

دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية لدى الشباب المصري

د. نشوى حسين حافظ الشلقاني (*)

e-mail: nashwa_elshalakany@cic-cairo.com

ملخص الدراسة

في وقت أصبحت فيه البرامج الحوارية مادة مفضلة لكثير من المشاهدين يتعرفون من خلالها على جديد الأحداث والرؤى المختلفة حول القضايا المثارة في المجتمع، كان طبيعياً أن يلتفت الباحثون إلى أهميتها كمنهجية برامجية تستحق الدراسة لفهم تأثيراتها فيما يتعلق بالقضايا المجتمعية المختلفة. تهتم الدراسة برصد دور هذه البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية لدى الشباب المصري في ظل زخم الأحداث السياسية الحالية التي يتعرض لها المواطن بشكل يومي والتي تتطلب مشاركة سياسية فعالة من الجميع والتخلي عن السلبية التي اتسمت بها الأغلبية الصامتة التي لم تسعى نحو المشاركة السياسية لعقود طويلة. ومن خلال دراسة ميدانية أجريت على عينة من الشباب المصري، تبين بالفعل مدى حرص الشباب المصري على متابعة قضايا المشاركة السياسية التي تتناولها هذه البرامج. كما جاءت مستويات تحفيز الشباب المصري نحو المشاركة السياسية في البرامج الحوارية متوسطة بنسبة كبيرة (66.7%) ثم مرتفعة (24%) ثم منخفضة (9.3%). لذا فإن الدراسة تدعو إلى تطوير إمكانات هذه البرامج لتقوم بدور فاعل لدفع الشباب نحو المشاركة السياسية الإيجابية، خاصة بعدما نجحت ثورة مصر في القضاء على النظام الاستبدادي والاستعداد لإقامة مجتمع يقوم على التعددية السياسية فعلاً لا قولاً، وهو ما يتطلب انخراط ومشاركة الجميع وبصفة خاصة الشباب الذين كانوا وقود ثورة 25 يناير.

الكلمات الدالة: المشاركة السياسية - البرامج الحوارية السياسية - المسئولية الاجتماعية - حرية التعبير

مقدمة

تعد المشاركة السياسية في أي مجتمع محصلة نهائية للعديد من العوامل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تشكل بنيته وسماته، وهي إحدى أهم مبادئ الديمقراطيات الحديثة التي تقوم في الأساس على المواطنة والمساواة في الحقوق والواجبات.

ترتبط المشاركة السياسية أساساً بالحرية الشخصية للمواطن وسيادة قيم المساواة وإقرار الحاكمين بحق المحكومين بأن لهم حقوق دستورية وقانونية تمنحهم الحق بالمشاركة في اتخاذ القرار دون أي ضغوطات، والتي تختلف اختلافاً تاماً عن الأنظمة الشمولية التي تعتمد في حكمها على مبدأ الاحتكار للسلطة وعدم القدرة على تقبل التنوع في الرؤى والتوجهات الفكرية المتنوعة.

وبذلك فالمشاركة السياسية هي ركيزة أساسية من ركائز الديمقراطية، ويتوقف تطور المشاركة السياسية ونموها على إتاحة فرص المشاركة للجميع وجعلها حق أصيلاً يتمتع بها كل إنسان في المجتمع. فكل المواطنين لهم الفرص المتكافئة لصياغة شكل الحكم والإسهام في تقرير مصير دولتهم على النحو الذي يريدونه، بحيث يكون بإمكانهم صياغة الظروف السياسية على النحو الذي يرغبون الحياة في ضله (داود الباز، 2000، 358).

كما أن المشاركة السياسية الهادفة هي التي تخلق أيضاً معارضة قوية تتمتع بقدرة على طرح مجموعة من البدائل القادرة على تنمية المجتمع تنمية شاملة.

ومن ملامح المشاركة السياسية التوجه إلى صناديق الاقتراع في الانتخابات للتصويت من أجل المفاضلة بين أكثر مرشح ويأتي التصويت على رأس هذه الأنشطة السياسية، كما أن الاشتراك في الندوات والمؤتمرات والانضمام للأحزاب والجماعات السياسية المختلفة والنقابات المهنية من أحدى أهم ملامح المشاركة السياسية وقد يصل الأمر في بعض الأحيان إلى الترشح من أجل تقلد أحدى المناصب السياسية.

مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة البحث في استبيان دور البرامج الحوارية في جميع قنوات التلفزيون المصري (الأرضية والفضائية) في تحفيز المشاركة السياسية لدى الشباب المصري خصوصاً في ظل زخم الأحداث السياسية الحالية التي يتعرض لها المواطن بشكل يومي والتي تتطلب مشاركة سياسية فعالة من الجميع والتخلي عن السلبية التي أصبحت سمة مميزة لغالبية المواطنين ممن يطلق عليهم الأغلبية الصامتة التي لا تسعى نحو المشاركة السياسية. فممارسة المشاركة السياسية لا تبدأ من فراغ، وإنما تبدأ من حصاد أو تراكمات التنشئة السياسية للمواطن ابتداءً من مرحلة الطفولة إلى مرحلة الطلائع إلى مرحلة الشباب إلى مرحلة النضج السياسي، من منطلق أن التنشئة السياسية عملية مستمرة ولا تتوقف عند مرحلة معينة، حيث تستهدف نقل الثقافة السياسية من جيل إلى جيل أو إحداث تغيير جزئي أو كلي في مكونات هذه الثقافة.

في هذا السياق فإن التنشئة السياسية والثقافة السياسية والمشاركة السياسية تشكل أضلاع مثلث متكامل ومتداخل هو مثلث الديمقراطية الذي قد تختلف أشكالها ومظاهرها من مجتمع إلى مجتمع آخر، ولكنها (أي الديمقراطية) تظل في جوهرها واحداً. وتقتضي الديمقراطية هنا كفاءة حريات التعبير بجميع صورها وأشكالها، وفي مقدمتها حرية الصحافة ووسائل الإعلام السمعية والبصرية والإلكترونية، حيث تلعب وسائل الإعلام المختلفة دوراً مهماً في كل مراحل التنشئة السياسية، والمشاركة السياسية عن طريق ما تنتشره وتبثه من أفكار وقيم واتجاهات بشكل مبسط وجذاب مما يسهل تأثيرها في المتلقي.

هكذا يتركز دور الإعلام أساساً في تمكين المواطن من فهم ما يجري محلياً وعربياً ودولياً، وتنمية قدراته للمشاركة السياسية باعتبارها حق وواجب المواطنة، ونجاح الإعلام في هذه المسؤولية الوطنية يكتمل بمخاطبة مختلف قطاعات وفئات المجتمع المدني وأيضاً فئات المهتمين الذين لا ينتمون إلى أحزاب أو اتحادات ومنظمات المجتمع المدني، ويتحقق هذا بدور الإعلام في بلورة ثقافة سياسية ترسخ قيم الممارسة الديمقراطية (احمد يوسف القرعى، 2010، 1).

الأهمية العلمية والعملية وأهداف الدراسة:**أهمية الدراسة**

أولاً: الأهمية العلمية: وتتمثل الأهمية العلمية الخاصة بالدراسة الحالية في التالي:

- 1 - يعتبر ارتفاع نسب مشاهدة البرامج الحوارية من احدي أهم المؤشرات التي تكشف أهمية تلك البرامج في حياة المشاهدين لقدرتها علي توجيههم نحو المشاركة السياسية الفعالة بما تتيحه من معلومات وبيانات وفيرة لا تتوافر في غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى.
- 2 - تعتبر قضايا المشاركة السياسية من أهم القضايا المطروحة علي الأجندة السياسية المصرية والتي شكلتها التحديات المحلية والدولية وساهمت في تكريسها وسائل الإعلام والبرامج الحوارية المتنوعة، في الوقت الذي لم تسعي فيه الدراسات العربية إلى دراسة وتحليل تلك الظاهرة تحليلًا شاملاً وافياً الأبعاد.
- 3 - ندرة الدراسات العربية التي اهتمت بدراسة وتحليل دور قالب برامجي مهم (البرامج الحوارية) في تحفيز المشاركة السياسية لمشاهديها، بما تمثله تلك البرامج من قدرة هائلة علي مواكبة المتغيرات اليومية في المجتمع بشكل تقني عال الجودة وقدر كبير من الحرية.
- 4 - يعتبر الشباب من الفئات العمرية المهمة التي يبني عليها الآمال نحو النهوض والتماس طريق التقدم عن طريق المشاركة الايجابية في جميع مظاهر الحياة وهو ما لم تهتم به غالبية الدراسات العربية، وتسعي هذه الدراسة إلى التركيز عليه.

