

## التغطية الصحفية للحملات الانتخابية للمرشحين لرئاسة الجمهورية

### في الصحافة المصرية خلال عام 2012

سامح حسنين عبد الرحمن أحمد(\*)

إشراف /أ.د. سليمان صالح (\*\*)

#### مقدمة:

تلعب وسائل الإعلام دوراً بارزاً في تشكيل الإدراك والوعي السياسي، فكثير من الدراسات والبحوث التي اهتمت بالاتجاهات والسلوك السياسي للأفراد وجدت أن وسائل الإعلام أصبحت أكثر تأثيراً في الأوساط الجماهيرية ولدى الأنظمة السياسية، ولا ريب في أن ثورة الاتصالات في العقود القليلة الماضية أدت إلى زيادة هذا النفوذ والتأثير لوسائل الإعلام بشكل كبير. (1) وقد أشارت دراسات عديدة إلى الدور المؤثر لوسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام من واقع الدور الذي تؤديه في إمداد الجمهور من مضامين مختلفة تسهم في نشر ثقافة سياسية معينة(2). كما أكدت الدراسات الاتصالية ذات الطابع السياسي أن علاقة الحكومة بوسائل الإعلام تؤثر تأثيراً مباشراً على مصداقية هذه الوسائل لدى الرأي العام(3). ومن ثم تحديد مدى فاعلية الدور الذي يقوم به الإعلام في توسيع القاعدة الجماهيرية التي تشارك في صنع القرار من خلال السماح له بممارسة حقه في الاتصال والتعبير عن الرأي. وهي في ذلك كله تؤدي دوراً محورياً بحيث لا يمكن الفصل بين أداء النظام السياسي وأداء النظام الإعلامي، أو معالجة كل نظام على حدة بعيداً عن الآخر(4). وفي هذا الإطار يلعب الإعلام السياسي دوراً أساسياً في تدعيم المفاهيم السياسية بشكل عام والربط بين الجماهير وتطبيق السياسة في ضوء الإطار العام لخدمة المجتمع. وما أكده كارل دويتش "K.Deutch" من أن عملية الاتصال تعد بمثابة الجانب المحوري في أي نظام سياسي على أساس نموذج الذي أشار إلى أن توافر المعلومات يساعد الفرد على اتخاذ قرار يترجم إلى أفعال تنفيذية فيما بعد(5). حيث تتأثر الصورة الذهنية لدى الرأي العام بدرجة كبيرة بما تنشره الصحافة وما تبثه وسائل الإعلام وتطرحه كافة وسائل الاتصال والمعلومات. ويمكن لوسائل الاتصال الجماهيري وفي مقدمتها الصحافة أن تؤثر في العملية السياسية في عدة طرق، أولها: أنها تؤثر في المنافسة

(\*) باحث دكتوراه

(\*\*) الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

الانتخابية، حيث تعد هذه الوسائل القنوات الأساسية الأكثر اتساعاً التي تحمل العروض والمنتجات والوعود السياسية للأحزاب والمرشحين السياسيين إلى الناخبين المحتملين، وثانيها: أنها توجه نظر الناخبين إلى الإجراءات التي يتخذها السياسيون، والتي ليس في مقدور الناخبين إدراكها بشكل مباشر، مثل: حالة العجز في ميزانية الدولة، أو ارتفاع معدلات البطالة. وإلى الأفراد المسؤولين عن القضايا التي تحظى باهتمام الناخبين، وثالثتهما: أنها تؤثر في العملية السياسية من خلال تأثيرها في الأوزان والأهمية النسبية، التي يعطيها الناخبون للقضايا المختلفة عند اختيار العرض أو المنتج السياسي الذي سيصوتون له<sup>(6)</sup>.

هذا وبعد اندلاع ثورة الخامس والعشرين من يناير "2011م" في مصر وإسقاط النظام وحل الحزب الوطني الحاكم تم إجراء الانتخابات البرلمانية يعقبها إجراء الانتخابات الرئاسية حيث دارت رحى المنافسة الانتخابية على منصب رئيس الجمهورية بين ثلاثة عشر مرشحاً رئاسياً وهم "أبو العز الحريري، أحمد شفيق، حسام خيرالله، حمدين صباحي، خالد علي، عبدالله الأشعل، عبد المنعم أبو الفتوح، عمرو موسى، محمد مرسي، محمد سليم العوا، محمد فوزي، محمود حسام، هشام البسطويسي".

#### - تحديد المشكلة البحثية:

يؤكد الباحثون في مجالي السياسة والإعلام على أهمية العلاقات المتبادلة بينهما، وأن كل منهما يتأثر ويؤثر في الآخر. فالسياسة لا يمكن تصورهما بدون وسائل اتصال جماهيرية تربط بينها وبين مفردات المجتمع، والمتلقي يعتمد على وسائل الاتصال كجسر يربط بينه وبين صانعي القرارات. فهي تشارك في العملية السياسية من خلال تركيز الانتباه على قضايا معينة من شأنها أن تدعم أو تغير الصورة الذهنية لدى الأفراد وهذه بدورها تؤثر في السلوك السياسي لهم<sup>(7)</sup>. وتعد الانتخابات أحد المظاهر المعبرة عن المشاركة السياسية، مما يجعلها تحظى باهتمام الباحثين وبالتالي فإن التغطية الإعلامية والدور الذي يلعبه الإعلام في تناوله لهذا الحدث السياسي هو دور يكتسب أهمية خاصة نظراً للتأثير الذي يفرضه الإعلام على الجماهير وبالتالي التأثير على توجهاتها إزاء العملية الانتخابية<sup>(8)</sup>.

