (4) Megan de Kantzow& Sue Stubbs,(2000)" Targeting Media: News papers and magazines", Blake Education.
- (5) -Brian McNair, (1999), :An Introduction to political communication, op.cit.,p.4
- (6) Olga Doty (2005) The Hostile Media Effect:A State of the art review. M.A.John Hopkins university .P.1.
- (7) Vallone, Ross & Lepper,(1985), The hostile media phenomenon: Biased Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the "Beirut Massacre"., Journal of Personality and Social Psychology, 49, 577-585. Summary.

**“ The Impact of Biased Coverage of Television For the 2020
parliamentary Elections on Forming Patterns of Political
Communication” (A Field Study among a sample of Youth of
Egyptian Political Parties)**

Aya Atef Ahmed Abdel Aziz

(Master)Degree –Media Division, Sociology Department

Faculty of Women for Arts, Science & Edu-Ain Shams University - Egypt

aya.atef@women.asu.edu.eg

Prof./ Wael Ismail Abdel Bary

Professor of Media, Dept. of sociology-

Faculty of Women for Arts, Science & Edu

Ain Shams University - Egypt

wailbary@gmail.com

Dr./ Aliaa Ahmed Abdel Aal

Assistant professor in Dept. of Sociology

Faculty of Women for Arts, Science & Education

Ain Shams University - Egypt

aliaadoma57@gmail.com

Dr. Eman Saber Shahin

Lecturer in Dept. of sociology

Faculty of Women for Arts, Sciences and Edu-Ain Shams University-Egypt

Eman.Shaheen@women.asu.edu.eg

ABSTRACT

This current study drives at exploring the impact of the biased coverage of both (governmental and private) television channels for the previous parliamentary elections of (2020) on the patterns of political communication, which are represented in the (cognitive, emotional, and behavioral) dimensions of youth in Egyptian political parties. This can be achieved through the researcher's application of a questionnaire following the end of the previous parliamentary elections in 2020, on a purposed sample consisting of (270) items, selected from various political parties; taking into consideration, the difference in their political ideologies that fluctuate between (secular, Islamic, liberal, leftist, democratic socialist) parties represented by the following parties: (Mustqbl Watan “The Future of Nation” Party – Al-Nour Party - Al-Wafd Party - The Republican People’s Party – Al-Tagmmu Party - The Egyptian Democratic Party).

The study comes to the following results:

1. There is significant correlation between the degree of confidence of Egyptian political parties' youth in the (governmental/private) television channels' coverage and their political communication patterns, the(cognitive, emotional, and behavioral).
2. There is significant correlation between the hostile view of youth of the Egyptian political parties towards TV channels (governmental/private) during their coverage of the 2020 parliamentary elections and their patterns of political communication, the (cognitive, emotional, and behavioral).
3. The variable of party affiliation affects the assessment of coverage characteristics of (government/private) TV channels during the previous 2020 parliamentary elections.
4. The variable of party affiliation affects the degree of confidence in the coverage of (government/private) television channels for the previous 2020 parliamentary elections.
5. The variable of party affiliation affects the hostile view towards (governmental/private) TV channels during their coverage of the previous parliamentary elections 2020.

Keywords:(Bias - television coverage - media hostility -patterns of political communication)