ثانياً: الأهمية التطبيقية: تتمثل الأهمية التطبيقية الخاصة بالدراسة الحالية في:

- 1 - تقديم مؤشرات علمية مقننة للقائمين على وسائل الإعلام المرئية حول حدود دور البرامج الحوارية الحالية في توفير المشاركة السياسية للمواطنين من أجل الإجابة والتطوير مستقبلاً.
- 2 - كونها محاولة جادة لتفعيل الدور الاجتماعي للبرامج الحوارية في القنوات المصرية في توفير المشاركة السياسية للشباب المصري كخطوة أولى من خطوات المشاركة السياسية الايجابية الذي بات أكثر أهمية بعد ثورة الخامس والعشرين من يناير التي كان أحد أهم أهدافها إقامة مجتمع ديمقراطي حر يقوم على التعددية والمشاركة السياسية.

أهداف الدراسة:

وتتمثل أهداف الدراسة الحالية في هدف عام وهو " معرفة دور البرامج الحوارية في جميع قنوات التلفزيون المصري في تحفيز المشاركة السياسية لدى الشباب المصري " ولتحقيق هذا الهدف تجد الباحثة أنها أمام مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل في:

1. التعرف علي متابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية.
2. الكشف عن دور البرامج الحوارية في إمداد الشباب المصري بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية لم يكونوا على معرفة بها من قبل.
3. قياس اتجاهات الشباب المصري نحو دور البرامج الحوارية في تحفيزهم نحو المشاركة السياسية.
4. تحليل مقترحات الشباب المصري لتطوير البرامج الحوارية لكي تعالج قضايا المشاركة السياسية بشكل أفضل مستقبلاً.

مراجعة الدراسات السابقة: يمكن عرض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة في إطار محورين:

المحور الأول: دراسات ذات صلة بالإعلام والمشاركة السياسية

حظي موضوع الإعلام والمشاركة السياسية باهتمام واسع من قبل الباحثين في مجال الإعلام سواء في العالم العربي أو في الغرب. ويمكن فيما يلي عرض أهم هذه الدراسات كما يلي:

في دراسة (أميمة محمد عمران، 2001) حول دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي، وجد أن وسائل الإعلام تقوم بدور إيجابي وفعال في المشاركة السياسية للمرأة وفي حثها على مباشرة حقوقها السياسية، إلى جانب مساهمتها في تشكيل الرأي العام وتوجيهه. كما أثبتت وجود علاقة إيجابية بين التعرض للمواد السياسية المقدمة بوسائل الإعلام ومعدل المشاركة في العمل السياسي بوجه عام. وعلى الجانب الآخر، كشفت دراسة (أميرة محمد العباسي، 2003) عن المشاركة السياسية للمرأة المصرية ودور الإعلام في تفعيل هذه المشاركة، عن وجود ضعف واضح في مستويات ممارسة المرأة للأنشطة السياسية في صورها التقليدية كالمشاركة الانتخابية والانتماء الحزبي والاهتمام السياسي مما يشير إلى ضعف الدور السياسي الذي تقوم به المرأة المصرية بوجه عام.

أما عن حرية وسائل الإعلام وتأثيرها على المعرفة والمشاركة السياسية، فقد أجري (Leeson, 2008) دراسة علي عينة من مواطني 60 دولة حول العالم قوامها 59000 مفردة بواقع 1000 مفردة من كل دولة من 58 دولة منها ثم 500 مفردة من دولتين منهم، وذلك للتعرف على العلاقة بين تحرر وسائل الإعلام من سيطرة الحكومة ومشاركتهم السياسية بين 1999 إلى 2002، وانتهت إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين وسائل الإعلام المتحررة من سيطرة الحكومات واستعداد المواطنين للمشاركة السياسية، ذلك لأن وسائل الإعلام تتيح تناول ومعالجة الكثير من الموضوعات بحرية كبيرة مما يزيد من معرفة المواطنين بالموضوعات والقضايا السياسية، ومن ثم مشاركتهم في العملية السياسية. في حين أوضحت دراسة (Boomgaarden & Vreese, 2006) حول الفروق في التأثير بين التعرض لوسائل الإعلام في المعرفة والمشاركة السياسية، أن التعرض للمنافذ الإخبارية التي تقدم جرعة سياسية كبيرة يساهم في زيادة المعرفة السياسية للمواطنين ويزيد من ميلهم للتصويت، فيما لا يؤثر التعرض للمنافذ الإخبارية في وسائل الإعلام التي تقدم مضمون سياسي قليل إيجاباً في المواطنين. أما دراسة (Malthouse, Calder & Peer, 2003) والتي سعت إلى تقييم تأثير استهلاك وسائل الإعلام الإخبارية على مشاركة المواطنين السياسية وحثهم عليها، فقد أظهرت أن قراءة الصحف ترتبط إيجاباً بالسلوك الخاص بالتصويت في الانتخابات علي خلاف التعرض للتلفزيون، وأن العلاقة قوية بالنسبة للمحتوي الإخباري في وسائل الإعلام عن المحتوى الترفيهي. كما لا تتأثر عملية المشاركة السياسية بوسيلة إعلامية بمفردها بل جميع وسائل الإعلام هي التي تدفع المواطنين إلى المشاركة الفعالة أثناء الانتخابات ورغم ذلك فإن التأثير لا يزال محدوداً نوعاً ما.

وفي هذا السياق، توصل (McLeod & Others, 2001) في دراستهم حول دور وسائل الإعلام الجماهيرية والاتصال الشخصي في المشاركة السياسية المحلية، إلى أن قراءة الصحف تؤثر في المشاركة السياسية للمواطنين، أما الأخبار التلفزيونية فهي لا تؤثر في عملية المشاركة السياسية بشكل مباشر ولكن يكون تأثيرها بشكل غير مباشر. كما استطاع (Scheufele, 2003) في دراسته حول العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الإخبارية والفروق في المعرفة والمشاركة السياسية أن يظهر أن متغير التعليم لا يؤثر على كثافة التعرض للمواد الإخبارية التلفزيونية وأنه لا توجد فروق كبيرة بين المعرفة والمشاركة السياسية لدى المواطنين الأكثر تعليماً والأقل تعليماً وتعرضهم بكثافة للأخبار في التلفزيون. بينما كشف عن وجود فروق دالة إحصائية بين المعرفة والمشاركة السياسية لدى المواطنين الأكثر تعليماً والأقل تعليماً من حيث قراءتهم للصحف بكثافة.

أما عن المشاركة السياسية للشباب فقد أكد (Jamieson, Kenski, Roemer & Pasek, 2006) في دراستهم حول علاقة استخدام الشباب من سن (14 إلى 22 عاماً) لوسائل الإعلام بالمشاركة في أنشطة الحياة المدنية والوعي السياسي في الولايات المتحدة الأمريكية، أن استخدام وسائل الإعلام كوسيلة للحصول على المعلومات أو كوسيلة ترفيهية يساعد في عملية المشاركة السياسية وانغماس صغار السن في أنشطة الحياة المدنية. كما أشاروا إلى أنه بالرغم من أن الاستخدام المفرط لوسائل الإعلام يتعارض مع المشاركة السياسية، فإن تأثير وسائل الإعلام عموماً في صالح عملية المشاركة السياسية. أما (عبد الحكيم عبد الله، 2009) فقد كشفت دراسته حول دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، عن أن القنوات التلفزيونية تأتي في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها شباب الجامعات اليمنية في التعرف على القضايا السياسية العربية والدولية والمحلية، لكنها توصلت إلى عدم وجود علاقة ارتباطية طردية للمعرفة السياسية بمعدل التعرض للراديو والقنوات التلفزيونية اليمنية والعربية والأجنبية.

وجدت إيناس أبو يوسف (2003) في دراستها حول الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات، إلى إجماع معظم الباحثين عن المشاركة في عضوية اتحاد الطلاب وعدم معرفة معظم الباحثين بالمشاركة في عضوية اتحاد الطلاب وبأنشطة الأنشطة الفكرية والثقافية وعزوفهم عن الانضمام إلى عضوية الأحزاب السياسية. كما أشارت إلى وجود اختلال في التوازن النوعي من حيث الوعي والمشاركة السياسية حيث جاءت نسبة الذكور أعلى كثيراً في هذا الأمر من الإناث.