فالانتخابات من أقوى أنماط المشاركة السياسية من جانب المواطن وأحد مظاهر التعبير عن الرأي العام حيث تتطلب التفكير في موضوع الانتخاب المطروح، والإدلاء بالرأي فيه، واتخاذ موقف معين من القضية المطلوب البت فيها انتخابياً سواء بالمشاركة الإيجابية، أو بالعزوف عنها، وفي حالة المشاركة هل يوافق أم يرفض المعروض عليه؟ ماذا يختار؟ ومن يختار؟... وهكذا. ومادامت العملية الانتخابية تمثل قمة التعبير عن الأنشطة السياسية ومظهراً من مظاهر الممارسة الديمقراطية، فإن دور الصحافة في تناول هذه العملية يصبح ذا دلالة خاصة نظراً لأن الصحافة تحظى بنسبة تعرض من قبل الجمهور تؤهلها لكي تكون مصدراً رئيسياً من مصادر حصول الأفراد على المعلومات والبيانات الخاصة بالأحداث الجارية، مما يؤهلها لتكون مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومات الخاصة بالعملية الانتخابية وكل ما يحيط بها من أحداث.

وفي ضوء ما سبق، يمكن تحديد المشكلة البحثية لهذه الدراسة في: "رصد وتحليل التغطية الصحفية للحملات الانتخابية للمرشحين لرئاسة الجمهورية في الصحافة المصرية عينة الدراسة خلال عام 2012م".

#### - أهمية الدراسة:

- 1- تعد الانتخابات الرئاسية "2012م". أول انتخابات رئاسية يتم إجراؤها في تاريخ مصر بعد ثورة شعبية عظيمة وهي ثورة الخامس والعشرين من يناير حيث نجحت هذه الثورة الشعبية في إسقاط النظام وحل الحزب الوطني الحاكم الذي أفسد الحياة السياسية في مصر. وبالتالي تم إجراء هذه الانتخابات في مناخ تسوده الديمقراطية والشفافية كما شهد بذلك الكثير من المراقبين الدوليين في مصر والعالم.
- 2- نظراً للدور الخطير الذي تلعبه الصحافة في التأثير علي القرار التصويتي للناخبين تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها ترصد وتحليل وقائع الحملات الانتخابية للمرشحين لمنصب رئاسة الجمهورية خلال عام "2012م".
- 3- اتضح من المسح الذي أجراه الباحث للدراسات السابقة التي تناولت الممارسات الانتخابية أنها ما زالت قليلة رغم أهمية الدور الذي تلعبه في المجتمع والتأثير في معظم شؤونه.

- أهداف الدراسة :

يحدد الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في رصد وتحليل التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية التي تمت في مصر عام 2012م. ويتفرع عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية هي :

- 1- التعرف على أهم القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" والمنشورة في صحف الدراسة.
- 2- رصد وتحليل أطر تغطية صحف الدراسة للانتخابات الرئاسية "2012م".
- 3- التعرف على اتجاه المضمون الغالب على التغطية الصحفية في الانتخابات الرئاسية "2012م" في كل صحيفة من صحف الدراسة.
- 4- الكشف عن الفنون الصحفية الأكثر استخداماً في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" بكل صحيفة من صحف الدراسة.
- 5- الكشف عن وسائل الإبراز المستخدمة في عرض التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" في صحف الدراسة.

- الدراسات السابقة:

قام الباحث بتقسيم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين وهما المحور الأول: الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت الانتخابات والحملات الانتخابية:

- دراسة: إكرام محمود سيد "2013م" (9). حيث هدفت إلى رصد وتحليل العلاقة بين متابعة "المدونات السياسية" و "مجموعات الفيس بوك" لحملي الانتخابات "البرلمانية" و "الرئاسية" المصرية والثقة في مضمونها وفي فاعلية الدور السياسي الذي تقوم به. وكشفت نتائج الدراسة أن الأكثر تنظيماً هو الذي يتقدم صدارة السباق الانتخابي والمقصود هنا بالأكثر تنظيماً، أي الأكثر طرحاً للقضايا ذات الصلة بالشأن العام "مسار الرأي العام" والتي تهم الناخبين وتؤثر على نسب الإدلاء بالتصويت لصالح مرشح عن آخر طبقاً لمعايير الطرح ومجمل القضايا الانتخابية.

- دراسة: محمد هاشم، حسن نيازي "2012م"<sup>(10)</sup>. والتي اهتمت بالتعرف على الدور الذي تلعبه شبكة الإنترنت في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجامعي نحو مرشحي انتخابات الرئاسة المصرية "2012م". حيث توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها. أن الإنترنت أداة انتخابية حاسمة في أيدي الشباب الجامعي ويمكن أن يمارسوا من خلاله دوراً هاماً في قبول أو رفض ونقص وزيادة فرص مرشح ما حيث تم رصد استخدام الشباب الجامعي للإنترنت لممارسة عدد من الأنشطة الاتصالية والمشاركات بشكل واضح، تشتمل على حشد المتطوعين والتبرع للمشحين وإرسال التعليقات وتقديم المعلومات والدخول في نقاشات حول وضع المرشحين.
  - دراسة: Ryan L. Claassenr "2011"<sup>(11)</sup> واستهدفت التعرف على العلاقة بين درجة الوعي السياسي للجمهور ومدى تأثره بحملات المرشحين للانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية عام "2004م" حيث توصلت هذه الدراسة إلى أن تأثير الحملات الانتخابية على الجمهور الأكثر وعياً يزداد ثلاثة أضعاف عن تأثيرها على الجمهور منخفض الوعي السياسي ويزداد ضعفين عن تأثيرها على الجمهور متوسط الوعي بالمجال السياسي.
  - دراسة: Hubert Tworzecki, Holli A. Semetko "2010"<sup>(12)</sup>. حيث تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين المتغيرات المرتبطة بالتعرض لوسائل الإعلام وتأثيراتها على المعرفة والاتجاهات والمشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية والرئاسية بهولندا "2005م". وتوصلت الدراسة إلى وجد علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام وسائل الإعلام والمعرفة السياسية والمشاركة في أنشطة الحملات الانتخابية أكثر من تأثيرها على التصويت وثبات الرأي بشأن القضايا الجارية.
- المحور الثاني: الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت نظرية تحليل الإطار الإعلامي:
- دراسة: عاصم حسب الله السيد "2014م"<sup>(13)</sup>. تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل أطر معالجة الصحف العربية للأزمة المالية العالمية في تناولها الصحفي من خلال التعرف على أطر تناول الصحفي العربي للأزمة المالية العالمية من

خلال التركيز على النص الصحفي للصحف العربية. وقد توصلت إلى أن تنوعت الأطر التي استخدمتها صحف الدراسة في عرضها للأزمة المالية العالمية حيث اعتمدت على الإطار الاقتصادي بشكل أساسي ثم إطار المسؤولية وإطار المنافسة، تلاه إطار المقارنة فالإطار الأخلاقي.