كما توصل كل من (Wei & Lee, 2006) في دراسة حول كيفية تأثير المشاركة السياسية بقراءة الصحف، عن ارتباط انخفاض قرائية الصحف بين الشباب بانخفاض مشاركتهم السياسية وليس بانخفاض معرفتهم السياسية. كما تبين من دراسة (شيماء ذو الفقار حامد، 2000) حول دور المادة الإخبارية في التلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة، وجود علاقة طردية بين حجم التعرض لقضية مسيطرة وذات مدلول إيجابي وإيجابية تقييم أداء الحكومة نحوها. كما تبين تزايد شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية من جانب الطلاب وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة كلما ارتفعت درجة التقييم الإيجابي للقضية المسيطرة.

وفى المقابل أوضحت دراسة (أميرة سمير طه، 2005) حول القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة في إدراك أفراد المجتمع المصري لمناخ حرية الرأي وتأثير ذلك على مشاركتهم السياسية، عن أن معظم أفراد العينة لا يملكون بطاقة انتخابية رغم التوعية الدائمة التي توجهها الدولة للمواطنين في هذا الشأن، وسبب ذلك يكمن من وجهة نظرهم في عدم الاهتمام بالانتخابات بنسبة 70.19% .

أما الدراسة الأخرى ل (Scheufele & Others, 2003) والتي تناولت تأثير الدين وسياقات الاتصال ووسائل الإعلام، فقد انتهت إلى أن الدين يؤثر سلبا في الجوانب المختلفة للديمقراطية ومشاركة الأفراد السياسية. كما أشارت إلى أن تأثيرات الدين في المجتمع محدودة مقارنة بالشبكات العلمانية التي تمد المواطنين بنظام مثالي لاكتساب المعلومات وتبادلها وزيادة الفاعلية السياسية للمشاركة بايجابية في العملية السياسية. وتوصلت دراسة (Lee & Cappella, 2001) حول تأثير المناقشات السياسية على تشكيل الاتجاه السياسي و تأثير الخطاب السياسي الموجه عبر الراديو على تكوين الاتجاهات السياسية نحو القادة، إلى أنه في حالة تعرض الجمهور لرسالة واسعة من جانب واحد، يزداد اتفاقهم مع المواقف التي يتعرضون لها مع زيادة التعرض واستيعاب المعلومات. كما أوضح (Shaw & Ragland, 2000) في دراسة حول الإصلاح السياسي في الولايات المتحدة عن أن معظم المبحوثين يتقنون في التأثير الذي تمارسه جماعات المصالح على سياسات الحكومة والكونجرس.

المحور الثاني: دراسات ذات صلة بالبرامج الحوارية:

حظيت البرامج الحوارية بقدر وافر من اهتمام الباحثين في مجال الإعلام على المستويين العربي والعالمي. ويمكن عرض بعض هذه الدراسات كما يلي:

كشف (صالح عراقي، 2008) في دراسته حول نموذج مقترح لثقافة الحوار في القنوات التلفزيونية العربية وفقاً لرؤية الخبراء وجمهور المشاهدين لتلك القنوات، عن وجود حالة من الرضا عن مستوى البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية العربية بين الجمهور، وثقة 54.5% من إجمالي الجمهور في أن الموضوعات والقضايا التي تطرحها البرامج الحوارية في القنوات العربية على درجة كبيرة من الأهمية. أما (نهي عاطف العبد، 2009) فقد أوضحت من خلال دراسة العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية في الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأي العام بقضايا الإصلاح السياسي في مصر، أنه توجد علاقة ارتباطية بين زيادة تعرض الجمهور وزيادة معرفتهم بأبعاد وقضايا الإصلاح السياسي. من ناحية أخرى وجدت وفاء عبد الخالق ثروت (2008) علاقة ارتباطية إيجابية بين إدراك الاتجاه السائد في البرامج الحوارية في التلفزيون المصري حول التعديلات الدستورية واتجاهات الجمهور نحوها، وتحقق صحة هذا الفرض على مستوى القنوات الفضائية المصرية الخاصة، وهذا قد يعود إلى ارتفاع درجة الثقة التي حظيت بها هذه القنوات.

وحول العلاقة بين ملكية الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة، انتهى أشرف جلال (2005) إلى أن القنوات الخاصة المصرية استطاعت التأثير في خريطة برامج الرأي المصرية من خلال تناول موضوعات جريئة بأسلوب إخراجي مميز، مما زاد من اعتماد الجمهور المصري عليها. كما بين أن الجمهور يميل إلى اكتساب معلوماته من قضايا برامج الرأي من القنوات الخاصة التي لا تكتفي بذلك فقط بل تتعداه لتشكيل آراء ووجهات نظر الجمهور تجاه هذه القضايا. وعن العلاقة بين مشاهدة برامج التوك شو Talk show الصباحية بالسياسة، تم التوصل إلى أن برامج التوك شو تقوم بدور مهم في تشكيل الرأي العام الأمريكي، وأنه كلما زاد إدراك الجمهور بأن محتوى برامج التوك شو واقعي، زاد التأثير السياسي لتلك البرامج في آراء الجمهور السياسية. كما توصلت إلى أن التعرض لبرامج التوك شو الصباحية يؤثر إيجابا في دعم المواطنين بقرارات الحكومة في المشاركة بالموضوعات والقضايا الاجتماعية مثل مشكلات الأسرة (Glynn & others, 2008). وعن مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري، أظهرت رانيا أحمد (2007) أن الشباب يشاهدون برامج الرأي من القنوات الفضائية بنسبة أعلى من القنوات الأرضية. أما (عادل عبد الغفار، 2003) في دراسته حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة، فقد توصل إلى أن برامج الرأي تركز على أبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو المجتمع، في حين يضعف اهتمامها بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الأفراد والدولة والعالم. كما كشف عن وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في درجة المسؤولية الاجتماعية لبرامج الرأي باختلاف هذه البرامج على مستويات أخلاقيات إدارة الحوار في هذه البرامج ودرجة المسؤولية المهنية في إعداد وتقديم وإخراج برامج الرأي.

من ناحية أخرى، قام كل من (Yanovitzky & Cappella, 2001) بدراسة تأثير برامج التوك شو السياسية في الإذاعة في المشاهدين، وتوصلا إلى أن اتجاهات الجمهور السياسية لا تتأثر بضيوف البرامج السياسية في برامج التوك شو ولكن قد تنتشر أرائهم فقط. كما أوضحنا أن الرسائل في برامج التوك شو لا تؤثر في اتجاهات المستمعين السياسية. وأن تأثير برامج التوك شو السياسية في الإذاعة ضعيف بوجه عام. وكشفت إحدى الدراسات التي أجريت حول أهمية ظهور المرشحين السياسيين في البرامج الإخبارية الخفيفة ومعرفة الجمهور بالحملة الانتخابية في مراحلها الأولى، عن أن مشاهدة الجمهور للبرامج الكوميديا السياسية أو البرامج الحوارية مساء ترتبط إيجابيا بمعرفتهم عن الحملات الانتخابية. كما أن ظهور المرشحين السياسيين في البرامج الحوارية التي تقدم في فترات السهرة والبرامج السياسية الكوميديا جذب انتباه الأمريكيين للحملات الانتخابية الرئاسية للحزب الديمقراطي في عام 2004 (Cao & Brewer, 2006). وأشارت (ريهام سامي، 2008) في دراستها حول دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري، إلى تفوق البرنامج الحوارية الحكومي في استخدام قالب الحوار التليفوني والحوار في الأستوديو بعكس البرنامج الحوارية الخاص الذي زاد استخدامه لقالب الحديث المباشر. كما أن البرامج الحوارية نجحت في ترتيب أولويات القضايا التعليمية والدينية وقضايا المرافق والخدمات، بينما لم تنجح بالنسبة للقضايا الإعلامية والبيئية.

أما الدراسة التي أجراها كل من (Edward & Snyder, 2001) لمعرفة تأثيرات استخدام الأساليب الترفيهية في إخراج البرامج الحوارية السياسية على الجمهور، فقد انتهت إلى وجود الكثير من الانتقادات الموجهة إلى أسلوب الإخراج الحديث الذي يطلق عليه Infotainment بمعنى استخدام أساليب إخراج الدراما والبرامج الترفيهية في إخراج وإعداد وتقديم البرامج الحوارية السياسية. كما أن الباحثين الأكبر سنا لديهم معارضة شديدة لاستخدام هذا الأسلوب مقارنة بالمبشرين الأصغر سناً الذين اعتبروا هذا الأسلوب علاج لجفاف وجدية البرامج الحوارية السياسية مما ساهم في الإقبال على مشاهدتها.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

- 1 - اهتمت الدراسات العربية والأجنبية بقياس دور عدد من الأشكال البرمجية المختلفة في معالجة قضايا المشاركة السياسية، ولم تتناول بالتحليل دور البرامج الحوارية تحديداً في دفع عملية المشاركة السياسية رغم الانتشار الهائل لتلك البرامج في السنوات الماضية وإحداثها للكثير من الحراك السياسي والاجتماعي في مصر وهو ما ركزت عليه هذه الدراسة.
- 2 - أخذت الدراسات السابقة في اعتبارها المتغيرات الوسيطة (كالنوع والسن ودرجة الاهتمام بالقضايا السياسية وملكية القنوات) التي شكلت العلاقة بين متابعة الجمهور لوسائل الإعلام والمشاركة السياسية الإيجابية، والتي أفادت الدراسة الحالية في تحديد المتغيرات التي يمكن أن تؤثر في العلاقة بين متابعة البرامج الحوارية والمشاركة السياسية.
- 3 - ساعدت الدراسات السابقة الدراسة الحالية في صياغة مشكلة الدراسة وبلورتها بشكل دقيق وفي تحديد مجتمع الدراسة والعينة وفي صياغة الفروض والتساؤلات، وكذلك فقد ساعدتها في تحديد المنهج المستخدم وفي محاولة التركيز على النقاط التي لم تتناولها الدراسات السابقة كقياس دور متابعة البرامج الحوارية في تحفيز الشباب نحو المشاركة السياسية.

الإطار النظري للدراسة: نظرية المسؤولية الاجتماعية

جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام لتعزز مفهوم الحرية الإعلامية، ولكنها حملت معها فكرة الحرية المسؤولة وليست الحرية المطلقة. ولذلك فإن مبادئ هذه النظرية حاولت أن تحرر وسائل الإعلام كلها من تسلط بعض فئات المجتمع عليها، وأن تنادي بالموضوعية في الرسالة الإعلامية، وأن تحافظ على قيم المجتمع وتكون ناقلة لهذه القيم من جيل إلى جيل (محمد بن مسعود البشر، 1996، 21). تم اختيار نظرية المسؤولية الاجتماعية كإطار نظري لهذه الدراسة انطلاقاً من المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام في نشر أهداف المجتمع التي تنبثق منها التنمية قائمتها. وبطبيعة الحال فإن معالجة قضايا المشاركة السياسية يعد دوراً مهماً من أدوار الإعلام التي ينشأ من خلالها المساهمة في عملية التنمية.

وتتمثل نظرية المسؤولية الاجتماعية في المبادئ التالية:

- 1 - لا سلطان للحكومة على الصحف أو غيرها من وسائل أو أجهزة الإعلام التي يملكها أفراد أو مؤسسات خاصة أو أهلية، لذا فهي تقوم بالتعبير عن وجهات نظر متنوعة ومتعددة دون أية رقابة عليها من أية جهة حكومية، ولا يفيد هذا إلا الضمير الإعلامي أو السياسة الخاصة التي ترسمها المؤسسة الإعلامية لتحكم عملها.

2 - الجماهير حرة في اختيار الوسيلة أو الرسالة الإعلامية التي تنمى مع ميولها ورغباتها، كما أنها حرة في التعبير عن آرائها حتى وإن كانت مخالفة لرأي السلطات العليا الرسمي. وحرية القول وحرية الصحافة والنشر حقوق دستورية تنص عليها القوانين الدستورية وتلتزم بها الحكومات وتدافع عنها الشعوب (محمود كرم سليمان، 1988، 25)

3 - أن يقوم الإعلام بتزويد الناس بالمعلومات، شريطة التزامه بمسئولية أن تكون هذه المعلومات صحيحة وصادقة وممثلة لوجهات النظر المختلفة بصورة عادلة.

4 - إتاحة الفرصة كاملة للمواطنين للإطلاع على كافة المعلومات اللازمة

5 - نشر أهداف المجتمع وقيمه وتوضيحها، أي اعتبار الإعلام أداة تعليمية ووسيلة من وسائل التنشئة الاجتماعية. وأكثر من هذا فإن إيضاح قيم المجتمع وأهدافه يجب أن يتسم بالموضوعية، لا أن يغلف بهالة وردية مزيفة.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع مع تلبية مطالبه والمحافظة على قيمه، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة (ناهد رمزي، 2001، 25). وهو ما يتطلب دوراً مهماً وحيوياً لوسائل الإعلام على مختلف المستويات يعني بالتحفيز على المشاركة السياسية، خاصة في مرحلة ما بعد ثورة الخامس والعشرين من يناير، حيث تستعد مصر لبدء الكفاح من أجل إقامة مجتمع ديمقراطي حر يعتمد على مشاركة فاعلة من جميع المواطنين، لاسيما الشباب الذين كانوا شرارة الثورة.

المشاركة السياسية وحقوق الإنسان

إن الحقوق السياسية عموماً هي تلك الطائفة من الحقوق التي تثبت للفرد بصفته عضواً في جماعة سياسية معينة، بقصد تمكينه من المشاركة في إدارة شؤون المجتمع الذي ينتمي إليه ويرتبط به برابطة الجنسية (أحمد الرشيدى، 2005، 139). وتشتمل هذه الحقوق على حق الانتخاب وحق الترشح للانتخابات وحق إبداء الرأي في الانتخابات وحق إبداء الرأي في الاستفتاء وحق التوظيف بالوظائف العامة، وهي نابعة في الأساس من حقوق الإنسان التي تشتمل على مجموعة الاحتياجات والمطالب التي يلزم توافرها بالنسبة إلى عموم الأشخاص، وفي أي مجتمع، دون أي تمييز بينهم سواء لاعتبارات الجنس أو النوع أو اللون أو العقيدة السياسية أو الأصل الوطني أو لأي اعتبار آخر (أحمد الرشيدى، 2005، 35).

وتنقسم الحقوق السياسية إلى ما يلي:

أ. الحق في المشاركة السياسية

المشاركة السياسية تعني في أبسط تعريفاتها إسهام المواطن في ممارسة حقوقه المدنية والسياسية. ابتداءً من الانضمام للأحزاب والاتحادات المهنية والنقابية إلى الترشح للمناصب العامة وتولي تلك المناصب إلى التصويت في الانتخابات الرئاسية والبرلمانية والمحلية، إلى المشاركة في الحملات الانتخابية والمؤتمرات والندوات المعنية بتسيير شؤون المجتمع والحق في المشاركة السياسية يعني تنمية قدرات الجماهير على إدراك مشكلاتهم بوضوح وقدراتهم على تعبئة كل الإمكانيات المتاحة لمواجهة هذه المشكلات بشكل علمي وواقعي أو تنظيم الحياة السياسية ومتابعة أداء الوظائف السياسية لتصبح أكثر ديمقراطية في التعامل وأكثر احتراماً لكرامة الإنسان ومطالبه.

ويؤكد حالة الإحساس العميق بأهمية المشاركة السياسية كونها احدي الأدلة المباشرة والأساسية على قدرة التنمية السياسية وتنفيذ برامجها وسياساتها ونقلها من مستوي الأطروحات النظرية إلى مستوي الفعاليات الانجازية والسياسات التطبيقية (قدرى على، 2007، 96).

ب. حرية الرأي والتعبير

يتضمن هذا الحق حرية تلقي وإرسال المعلومات من خلال وسائل الإعلام، وبالتالي ترتبط حرية الرأي والتعبير بالممارسات الحاكمة لوسائل الإعلام ومنها ضمانات حرية الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى (محمد السيد السعيد، 1989، 52).