- دراسة: رنا سمير أحمد "2012م"<sup>(14)</sup>. والتي هدفت إلى رصد الأطر الخبرية للقضايا السياسية للمواقع الإخبارية والوقوف على الاختلافات فيما بينها في توظيف هذه الأطر الرئيسية والفرعية، فضلاً عن نعمة التغطية الإخبارية السائدة بها. وقد توصلت الدراسة إلى تشابه المواقع الإخبارية "محل الدراسة" في تأطير قضية مستقبل الحكم في مصر لصالح الإطار الذي يطرح احتمالية التغيير بنسبة إجمالية "48,5%" في مقابل الإطار الذي يفترض استمرار الأوضاع القائمة بنسبة "40%" وجاء إطار الصراع كإطار رئيسي مكمل لهذه المنظومة.

- دراسة: **Dimitrova and Stromback "2011"**<sup>(15)</sup>. هدفت إلى مقارنة تغطية أخبار الانتخابات في بلدين مختلفين هما: السويد والولايات المتحدة الأمريكية من خلال تحليل مضمون نشرات الأخبار التلفزيونية المسائية. حيث أظهرت النتائج استخدام إطار اللعبة الإستراتيجية على نحو أكثر كثافة في التغطية التلفزيونية الأمريكية وارتبط ذلك باستخدام محلي وسائل الإعلام ونشطاء الحملة الانتخابية في كلا البلدين، بينما برز المواطنون العاديون كمصادر لتأطير قضية الانتخابات ارتباطاً باتجاه الفاعلين السياسيين لاستخدام إطار الصراع.

- دراسة: **Entman "2010"**<sup>(16)</sup>. والتي اهتمت برصد تحيز وسائل الإعلام في إطار تغطية الحملة الانتخابية الرئاسية "2008م" حيث أوضحت نتائج الدراسة أن الأطر تقدم في كثير من الأحيان جانب على آخر في الصراعات السياسية، وينتج التأطير المتحيز من خلال التفاعل بين تطورات العالم الحقيقي والمعايير الثقافية وقواعد القرار الصحفي.

## الإطار النظري للدراسة:

### نظرية تحليل الإطار الإعلامي (Framing Analysis theory):

تعد نظرية تحليل الإطار الإعلامي واحد من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا<sup>(17)</sup> وبالتالي فإن نظرية ( تحليل الأطر الخبرية) تقدم تفسيراً نظرياً منتظماً لدور وسائل الإعلام في وضع الأطر المرجعية التي يستند إليها أفراد الجمهور في تقييمهم للأحداث والقضايا المثارة ويتسع نطاق هذه النظرية ليشمل دراسة (الاتجاهات) (إلى جانب ( المعارف ) حيث تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام تمارس تأثيراً ذا دلالة ، في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو القضايا المختلفة خلال فترة زمنية معينة كما أن هذه النظرية تطرح حلاً نظرياً ومنهجياً لرصد وتحليل المحتوى غير الصريح للرسالة الإعلامية وذلك من خلال دراسة السياق الذي يندرج المضمون الخبري في طياته فضلاً عن تحديد المرجعية التي يستند إليها القائمون بالاتصال في تناولهم للأحداث بالقضايا المختلفة من ناحية أخرى فإن نظرية ( تحليل الأطر الخبرية ) تفترض أن تأثير الأطر الخبرية قد يمتد ليشمل ( النوايا السلوكية ) لأفراد الجمهور وقد أكدت نتائج بعض الدراسات التي أجريت في سياق الحملات الانتخابية في الولايات المتحدة الأمريكية صحة هذا الفرض<sup>(18)</sup>.

ومن هنا تكمن أهمية تأثير الإطار ليس فقط من خلال ما يؤكد عليه من أبعاد متعلقة بالموضوع فحسب ، ولكن أيضاً من خلال ما يستبعده من جوانب حيث أن حذف تعريفات محتملة لمشكلة ما وتوضيحات وتقييمات وتوصيات بشأنها يمكن أن يكون بنفس درجة أهمية تضمينها في إرشاد الجمهور وتوجيهه<sup>(19)</sup> وفي هذا الصدد أشار ليبيز 1989 (Libes 1989) إلى أنه لا توجد حقيقة واحدة موضوعية في أية قصة خبرية<sup>(20)</sup> حيث إن الأطر الإخبارية لا تقدم في أغلب الأحوال تغطية موضوعية بل تقوم باختيار وسرد الحقائق بشكل يعيد صياغة أسلوب فهم العامة بما يتفق مع رؤي القائم بالاتصال وتوجهاته وأهدافه كما يتفق الإطار الإخباري أو الفكرة المركزية مع النسق الاجتماعي والثقافي والاقتصادي. ومن هنا فإن الأخبار تفتقد التكوين البنائي إن لم يتم ربطها ووضعها ضمن سياق مقبول ومحدد يدعمها ويزيد من تماسكها وتأثيرها علي الوعي والإدراك<sup>(21)</sup>.

### - الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### - نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية حيث تقع هذه الدراسة ضمن دراسات الاتصال السياسي التي تبحث في ظاهرة سياسية في إطار ارتباطها بأداء وسائل الإعلام وتحديداً الصحافة، وذلك للتعرف على حدود الدور الذي تقوم به الصحافة في القضايا السياسية المحلية. والتي تتمثل هنا تتمثل في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية في مصر "2012م".

#### - مناهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في بعدها التحليلي علي تطبيق المنهجين التاليين :

**1- المنهج المسحي:** حيث تم استخدام هذا المنهج (الإعلامي) في هذه الدراسة من خلال مسح مضمون عينة بأسلوب الحصر الشامل للحملات الانتخابية للمرشحين لرئاسة الجمهورية والمنشورة بصحف الدراسة (الأهرام - الوفد- المصري اليوم- الحرية والعدالة - النور) ، خلال الفترة من "2012/4/30م" وحتى "2012/6/16م". وذلك بهدف التعرف علي كيفية معالجة صحف الدراسة للحملات الانتخابية للمرشحين لرئاسة الجمهورية خلال هذه الفترة .

**2- المنهج المقارن :** ويستخدم الباحث هذا المنهج للوقوف بين أوجه التشابه والاختلاف فيما يتعلق برصد وتحليل الصحف المصرية عينة الدراسة للانتخابات الرئاسية 2012، والعوامل المؤثرة في ذلك من خلال المقارنة بين مضمون المادة التحريرية الخاصة بالانتخابات الرئاسية في صحف الدراسة الخمسة (الأهرام - الوفد - المصري اليوم - الحرية والعدالة - النور) ذات التوجهات الفكرية المتباينة.

-أدوات جمع البيانات : اعتمدت الدراسة الحالية علي الأداة البحثية التالية:-

#### - تحليل المضمون:

ويقصد بتحليل المضمون "دراسة المادة الإعلامية التي تقدمها الوسيلة بهدف الكشف عما تريد هذه الوسيلة أن تبلغه لجمهورها"<sup>(22)</sup>.



حيث لم تقتصر الدراسة علي التحليل الكمي فحسب بل أتبع أسلوب التحليل الكيفي. وبالتالي يعتبر تحليل المضمون بهذه الكيفية من أفضل الأدوات البحثية لتحليل محتوى صحف الدراسة (الأهرام- الوفد – المصري اليوم - الحرية والعدالة - النور) والخاص بالحملات الانتخابية للمرشحين لرئاسة الجمهورية خلال فترة الدراسة وذلك من خلال استمارة تحليل المضمون التي صممها الباحث حيث تم عرضها على عدد من المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة لتحقيق أهداف ومتطلبات الدراسة.

- نتائج الدراسة ومناقشتها:

### 1- أهم القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م":

#### جدول رقم (1)

يوضح أهم فئات القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" بصحف الدراسة

صحف الدراسة القضايا المطروحة	الأهرام		الوفد		المصري اليوم		الحرية والعدالة		النور		المجموع	
	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية
سياسية	317	27,28	260	25,29	279	23,31	346	24,49	31	15,05	1233	24,63
اقتصادية	304	26,16	259	25,19	287	23,98	368	26,4	56	27,18	1274	25,45
اجتماعية	285	24,53	258	25,10	309	25,81	297	21,2	69	33,50	1218	24,33
أمنية وعسكرية	256	22,03	251	24,42	322	26,90	402	28,45	50	24,27	1281	25,59
المجموع	1162	%100	1028	%100	1197	%100	1413	%100	206	%100	5006	%100

- هذا وبالمقارنة بين صحف الدراسة "الأهرام – الوفد – المصري اليوم – الحرية والعدالة – النور" يتضح أن فئة (القضايا الأمنية والعسكرية) احتلت المرتبة الأولى بنسبة "25,59%" من إجمالي فئات القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية بصحف الدراسة. حيث بلغت نسبتها في صحيفة الحرية والعدالة "28,45%". تليها صحيفة المصري اليوم بنسبة "26,90%". ثم صحيفة الوفد بنسبة "24,42%". فصحيفة النور بفارق ضئيل حيث بلغت نسبتها "24,27%". لتأتي صحيفة الأهرام بنسبة "22,03%".

- استحوذت فئة (القضايا الاقتصادية) على المرتبة الثانية بنسبة "25,45%" من إجمالي فئة القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية بصحف الدراسة. فجاءت في صحيفة النور بنسبة "27,18%". تليها صحيفة الأهرام بنسبة "26,16%". فصحيفة الحرية والعدالة بفارق ضئيل حيث بلغت نسبتها "26,04%" ثم صحيفة الوفد بنسبة "25,19%". وتأتي صحيفة المصري اليوم بنسبة "23,98%".

- جاءت فئة (القضايا السياسية) في المرتبة الثالثة بنسبة "24,63%" من إجمالي فئات القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية بصحف الدراسة. ففي صحيفة الأهرام بلغت نسبتها "27,28%". تليها صحيفة الوفد بنسبة "25,29%". ثم صحيفة الحرية والعدالة بنسبة "24,49%". فصحيفة المصري اليوم بنسبة "23,31%". وأخيراً صحيفة النور بنسبة "15,05%".

- تأتي فئة (القضايا الاجتماعية) في المرتبة الرابعة بنسبة "24,33%" من إجمالي فئات القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية بصحف الدراسة. فكانت في صحيفة النور بنسبة "33,50%". تليها صحيفة المصري اليوم بنسبة "25,81%". فصحيفة الوفد بنسبة "25,10%". ثم صحيفة الأهرام بنسبة "24,53%". لتأتي صحيفة الحرية والعدالة بنسبة "21,02%".

هذا ويلاحظ بوجه عام وجود تقارب نسبي في النسب المئوية بين صحف الدراسة وذلك من حيث الاهتمام بتغطية قضايا الانتخابات الرئاسية المطروحة في هذه الصحف محل الدراسة. الأمر الذي قد يرجع إلى هامش الديمقراطية الذي ازداد اتساعاً في أعقاب ثورة 25 يناير خاصة بعد سقوط رأس النظام وحل الحزب الحاكم الذي كان يهيمن على مؤسسات الدولة. الأمر الذي انعكس بدوره على السياسة التحريرية للصحف في تغطياتها في تناولها لقضايا الانتخابات الرئاسية. هذا فضلاً عن احتدام شدة المنافسة في هذه الانتخابات لإيمان كل من المرشحين والناخبين بأنها ستجرى في جو من الديمقراطية والشفافية يضمن نزاهة نتائجها. الأمر الذي نتج عنه وجود اهتمام متوازن من قبل الصحافة بطرح جميع القضايا الانتخابية التي تهم المواطنين بمنتهى الحرية والشفافية والحيادية.