ويعتبر الكثير من الباحثين أن حرية إبداء الرأي تعد بمثابة العمود الفقري للحريات الفكرية ذلك أنه إذا كان من حق الإنسان أن يفكر فيما يكتنفه من شؤون وأن يأخذ بما يهديه إليه فكره ويكون عقيدته الداخلية فكراً بصورة مستقلة ومختارة، فإن حقه هذا يبقى ناقصاً إذا لم يتمكن من التعبير عن أفكاره وآرائه ومعتقداته بنقلها من مرحلتها الداخلية إلى حيز الوجود الخارجي، لإعلام الكافة بها سواء كان ذلك في أحاديثه بمجالسه الخاصة أو العامة أو كتاباته (هانى سليمان الطعيمات، 2003، 181).

وقد نصت المادة (19) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان علي حق الإنسان في اعتناق الآراء دون مضايقة وأيدتها في ذلك الفقرة الأولى من المادة (19) من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية (الشافعي محمد بشير، 2000، 202). فالمادة (19) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان قد نصت علي أنه لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي والتعبير ويشمل هذا الحق حريته في اعتناق الآراء دون تدخل وفي استقاء الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين بأية وسيلة بصرف النظر عن الحدود الجغرافية (سليمان صالح، 2004، 29). والمادة (19) من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية التي نصت أيضا علي أن لكل إنسان الحق في اعتناق آراء دون مضايقة وأيضا حقه في التعبير ويشمل هذا الحق حريته في التماس مختلف ضروب المعلومات والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين دونما أي اعتبار للحدود وسواء علي شكل مطبوع أو في قالب فني أو بأية وسيلة أخرى يختارها (الأمم المتحدة: حقوق الانسان، 1988). وقد لفت ظاهرة انخفاض نسب المشاركة السياسية والاهتمام بالسياسية في مصر نظر الكثيرين، ذلك أن المجتمع المصري الراهن يتميز بالحدودية الشديدة في الاهتمام بالشؤون العامة وفي القلب منها السياسية، وينعكس ذلك بشكل واضح في المعدلات شديدة الانخفاض للمشاركة السياسية، فقد أصبح من الشائع طرح السؤال المتعلق بالأسباب التي من أجلها يمتنع أغلب المصريين عن الاهتمام بالحياة السياسية، حتى أن توسيع نطاق المشاركة السياسية، أصبح مطلباً لكل القوي السياسية (وحيد عبد المجيد، 2003، 20).

فعلي الرغم مما يتضمنه الدستور والقوانين واللوائح من مبادئ الديمقراطية التي تشجع على ممارسة المشاركة إلا أن استقرار واقع هذه المشاركة السياسية يشير إلى ضعف مستواها بين الشباب المصري الذي لا يحرص علي المشاركة في الانتخابات البرلمانية والطلابية وإهمال في استخراج البطاقة الانتخابية.

ويرجع ذلك إلى عدة عوامل منها- :

أ - غياب الصف الثاني من القيادات الشبابية بسبب تمسك بعض القيادات بالسلطة
ب - الشعور بضعف تطبيق مبادئ الديمقراطية - والحريّة - والمساواة - والعدالة .

ج - ضعف الأدوار والمسئوليات التي تقوم بها المؤسسات التربوية خاصة - الأسرة ، المدرسة ، الجامعة ، الإعلام . (المجالس القومية المتخصصة، 2007-2008).

خصائص ومستويات المشاركة السياسية

تنتم المشاركة السياسية بالخصائص التالية:

1. الفعل Action: وهي الحركة النشطة للجماهير في اتجاه هدف أو مجموعة أهداف معينة.
2. التطوع Voluntary: بأن تقدم جهود المواطنين طوعية وباختيارهم تحت شعورهم القوي بالمسئولية الاجتماعية تجاه القضايا والأهداف العامة لمجتمعهم وليس تحت تأثير أي ضغط أو إيجاب مادي أو معنوي.
3. الاختيار: Choice بإعطاء الحق للمشاركين بتقديم المساندة والتعضيد للعمل السياسي والقادة السياسيين، والإحجام عن هذه المساندة، وذلك التعضيد في حالة تعارض العمل السياسي والجهود الحكومية مع مصالحهم الحقيقية وأهدافهم المشروعة.
4. غير محددة بمكان محدد ولا تنقيد بحدود جغرافية معينة فقد تكون علي نطاق محلي أو إقليمي أو قومي.
5. المشاركة حق وواجب في آن واحد فهي حق لكل فرد من أفراد المجتمع وواجب والتزام عليه في نفس الوقت، فمن حق كل مواطن أن يشارك في مناقشة القضايا التي تهتمه وأن ينتخب من يمثله في البرلمان وأن يرشح نفسه إذا ارتأى في نفسه القدرة علي قيادة الجماهير والتعبير عن طموحاتها في المجالس النيابية. فالمشاركة هي الوضع السليم للديمقراطية، فلا ديمقراطية بغير مشاركة، كما أن المشاركة واجب علي كل مواطن، فهو مطالب بأن يؤدي ما عليه من التزامات ومسئوليات اجتماعية تجاه قضايا مجتمعية لإحداث التغيير اللازم نحو التوجه التنموي في المجتمع (عطا أحمد، 2009، 68).

هناك أربعة مستويات للمشاركة السياسية وهي كالتالي:

المستوي الأعلى: ممارسو النشاط السياسي

ويشمل هذا المستوي من تتوافر فيهم ثلاثة شروط من ستة:

عضوية منظمة سياسية، والتبرع لمنظمة أو مرشح، وحضور الاجتماعات السياسية بشكل متكرر، والمشاركة في الحملات الانتخابية، وتوجيه رسائل بشأن قضايا سياسية للمجلس النيابي ولذوي المناصب السياسية أو للصحافة والحديث في السياسة مع أشخاص خارج نطاق الدائرة الضيقة المحيطة بالفرد.

المستوي الثاني: المهتمون بالنشاط السياسي

ويشمل هذا المستوي الذين يصوتون في الانتخابات ويتابعون بشكل عام ما يحدث علي الساحة السياسية.

المستوي الثالث: الهامشيون في العمل السياسي.

ويشمل من لا يهتمون بالأمر السياسي ولا يميلون للاهتمام بالعمل السياسي ولا يخصصون أي وقت أو موارد له، وإن كان بعضهم يضطر للمشاركة بدرجة أو بأخرى في أوقات الأزمات أو عندما يشعرون أن مصالحهم المباشرة مهددة أو بأن ظروف حياتهم معرضة للتدهور.

المستوي الرابع: المتطرفون سياسيا

وهم أولئك الذين يعملون خارج الأطر الشرعية القائمة ويلجأون إلى أساليب العنف. والفرد الذي يشعر بعداء تجاه المجتمع بصفة عامة أو تجاه النظام السياسي بصفة خاصة إما أن ينسحب من كل أشكال المشاركة وينضم إلى صفوف المتقاعسين، وإما أن يتجه إلى استخدام صور من المشاركة تنسم بالحدة والعنف (السيد عليوة، منى محمود، 2008، 57).

محددات المشاركة السياسية

إن مشاركة الفرد في الحياة العامة تتأثر بالعديد من المتغيرات لعل من أهمها:

المتغيرات الاجتماعية

يرتبط مستوي المشاركة السياسية بالعديد من المتغيرات الاجتماعية كالجنس وعامل السن والغني والفقير والصحة والمرض والبعد والقرب من المدن والمعرفة والجهل، فليس من شك أن التحسن في المستوي المعيشي يسهم ولو بقدر ضئيل في رغبة المواطن في المشاركة السياسية، فأصحاب الدخل المتوسط أكثر استعداد للمشاركة من نظرائهم من ذوي الدخل الدنيا.

كذلك فإن ارتفاع مستوي التعليم يجعل الإنسان أو الفرد المتعلم أكثر إيمانا وأشد وعيا بأهمية المشاركة ولاشك أن الأمية تأتي في مقدمة العوائق التي تعوق المواطنين عن المشاركة السياسية، ولعل هذه الإشكالية تأتي في مقدمة العوامل التي تعوق التنشئة السياسية في الدول النامية.

المنبهات السياسية

إن تعرض الفرد للمنبهات السياسية يزيد من معارفه السياسية وينمي اهتماماته العامة ومن ثم يكون لديه الاستعداد لمزاولة الأنشطة السياسية، هذا الفرض يعني أن تعرض الإنسان للمنبهات السياسية يزيد من احتمال مشاركته دون أن يعني بالضرورة مشاركته فعلا.

والمنبهات السياسية هي تلك المعلومات والأخبار التي تبثها وسائل الإعلام الجماهيرية وكذلك ما يثار في الاجتماعات العامة والمحادثات الشخصية وما يثار في الحملات الانتخابية (محمد نبيل الشيمي، 2009)، فوسائل الإعلام تستطيع أن تسهم بدورها في دفع المواطنين نحو المزيد من المشاركة في الواقع السياسي .

ويتوقف إسهام ودور وسائل الإعلام في عملية الإصلاح والمشاركة السياسية والتحول الديمقراطي علي شكل ووظيفة الإعلام في المجتمع وحجم التحديات وتعدد الآراء والاتجاهات داخل هذه الوسائل، وتعد وسائل الإعلام من الأدوات الرئيسية الحاسمة في تدعيم الديمقراطية في المجتمعات.

إن لوسائل الإعلام قدرة مهمة في تشكيل المدركات السياسية للأفراد من خلال تزويدهم بالمعلومات عن الشؤون والقضايا السياسية، وتركيز ادراكهم لأهمية هذه القضايا، وفقا لما تقدم من مضامين في تفسير وتحليل الأحداث وترتيب أولوياتها. وقد تعددت التأثيرات الخاصة بثورة المعلومات والاتصالات علي التطور السياسي والديمقراطي وأهم هذه التأثيرات نشر الوعي السياسي لدي المواطنين (عمرو هاشم، 2006، 15).

وقد بدأ الاهتمام منذ بداية العشرينات بدارسة تأثير وسائل الإعلام علي المستوي المعرفي وبدأت بعض الدراسات تؤكد علي أن اختلاف مستوي المعرفة لدي الأفراد لا يرجع إلى اختلافات في سمات الجمهور وخصائصه فحسب، وإنما يرجع أساسا إلى التفاعل بين متغيرات يرتبط بعضها بطبيعة وسائل الإعلام ويرتبط بعضها بالجمهور (بشار مطهر، 2004، 46).

وقد سعت العديد من الدراسات إلى محاولة التعرف على ما يمكن أن تسهم به وسائل الإعلام من دور سياسي في المجتمع، وقد تنوعت واختلقت نتائج واستنتاجات تلك الدراسات فبعضها بالغ في الأثر الذي يمكن أن تحدثه هذه الوسائل والبعض الآخر هون كثيرا من هذا الأثر والبعض الثالث كانت رؤيته متوازنة حيث ربط هذا الدور المنتظر لوسائل الإعلام بمتغيرات أخرى في المجتمع لها تأثير في حجم الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في الواقع السياسي في المجتمع.

ويحدد الباحثون أربعة اتجاهات تفسر الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام في مجال التنمية السياسية كما يلي:
 أولا: الاتجاه المتشائم الذي يرى أن وسائل الإعلام ليس لها تأثير على عملية التنمية السياسية
 ثانيا: الاتجاه المتحمس الذي يرى أن لوسائل الإعلام دورها الفعال والمؤثر في إحداث التنمية السياسية في المجتمع.
 ثالثا: الاتجاه الحذر حيث يربط بين دور وسائل الإعلام وقدرتها على إحداث التنمية السياسية في المجتمع وبين تأثير قادة الرأي في المجتمع .
 رابعا: الاتجاه الواقعي: الذي يرى أن تأثير وسائل الإعلام في مجال التنمية السياسية يتوقف على ظروف المجتمع بشكل عام وعلى ظروف تلك الوسائل بشكل خاص (أحمد كامل أبو خليف، 2009).

تساؤلات الدراسة وفروضها

أولا: تساؤلات الدراسة

1. ما مدى حرص الشباب على متابعة البرامج الحوارية التي تقدم على قنوات التلفزيون المصري.
2. ما أكثر البرامج الحوارية التي يحرص الشباب المصري على مشاهدتها في قنوات التلفزيون المصري المختلفة.
3. ما مدى متابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية؟
4. ما إمكانيات البرامج الحوارية في إمداد الشباب المصري بمعلومات لم يكونوا علي علم بها عن قضايا المشاركة السياسية؟
5. ما أسباب متابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية التي من ضمن اهتمامها مناقشة قضايا المشاركة السياسية؟
6. ما مدى كفاية البرامج الحوارية الحالية من وجهة نظر الشباب المصري في التعبير عن قضايا المشاركة السياسية؟
7. ما اتجاه الشباب المصري نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية ؟
8. ما العلاقة بين المتغيرات الديموجرافية للشباب المصري (النوع، السن، ومستوي التعليم) ومدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية .

ثانيا: فروض الدراسة

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في كل من الاتجاه نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية، والمشاركة السياسية .
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث مستوى التعليم في كل من الاتجاه نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية، و المشاركة السياسية
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث السن في كل من الاتجاه نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية، والمشاركة السياسية
4. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الحرص على متابعة البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات المصرية المختلفة وكل من:

- مدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية
- مدى إمداد البرامج الحوارية للجمهور بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية
- اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية
- مدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى
- المشاركة السياسية
- 5. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية وكل من:
- مدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية
- مدى إمداد البرامج الحوارية للجمهور بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية

- اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية
- مدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى
- المشاركة السياسية.
- 6. توجد علاقة بين مدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية وكل من:
- مدى مناقشة قضايا المشاركة السياسية التي تتناولها البرامج الحوارية مع الآخرين
- مدى إمداد البرامج الحوارية للجمهور بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية
- اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية
- مدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى
- المشاركة السياسية

نوع الدراسة ومنهجها

1 - نوع الدراسة

تتنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية وهي الدراسات التي تحاول تحقيق هدف أساسي مؤداه "رصد الواقع كما هو بالفعل" أو بمعنى آخر فإن مهمة الدراسات الوصفية هي الإجابة عن تساؤل مؤداه ماذا يحدث وكيف يحدث وهما تساؤلان يهدفان إلى وصف الظاهرة كما تحدث في الواقع الفعلي لها. كذلك نجد هناك الدراسات الوصفية التي تحاول كشف العلاقات التي تحكم علاقة ظاهرة معينة بغيرها من الظواهر والعوامل والمؤثرات المختلفة المحيطة بها، ومن أهم سمات الدراسة الوصفية:

- أنها تتجه للوصف الكمي للظواهر المختلفة بالصورة التي هي عليها في المجتمع للتعرف على تركيبها وخصائصها.
- أنها تعنى بحصص العوامل المختلفة المؤثرة في الظاهرة.

2 - منهج الدراسة:

منهج الدراسة هنا هو منهج المسح الذي يعد المنهج الأنسب لها، وفي إطاره تم مسح لجميع مفردات العينة والتي هي من الشباب المصري من مشاهدي البرامج الحوارية لرصد العلاقة بين متابعة تلك البرامج ودورها في توفير المشاركة السياسية من خلال كم ما تطرحه من مضامين وقضايا متنوعة ومهمة حول المشاركة السياسية وذلك في إطار توصيف علمي دقيق.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

يمر العمل الميداني بعدة مراحل منها: وضع التساؤلات ثم إعداد صحيفة الاستقصاء، وتحديد نوع العينة وحجمها وتحديد إطارها، ثم تطبيق البحث وإدخال البيانات لمعالجتها إحصائياً باستخدام برنامج SPSS وكتابة تقرير البحث.

(أ) مجتمع الدراسة:

يشتمل مجتمع الدراسة على الشباب المصري في مدينة القاهرة، في المرحلة العمرية من 19 - 35 سنة وذلك لمعرفة دور تلك البرامج في تحفيز المشاركة السياسية لدى الشباب المصري. فالبيانات الإحصائية الصادرة عام ٢٠٠٦ عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء تفيد بأن الشباب شريحة تزيد على نصف عدد السكان في مصر حيث تصل نسبة الشباب بين الخامسة عشرة والخامسة والأربعين إلى ٤٨.٢ % وترتفع هذه النسبة إلى ٦٩ % من إجمالي عدد السكان إذا ما أضيفت لها شريحة النشء من سن السادسة وحتى الخامسة عشرة. وهي فئة تمثل القوة الدافعة لحركة المجتمع وتطويره، لها حقوق كما أن عليها أيضاً واجبات. فالشباب له حق الحياة الآمنة والحصول على جميع الخدمات الصحية والثقافية والاجتماعية والتعليمية والعمل والإنتاج وله الحق في إبداء الرأي والمشاركة في اتخاذ القرار كما أن له حقوقاً يكفلها له الدستور والقانون مثل حق الانتخاب والاختيار الحر، والمشاركة السياسية وتفهم قضايا الوطن. وعلى الجانب الآخر فإن على الشباب واجبات تحتم عليه المشاركة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتصدي لأوجه الفساد والاستغلال والممارسات السلبية في الحياة العملية.