2- الأطر الإعلامية الذي وظفتها صحف الدراسة في تغطيتها الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م":

جدول رقم (2)

يوضح فئات الأطر الإعلامية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" بصحف الدراسة

صف الدراسة الأطر الإعلامية	الأهرام		الوفد		المصري اليوم		الحرية والعدالة		النور		المجموع	
	النسبة المنوية	تكرار طرحها	النسبة المنوية	تكرار طرحها	النسبة المنوية	تكرار طرحها	النسبة المنوية	تكرار طرحها	النسبة المنوية	تكرار طرحها	النسبة المنوية	تكرار طرحها
إطار الصراع	2,41	28	3,11	32	2,59	31	3,40	48	6,31	13	3,04	152
إطار الدفاع	8,26	96	6,42	66	9,02	108	4,32	61	8,25	17	6,95	348
إطار الهجوم	13,86	161	16,34	168	14,95	179	18,42	242	13,59	28	15,54	778
الإطار الدعائي	24,78	288	22,57	232	26,15	313	23,21	328	21,36	44	24,07	1205
إطار القضية	10,50	122	8,37	86	10,69	128	8,63	122	7,77	16	9,47	474
إطار الأسباب	4,91	57	6,42	66	5,68	68	6,23	88	5,83	12	5,81	291
إطار الحلول	16,01	186	15,47	159	16,54	198	15,78	223	10,68	22	15,74	788
إطار المرجعية الدينية	5,94	69	4,67	48	6,35	76	10,47	184	16,02	33	7,47	374
إطار المرجعية القانونية	2,75	32	7,68	79	2,76	33	2,55	36	1,94	4	3,68	184
إطار المرجعية التاريخية	6,45	75	5,45	56	3,43	41	4,81	68	5,34	11	5,01	251
إطار الاهتمامات الإنسانية	4,13	48	3,50	36	1,84	22	3,47	49	2,91	6	3,22	161
المجموع	%100	1162	%100	1028	%100	1197	%100	1413	%100	206	%100	5006

يتبين من القراءة التحليلية للبيانات الإحصائية الواردة بالجدول السابق رقم

(2) ما يلي:

- حاز الإطار (الدعائي) على المرتبة الأولى بنسبة "24,07%" من إجمالي فئات الأطر الإعلامية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية بصحف الدراسة. حيث جاء في صحيفة المصري اليوم بنسبة "26,15%". تليها صحيفة الأهرام بنسبة "24,78%". ثم صحيفة الحرية والعدالة بنسبة "23,21%" فصحيفة الوفد بنسبة "22,57%". وتأتي صحيفة النور بنسبة "21,36%".

- جاء إطار (الحلول) في المرتبة الثانية بنسبة "15,74%". وذلك من إجمالي فئات الأطر الإعلامية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية بصحف الدراسة. ففي صحيفة المصري اليوم "16,54%" تليها صحيفة الأهرام بفارق ضئيل حيث بلغت نسبتها "16,01%". ثم صحيفة الحرية والعدالة بنسبة "15,78%" فصحيفة الوفد بنسبة "15,47%". وأخيراً صحيفة النور بنسبة "10,68%".

- احتل إطار (الهجوم) المرتبة الثالثة بنسبة "15,54%". من إجمالي فئات الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحف الدراسة في تغطيتها الصحفية للانتخابات الرئاسية. حيث جاء في صحيفة الحرية والعدالة بنسبة "18,42%". تليها صحيفة الوفد بنسبة "16,34%". ثم صحيفة المصري اليوم بنسبة "14,95%". في حين تأتي صحيفة الأهرام بنسبة "13,86%" وصحيفة النور بفارق بسيط حيث كانت نسبتها "13,59%".

هذا ويلاحظ استحواذ الإطار (الدعائي) على المرتبة الأولى من بين فئات الأطر الإعلامية للدراسة وهو أمر بديهي حيث أن موضوع الدراسة يتعلق بالتغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" حيث تحرص الصحف على تغطية الحملات الدعائية للمرشحين وذلك من خلال عرض وتقديم برامجهم الانتخابية فضلاً عن سمات المرشح وتاريخه ومواقفه السياسية وقدراته وإمكاناته. كما يلاحظ أيضاً تقدم كلاً من الصحف القومية والخاصة "محل الدراسة" في نسبة استخدامها للإطار الدعائي في تغطيتها للانتخابات الرئاسية "2012م" مقارنة بالصحف الحزبية "محل الدراسة" الأمر الذي قد يرجع على حرص كل من الصحف القومية والخاصة على تغطية الحملات الدعائية لجميع المرشحين في الانتخابات من خلال عرض برامجهم وجولاتهم الانتخابية في حين تكتفي الصحف الحزبية بتغطية النشاط الدعائي لمرشح الحزب فقط.

3- اتجاه المضمون الغالب على التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" في كل صحيفة من صحف الدراسة:

### جدول رقم (3)

يوضح فئات اتجاه المضمون الغالب على التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" في كل صحيفة من صحف الدراسة

المجموع	النور		الحرية والعدالة		المصري اليوم		الوفد		الأهرام		صفحة الدراسة اتجاه المضمون (التأييد)
	تكرار النسبة المئوية	تكرار طرحها	تكرار النسبة المئوية	تكرار طرحها	تكرار النسبة المئوية	تكرار طرحها	تكرار النسبة المئوية	تكرار طرحها	تكرار النسبة المئوية	تكرار طرحها	
15,48	775	13,59	28	14,01	198	15,37	184	15,37	158	17,81	207
38,03	1904	31,55	65	24,56	347	50,29	602	33,17	341	47,25	549
46,48	2327	54,85	113	61,43	868	34,34	411	51,46	529	34,94	406
%100	5006	%100	206	%100	1413	%100	1197	%100	1028	%100	1162

- هذا وبمقارنة بيانات الشكل السابق رقم (3) والخاص باتجاهات التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية المنشورة في صحف الدراسة. يتبين أن فئة (الاتجاه السلبي "الرفض") حازت على المرتبة الأولى بنسبة "46,48%" من إجمالي فئات اتجاه المضمون الغالب على التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية المنشورة في صحف الدراسة. حيث بلغت نسبة (الاتجاه السلبي) للتغطية في صحيفة الحرية والعدالة "61,43%". تليها صحيفة النور بنسبة "54,85%". فصحيفة الوفد بنسبة "51,46%". ثم صحيفة الأهرام بنسبة "34,94%" في حين تأتي صحيفة المصري اليوم بفارق بسيط حيث بلغت نسبتها "34,34%".