(ب) عينة الدراسة:

أجريت الدراسة على عينة عشوائية من الشباب المصري في مدينة القاهرة، يبلغ قوامها (300) مفردة، جاء توزيعها على النحو التالي:

جدول رقم (1)
خصائص عينة الدراسة ن=300

المتغيرات		ك	%
النوع	ذكور	150	50%
	إناث	150	50%
السن	من 19 إلى أقل من 25 سنة	138	46%
	من 25 إلى أقل من 30 سنة	80	26.7%
	من 30 إلى أقل من 35 سنة	82	27.3%
التعليم	متوسط فأقل	112	37.3%
	جامعي فأعلى	188	62.7%

(ج) أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان باعتبارها إحدى أدوات جمع البيانات في إطار منهج المسح لجمع بيانات الدراسة الميدانية. واتبع في جمع بيانات الاستبيان أسلوب المقابلة الشخصية مع المبحوثين، حيث أنه أنسب الأساليب المتبعة في مثل هذه البحوث لما يوفره من فرصة للمبحوث في الاستفسار عما قد يغمض عليه من أسئلة، كما يتيح هذا الأسلوب للباحث فرصة التأكد من أن إجابة المبحوث تتفق والمقصود من السؤال فضلا عن مواجهة ما قد يطرأ من صعوبات أثناء التطبيق.

وقد مر تصميم الاستبيان بالخطوات التالية:

- تم تصميم الاستمارة، مع ترتيب الأسئلة بحيث تغطي كافة الأهداف، وروعي فيها التدرج المرحلي وسهولة الصياغة، وبلغ إجمالي الأسئلة 27 سؤالاً، غير أسئلة البيانات الشخصية. استغرقت الإجابة على بيانات الاستمارة الواحدة بين (25-35) دقيقة. الاختبار القبلي للاستمارة على بعض المبحوثين للتأكد من مدى صلاحية الاستمارة كأداة للبحث العلمي.

- صدق الاستبيان: تم عرض الاستمارة على عدد من أساتذة الجامعات المتخصصين والخبراء في الإعلام⁽¹⁾، وقد وصلت نسبة الاتفاق بينهم إلى 80%.

- ثبات الاستبيان: تم تطبيق استمارة الاستبيان مرتان على عدد (50) مفردة، تفصل بينهما فترة زمنية مقدارها 15 يوماً وتم تثبيت الظروف المحيطة بالمكان والزمان في الحالتين مع تسجيل إجابات المبحوثين الذي استغرق من (25-30) دقيقة، وكان معامل الثبات 95%.

- تطبيق استمارة الاستبيان:

تم تطبيق استمارة الاستبيان في الأسبوع الأخير من شهر نوفمبر 2010، وشارك في جمع بيانات الاستبيان عدد من الباحثين ممن لهم خبرة في هذا المجال، تحت إشراف الباحثة.

المعالجة الإحصائية للبيانات

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS " Statistical

Package for the Social Science

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

(1) أسماء السادة المحكمين (مرتبة أبجدياً) :

- 1 - أ. د. سوزان القليني عميدة المعهد الكندي للإعلام cic
- 2 - الأستاذ عبد اللطيف المناوى رئيس قطاع الأخبار بإتحاد الإذاعة و التلفزيون (وقت إجراء البحث).
- 3 - د. فرخنده حسن الأمين العام للمجلس القومي للمرأة (وقت إجراء البحث).
- 4 - أ. د. ماجي الحلواني عميدة الإعلام بالأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام و الهندسة.
- 5 - السيد المستشار مقبل شاكر نائب رئيس المجلس القومي لحقوق الإنسان (وقت إجراء البحث).
- 6 - أ. د. منى الحديدي أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين بناء على عدد المراتب في السؤال، ثم تجميع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة وحساب النسب المئوية لبنود السؤال.
- الوزن النسبي الذي يحسب بالمعادلة الآتية (المتوسط الحسابي $100 \times$) على الدرجة العظمى للعبارة.
- اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2 واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل اقل من 0.30 ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 – 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70
- معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio) وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل اقل من 0.30، ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 – 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70.
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)

منهجية قياس متغيرات الدراسة

تم قياس بعض متغيرات الدراسة من خلال عمل مجموعة من المقاييس التجميعية هي:

(1) اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية

اشتمل المقياس على 7 عبارات هي:

- البرامج الحوارية تعكس واقع قضايا المشاركة السياسية.
- البرامج الحوارية تعبر عن وجهة نظر النخبة فقط ما يتعلق بالمشاركة السياسية.
- البرامج الحوارية تتناول فئة محدودة من قضايا المشاركة السياسية.
- البرامج الحوارية تعتمد على نقد واقع المشاركة أي حلول بناءة.
- البرامج الحوارية تعد مصدراً هاماً من مصادر المعلومات حول قضايا المشاركة السياسية التي تشغل اهتمام الرأي العام.

يمكن للبرامج الحوارية المساهمة في تشجيع المشاهدين على المشاركة السياسية.

تساعد البرامج الحوارية في تعريف المشاهدين بأشكال وطرق المشاركة السياسية.

- قدرت إجابات المبحوثين على العبارات الإيجابية كالتالي: أوافق 3 درجات , أوافق إلي حد ما درجتان, لا أوافق درجة واحدة , وقد تم عكس الدرجات في العبارات السلبية فتكون لدينا مقياس تتراوح درجاته من 7 إلي 21 درجة تم تقسيم المبحوثين إلي ثلاث فئات: منخفض من 7 إلي 11 درجة، ومتوسط من 12 إلي 16 درجة ، و مرتفع من 17 إلي 21 درجة.

(2) المشاركة السياسية

اشتمل المقياس على 10 أسئلة عن المشاركة السياسية من س 18 إلي س 27 وهم كالتالي:

- هل سبق لك أن اتصلت أو شاركت في أحد البرامج الحوارية التي تناولت قضية المشاركة السياسية؟
- هل شاركت من قبل في إحدى الندوات /المؤتمرات التي تناولت قضية المشاركة السياسية ؟
- هل رشحت نفسك من قبل في إحدى انتخابات المحليات؟
- هل رشحت نفسك من قبل في إحدى الانتخابات التشريعية (شعب أو شورى)؟
- هل شاركت من قبل في الدعاية لأحد المرشحين؟
- هل تملك بطاقة انتخابية؟

- هل أدليت بصوتك من قبل في أي انتخابات رئاسية أو برلمانية؟
 - هل أدليت بصوتك من قبل في أي انتخابات نقابية أو عامة؟
 - هل تنتمي إلى أي حزب من الأحزاب السياسية؟
 - هل تنتمي إلى أي حركة من الحركات السياسية؟
- وقد قدرت إجابات المبحوثين علي كل سؤال وفقا لدرجة مشاركته أو انتمائه كالتالي: أكثر من مرة درجتان , مرة واحدة درجة , لا صفر, والأسئلة التي تضمن نعم ولا تم تقدير الإجابات كالتالي نعم درجتان , ولا صفر. وقد تم تجميع الدرجات فتكون لدينا مقياس تتراوح درجاته من صفر إلي 20 درجة تم تقسيم المبحوثين إلي ثلاث مستويات كالتالي:
- منخفض من صفر إلي 6 درجات، و متوسط من 7 إلي 13 درجة، و مرتفع من 14 إلي 20 درجة

نتائج الدراسة

أشارت نتائج الدراسة إلى أن البرامج الحوارية من احدي أهم الأنشطة اليومية أهمية في حياة الشباب المصري. حيث يحرص المبحوثين في العينة محل الدراسة علي متابعة البرامج الحوارية في جميع القنوات المصرية أحيانا بنسبة 83.3% ودائما بنسبة 16.7%. ولمعرفة العلاقة بين النوع و مدى الحرص متابعة البرامج الحوارية التليفزيونية ثبت ما يلي:

جدول رقم(2)

العلاقة بين النوع ومدى الحرص على متابعة البرامج الحوارية (ن = 300)

المجموع	السن		مدى الحرص على متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية
	إناث	ذكور	
83.3%	88%	78.7%	أحيانا
16.7%	12%	21.3%	دائما

توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائيا بين الذكور والإناث ومدى حرصهم علي متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية (مستوى المعنوية = 0.125، قيمة ك² = 2.352).