- احتلت فئة (الاتجاه المحايد "الموضوعي") المرتبة الثانية بنسبة "38,03%" من إجمالي فئات اتجاه المضمون الغالب على التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية المنشورة في صحف الدراسة. ففي صحيفة المصري اليوم بلغت نسبته "50,29%". تليها صحيفة الأهرام بنسبة "47,25%". بينما جاء في صحيفة الوفد بنسبة "33,17%". فصحيفة النور بنسبة "31,55%". ثم صحيفة الحرية والعدالة بنسبة "24,56%".

- جاءت فئة (الاتجاه الإيجابي "التأييد") في بنسبة "15,48%" من إجمالي فئات اتجاهات التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية المنشورة في صحف الدراسة. حيث جاء في صحيفة الأهرام بنسبة "17,81%". يليها صحيفتي الوفد والمصري اليوم بنسبة "15,37%" لكل منهما. ثم صحيفة الحرية والعدالة بنسبة "14,01%". فصحيفة النور بنسبة "13,59%".

هذا ويلاحظ غلبة (الاتجاه السلبي "الرفض") على اتجاه مضمون التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" المنشورة في صحف الدراسة وخاصة بين الصحف الحزبية سواء ذات التوجه الليبرالي ممثلة في صحيفة "الوفد" أو ذات المرجعية الدينية ممثلة في كلاً من صحيفتي "الحرية والعدالة"، "النور". وهو أمر يراه الباحث بديهياً حيث تم إجراء الانتخابات الرئاسية في أعقاب ثورة شعبية عظيمة على الفساد الذي انتشر في جميع أوصال الدولة المصرية. حيث تم إجراء هذه الانتخابات وسط هذا الجو الثوري المشبع بالغضب الشعبي ومع ظهور قوى سياسية جديدة على الساحة في مقدمتها الأحزاب السياسية ذات المرجعية الدينية. لذلك كان

منطقياً أن يسود هذا (الاتجاه السلبي "الرفض") التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" بين صحف الدراسة. هذا فضلاً عن أن الصحف الحزبية "محل الدراسة" قد تكون لجأت إلى استخدام هذا الاتجاه في التغطية لمغازلة الناخبين وكسب أصواتهم وذلك من خلال مسايرة كلاً من المناخ الثوري والمزاج الشعبي السائد في البلاد أثناء تلك الفترة من إجراء الانتخابات الرئاسية "2012م".

4- الفنون الصحفية الأكثر استخداماً في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" بكل صحيفة من صحف الدراسة:

#### جدول رقم (4)

يوضح فئات الفنون الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" بصحف الدراسة

المجموع	النور		الحرية والعدالة		المصري اليوم		الوفد		الأهرام		صحف الدراسة الفنون الصحفية	
	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها	النسبة المئوية	تكرار طرحها		
32,36	1620	15,53	32	33,97	480	35,25	422	30,84	317	31,76	369	الخبر
24,05	1204	13,59	28	23,99	339	25,65	307	22,67	233	25,56	297	التقرير
1,74	87	2,91	6	9,90	14	1,84	22	1,65	17	2,41	28	التحقيق
4,17	209	3,40	7	4,88	69	4,85	58	3,99	41	2,93	34	الحديث
2,52	126	3,40	7	3,40	48	1,42	17	3,11	32	1,89	22	المقال الافتتاحي
8,81	441	10,68	22	7,99	113	8,10	97	10,41	107	8,78	102	المقال التحليلي
18,14	908	41,75	86	18,54	262	13,28	159	20,04	206	16,78	195	العمود الصحفي
0,86	43	-	-	1,49	21	-	-	2,14	22	-	-	الكاريكاتور
4,55	228	5,34	11	3,04	43	6,18	74	3,11	32	5,58	68	صور مصحوبة بتعليق
2,80	140	3,40	7	1,70	24	3,43	41	2,04	21	4,04	47	رسائل القراء
%100	5006	%100	206	%100	1413	%100	1197	%100	1228	%100	1062	المجموع

يتضح من القراءة التحليلية للبيانات الإحصائية الواردة بالجدول السابق

رقم (4) الآتي:

- احتل (الخبر) المرتبة الأولى بنسبة "32,36%" من إجمالي فئات الفنون الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" بصحف الدراسة. فجاء في صحيفة المصري اليوم بنسبة "35,25%". تليها صحيفة الحرية والعدالة

بنسبة "33,97%". ثم صحيفة الأهرام بنسبة "31,76%". فصحيفة الوفد بنسبة "30,84%". وأخيراً صحيفة النور بنسبة "15,53%".

- حاز (التقرير الخبري) على المرتبة الثانية بنسبة "24,05%" من إجمالي فئات الفنون الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية بصحف الدراسة. حيث يأتي في صحيفة المصري اليوم بنسبة "25,65%". فصحيفة الأهرام بفارق بسيط حيث بلغت نسبته "25,56%". تليها صحيفة الحرية والعدالة بنسبة "23,99%". ثم صحيفة الوفد بنسبة "22,67%". وأخيراً صحيفة النور بنسبة "13,59%".

- جاء (العمود الصحفي) في المرتبة الثالثة بنسبة "18,14%" من إجمالي فئات الفنون الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية بصحف الدراسة. ففي صحيفة النور بنسبة عالية بلغت "41,75%". تليها صحيفة الوفد بنسبة "20,04%". ثم صحيفة الحرية والعدالة بنسبة "18,54%". فصحيفة الأهرام بنسبة "16,78%". فالمصري اليوم بنسبة "13,28%".

- يأتي (المقال التحليلي) في المرتبة الرابعة بنسبة "8,81%" من إجمالي فئات الفنون الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية الواردة بصحف الدراسة. فحاز في صحيفة النور على نسبة "10,68%". فصحيفة الوفد بفارق بسيط حيث بلغت نسبته "10,41%". ثم صحيفة الأهرام بنسبة "8,78%". فصحيفة المصري اليوم بنسبة "8,10%". بينما جاء في صحيفة الحرية والعدالة بنسبة "7,99%".

يلاحظ استحواذ صحيفة (المصري اليوم) على المرتبة الأولى من بين صحف الدراسة وذلك في استخدامها لكلاً من فن "الخبر"، فن "التقرير الخبري" الأمر الذي يعكس درجة حرص صحيفة (المصري اليوم) على تقديم تغطية إخبارية حية لوقائع الحملات الانتخابية من مؤتمرات وجولات انتخابية لمختلف المرشحين. بينما نجد احتلال صحيفة (النور) للمرتبة الأولى في "العمود الصحفي" الأمر الذي يتفق مع كونها جريدة أسبوعية لذلك غلب على تغطيتها للانتخابات الرئاسية "2012م" الاهتمام بمواد الرأي وعلى رأسها "العمود الصحفي" شأنها في ذلك شأن سائر الجرائد الأسبوعية.

5- العناوين الصحفية المستخدمة في إبراز التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" بكل صحيفة من صحف الدراسة:

جدول رقم (5)

يوضح فئات أنواع العناوين الصحفية المستخدمة في إبراز التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" بصحف الدراسة

نوع العناوين	الأهرام		الوفد		المصري اليوم		الحرية والعدالة		النور		المجموع	
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
العنوان العريض (المانشيت)	113	9,72	116	16,15	141	11,78	297	21,02	28	13,59	745	14,88
العنوان الممتد	551	47,42	462	44,94	501	41,85	598	42,32	91	44,17	2203	44,01
العنوان العمودي	384	33,05	333	32,39	429	35,84	402	28,54	59	28,64	1607	32,10
عناوين فرعية	76	6,54	48	4,67	99	8,27	86	6,09	22	10,68	331	6,61
بدون عنوان	38	3,27	19	1,85	27	2,26	30	2,12	6	2,91	120	2,40
المجموع	1062	%100	1028	%100	1197	%100	1413	%100	206	%100	5006	%100

من البيانات الإحصائية الواردة بالجدول السابق رقم (5) يتضح الآتي:

- جاء (العنوان الممتد) في المرتبة الأولى بنسبة "44,01%" من إجمالي فئات أنواع العناوين الصحفية المستخدمة في إبراز التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" في صحف الدراسة. وتأتي صحيفة الأهرام بنسبة "47,42%" يليها صحيفة الوفد بنسبة "44,94%". فصحيفة النور بنسبة "44,17%". ثم صحيفة الحرية والعدالة بنسبة "42,32%". بينما في صحيفة المصري اليوم بنسبة "41,85%".

- حاز (العنوان العمودي) على المرتبة الثانية بنسبة "32,10%" من إجمالي فئات أنواع العناوين الصحفية المستخدمة في عرض التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" المنشورة في صحف الدراسة. فجاء في صحيفة المصري اليوم بنسبة "35,84%". بينما جاء في صحيفة الأهرام بنسبة "33,05%". حين يأتي في صحيفة الوفد بنسبة "32,39%". ثم في صحيفة النور بنسبة "28,64%". فصحيفة الحرية والعدالة بفارق ضئيل حيث بلغت نسبته "28,45%".



- احتل (العنوان العريض "المانشيت") المرتبة الثالثة بنسبة "14,88%" وذلك من إجمالي فئات أنواع العناوين الصحفية المستخدمة في عرض التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" المنشورة في صحف الدراسة. حيث يأتي في صحيفة الحرية والعدالة بنسبته "21,02%". يليها صحيفة الوفد بنسبة "16,15%". فصحيفة النور بنسبة "13,59%". ثم صحيفة المصري اليوم بنسبة "11,78%". بينما جاء في صحيفة الأهرام بنسبة "9,72%".

- استحوذت (العناوين الفرعية) على المرتبة الرابعة بنسبة "6,61%" من إجمالي فئات أنواع العناوين الصحفية المستخدمة في عرض التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" المنشورة في صحف الدراسة. ففي صحيفة النور بنسبة "10,68%". تليها صحيفة المصري اليوم بنسبة "8,27%" ثم صحيفة الأهرام بنسبة "6,54%". فصحيفة الحرية والعدالة بفارق بسيط حيث كانت بنسبة "6,09%". في حين جاءت في صحيفة الوفد بنسبة "4,67%".

هذا ويلاحظ استخدام الصحف الحزبية الثلاثة محل الدراسة (الوفد ، الحرية والعدالة، النور) للعنوان العريض "المانشيت" بنسبة كبيرة وذلك في عرض تغطيتها الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" وذلك مقارنة بصحيفتي الدراسة (الأهرام ، المصري اليوم) والأمر الذي يعكس مدى اهتمام هذه الصحف الحزبية وحرصها على إبراز المضمون الصحفي للحملة الانتخابية لمرشحها في الانتخابات الرئاسية أو لمن تويده في هذه الانتخابات.

- النتائج العامة للدراسة:

توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج الهامة والتي نقوم بعرضها في ضوء تساؤلات الدراسة.

(1) تصدرت كل من (القضايا الأمنية والعسكرية)، (القضايا الاقتصادية) اهتمامات الصحف الخمسة "محل الدراسة" في تغطيتها الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م".

(2) حاز الإطار (الدعائي) على المرتبة الأولى من بين الأطر الإعلامية المستخدمة في التغطية الصحفية للانتخاب الرئاسية "2012م" بصحف الدراسة. وإن كان

استخدام كلاً من الصحف القومية والخاصة "محل الدراسة" للإطار الدعائي بلغ نسبة أعلى من استخدام الصحف الحزبية "عينة الدراسة" له وذلك في تغطيتها الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م".

(3) يغلب على الصحف القومية ممثلة في صحيفة (الأهرام) الاتجاه "الإيجابي" للمضمون الصحفي الخاص بالانتخابات الرئاسية "2012م". بينما يغلب على الصحف الحزبية ممثلة في كلاً من (الوفد ، الحرية والعدالة ، النور) اتجاه المضمون "السلبى" في حين يغلب على الصحف الخاصة ممثلة في صحيفة (المصري اليوم) الاتجاه "الموضوعي" للمضمون الصحفي الخاص بالانتخابات الرئاسية "2012م".

(4) جاء كلاً من (الخبر ، التقرير الخبري) في مقدمة الفنون الصحفية الأكثر استخداماً في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م" في الصحف الخمسة "محل الدراسة".

(5) حاز استخدام الصحف الحزبية "عينة الدراسة" لفن "العمود الصحفي" على نسبة أعلى من استخدام كلاً من الصحف القومية والخاصة "محل الدراسة" وذلك في تغطيتها الصحفية للانتخابات الرئاسية "2012م".

(6) اعتمدت كلاً من الصحف الحزبية ممثلة في (الوفد ، الحرية والعدالة ، النور) على العنوان العريض "المانشيت". بينما اعتمدت الصحف القومية الممثلة في صحيفة (الأهرام) على "العناوين الممتدة" في حين اعتمدت الصحف الخاصة ممثلة في صحيفة (المصري اليوم) على "العناوين العمودية" وذلك في عرض المضمون الصحفي الخاص بالانتخابات الرئاسية "2012م".

#### توصيات ومقترحات الدراسة:

في ضوء النتائج السابقة تقترح الدراسة ما يلي:

(1) حث الباحثين على إجراء مزيد من الدراسات التي تتناول العلاقة بين كلاً من الإعلام والسياسة وخاصة العلاقة بين الصحافة والانتخابات وذلك لسد الفراغ الذي تعاني منه المكتبة العربية في هذا النوع من الدراسات الإعلامية.

(2) يجب على الجرائد الحزبية عند تغطيتها الصحفية للانتخابات الرئاسية مراعاة النقد البناء وذلك عند تناولها للبرامج الانتخابية للمرشحين المنافسين لمرشح الحزب في معركة انتخابات الرئاسة.

- مراجع الدراسة:

- 1) علي سيد علي: "علاقة الانتماء الحزبي في مصر بالتعرض للمواد السياسية في الراديو والتلفزيون: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أسيوط: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2002م).
- 2) Christover B. kewej, "Political Participation and Effect from the social Environment. American journal of Political Science. Vol. 36, 1992.
- 3) إيمان نعمان جمعة: "تأثير التغطية الإعلامية لمجلس الشعب على صورته الذهنية وانعكاساتها على المشاركة في الانتخابات البرلمانية"، القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير/ مارس 2001م.
- 4) أيمن منصور ندا: "الصورة الإعلامية والقرارات السياسية: التكوين والعلاقات المتبادلة"، القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الثاني، إبريل/ يونيو 2001م.
- 5) إيناس أبو يوسف: "الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة القاهرة"، القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير/ مارس 2001م.
- 6) راسم محمد الجمال؛ خيرت معوض عياد: "التسويق السياسي والإعلام: الإصلاح السياسي في مصر"، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005م).
- 7) حنان محمد إسماعيل يوسف: "دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 1996م).
- 8) هويدا مصطفى: "استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التلفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام 2000م"، القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير/ مارس 2001م.
- 9) إكرام محمود سيد عبد الرازق: "معالجة المدونات ومجموعات الفيس بوك لحملتي الانتخابات البرلمانية والرئاسية المصرية خلال عامي "2011 - 2012م"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2013م).
- 10) محمد أحمد هاشم، حسن نيازي الصيفي: "دور الإنترنت في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجامعي نحو مرشحي انتخابات الرئاسة المصرية "2012م": دراسة ميدانية"، منشور في المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يوليو 2012م.
- 11) Ryan L. Claassen. "2011". Political Awareness and partisan Realignment: Are the unaware uninvolved? Political Research Quarterly. (4) 64.

- 12) Huber Tworzecki and Holli A. Semetko. Media Uses and Effects in New Democracies: The pres/Politics 2010 15:155. <http://hij.sagepub.com/content/15/2/155>
- 13) عاصم حسب الله السيد الشيخ: "الأطر الخبرية للمعالجة الصحفية للأزمة المالية العالمية للصحف العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، 2014م).
- 14) رنا سمير أحمد: "أولويات وأطر القضايا السياسية في المواقع الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات الشباب المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم صحافة، 2012م).
- 15) Dimitrova, D.V, Stromback, J, Election news in Sweden and the United States: A comparative study of sources and media frames, Journalism 13 (5), 2011.
- 16) Entman, R. M, Media framing biases and political power: Explaining slant in news of Campaign 2008, Journalism 11 (4), 2010.
- 17) حسن عماد مكاي وليلي حسين السيد: "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، ( القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، ط4 ، 2003 ).
- 18) خالد صلاح الدين حسن: "دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية"، رسالة دكتوراه غير منشورة ، ( جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2001 ).
- 19) Entman , Robert M. , Framing : toward clarification of aftactuted paradigm, Journal of communication, voI , 43, No. 4, Autumn. 1993.
- 20) لمياء البحيري: "التغطية الصحفية لانتخابات مجلس الشعب عام 2004"، القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الخامس ، العدد الأول ، يناير – يونيو 2004.
- 21) إبراهيم مصطفى عبد الوهاب: " المعالجة الإخبارية لقضية الصراع العربي الإسرائيلي : دراسة تطبيقية علي قنوات النيل الدولية والـ B.B.C والقناة الثانية الإسرائيلية"، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2006).
- 22) سمير محمد حسين: "بحوث الإعلام – الأسس والمبادئ"، (القاهرة: عالم الكتب، ط4، 2003م)