فالذكور يحرصون علي متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية أحيانا بنسبة 78.7% من إجمالي إجاباتهم . فيما تحرص الإناث علي متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية أحيانا بنسبة متقاربة مثلت 88 % من إجمالي إجاباتهم. وبذلك يلاحظ أن حرص الشباب المصري علي متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية لا يتأثر بالنوع .

جدول رقم(3)

العلاقة بين السن ومدى الحرص على متابعة البرامج الحوارية (ن = 300)

المجموع	السن			مدى الحرص على متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية
	من 30 إلى 35	من 25 إلى 30	من 19 إلى 25	
83.3%	75.6%	85%	87%	أحيانا
16.7%	24.4%	15%	13%	دائما

توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائيا بين الأعمار المختلفة للشباب المصري ومدى حرصهم علي متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية (مستوى المعنوية = 0.287، قيمة ك² = 2.493). فالشباب المصري في الفئة العمرية من سن 19 إلى 25 عاما يتابعون البرامج الحوارية في القنوات المصرية أحيانا بنسبة 87%، أما من هم بين سن 25 إلى 30 عاما فيتابعون البرامج الحوارية في القنوات المصرية أحيانا بنسبة 85%. فيما يتابع الشباب في الفئة العمرية من سن 30 إلى 35 عاما البرامج الحوارية في القنوات المصرية أحيانا بنسبة 75.6%. ومن ثم فلا توجد اختلافات كبيرة بين الفئات العمرية المختلفة في حرصهم علي متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية.

جدول رقم(4)

العلاقة بين مستوى التعليم ومدى الحرص على متابعة البرامج الحوارية (ن=300)

مستوى التعليم			مدى الحرص على متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية
المجموع	جامعي فأعلى	متوسط فأقل	
%83.3	%83	%83.9	أحيانا
%16.7	%17	%16.1	دائما

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين المستويات التعليمية للشباب المصري ومدى حرصهم على متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية (مستوى المعنوية = 0.880 ، قيمة $\chi^2 = 0.023$). فالشباب في المستويات التعليمية المتوسطة أو أقل يحرصون على متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية أحيانا بنسبة %83.9 من إجمالي إجاباتهم، أما من هم في المستويات التعليمية المرتفعة فيحرصون على متابعة لبرامج الحوارية في القنوات المصرية أحيانا بنسبة %83 من إجمالي إجاباتهم. وبذلك لا توجد اختلافات كبيرة بين الشباب المصري في المستويات التعليمية المختلفة في مدى حرصهم على متابعة البرامج الحوارية.

جدول رقم(5)

ترتيب البرامج الحوارية التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها

البرامج الحوارية	الترتيب الأول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الترتيب الخامس	عدد النقاط	الترتيب المرجح
90 دقيقة	420	288	162	52	10	932	الأول
العاشرة مساء	360	312	144	36	16	868	الثاني
مصر النهاردة	310	184	132	24	32	682	الثالث
الحياة اليوم	180	120	78	96	6	480	الرابع
بلدنا بالمصري	40	8	6	36	4	94	الخامس

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:

جاء برنامج 90 دقيقة في الترتيب الأول بين البرامج الحوارية التي يحرص الشباب المصري على متابعتها بين البرامج الحوارية الأخرى وذلك بعدد نقاط 932، يليه برنامج العاشرة مساء في الترتيب الثاني بعدد نقاط 868 فبرنامج مصر النهاردة في الترتيب الثالث بعدد نقاط 682 والحياة اليوم في الترتيب الرابع بعدد نقاط 480 ثم بلدنا بالمصري في الترتيب الخامس والأخير بعدد نقاط 94.

وترى الباحثة أن برنامجي 90 دقيقة والعاشرة مساء قد جاء في مرتبة متقدمة نتيجة للطفرات الملحوظة في الشكل المتمثل في استخدام التكنولوجيا الحديثة والديكور المبهر والمضمون الذي اشتمل على تنوع فقرات البرنامج والضيوف والتقارير الإخبارية التي عالجت المتغيرات الاجتماعية والسياسية في المجتمع المصري. أما برنامج بلدنا بالمصري فقد جاء في المرتبة الأخيرة لكونه من البرامج الحوارية الحديثة الذي لم يستطع بعد أن يجذب إليه قاعدة عريضة من المشاهدين.

جدول رقم(6)

مدى الحرص على متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية (ن=300)

مدى الحرص على متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية	%
أحيانا	%86.7
دائما	%13.3

يحرص الشباب المصري على متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية أحيانا بنسبة %86.7 ودائما %13.3. وذلك لقدرة تلك البرامج على إمداد الشباب بالموضوعات والقضايا المتعلقة بالمشاركة السياسية بأسلوب شيق قد لا يتوافر في كثير من الأشكال البرمجية الأخرى أو حتى في وسائل الإعلام المسموعة أو المقروءة.

جدول رقم (7)

العلاقة بين النوع ومدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية (ن=300)

المجموع	النوع		مدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية
	إناث	ذكور	
%86.7	%85.3	%88	أحيانا
%13.3	%14.7	%12	دائما

أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية غير دالة إحصائيا بين الذكور والإناث ومدى حرصهم على متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية (مستوى المعنوية = 0.125، قيمة $\chi^2 = 2.352$). فالذكور يحرصون على متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية أحيانا بنسبة 78.7% من إجمالي إجاباتهم. فيما تحرص الإناث على متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية أحيانا بنسبة متقاربة مثلت 88% من إجمالي إجاباتهم. وبذلك يلاحظ أن حرص الشباب المصري على متابعة البرامج الحوارية في القنوات المصرية لا يتأثر بالنوع.

جدول رقم (8)

العلاقة بين السن ومدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية (ن=300)

المجموع	السن			مدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية
	من 30 إلى 35	من 25 إلى 30	من 19 إلى 25	
%86.7	%100	%85	%79.7	أحيانا
%13.3	-	%15	%20.3	دائما

و بحساب كا2 ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين الأعمار المختلفة للشباب المصري ومدى متابعتهم للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية (مستوى المعنوية = 0.010، قيمة $\chi^2 = 9.293$) والعلاقة ارتباطية ضعيفة القوة (معامل التوافق = 0.242). فجميع الشباب في الفئة العمرية من سن 30 إلى 35 يتابعون البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية بنسبة 100%، فيما يتابع الشباب من 19 إلى 25 ومن 25 إلى 30 البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية بنسب مثلت 79.7% و 85% علي التوالي. ويمكن تفسير ذلك في ضوء أنه كلما زادت أعمار الشباب، كانوا أكثر استيعابا وتقبلا لقضايا المشاركة السياسية.

جدول رقم (9)

العلاقة بين مستوى التعليم ومدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية (ن=300)

المجموع	مستوى التعليم		مدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية
	جامعي فأعلى	متوسط فأقل	
%86.7	%85.1	%89.3	أحيانا
%13.3	%14.9	%10.7	دائما

ثبت وجود علاقة ارتباطية غير دالة إحصائيا بين المستويات التعليمية للجمهور المصري ومدى متابعتهم للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية (مستوى المعنوية = 0.466، قيمة $\chi^2 = 0.530$). فالجمهور في المستويات التعليمية المتوسطة أو أقل يحرصون على متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية أحيانا بنسبة 89.3% من إجمالي إجاباتهم، أما فالجمهور في المستويات التعليمية المرتفعة يحرصون على متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية أحيانا بنسبة 85.1% من إجمالي إجاباتهم. وبذلك لا توجد اختلافات كبيرة بين الجمهور المصري في المستويات التعليمية المختلفة في حرصهم على متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية.

جدول رقم (10)
أسباب متابعة البرامج الحوارية التي من ضمن اهتمامها مناقشة قضايا المشاركة السياسية (ن=592)

%	أسباب متابعة البرامج الحوارية التي من ضمن اهتمامها مناقشة قضايا المشاركة السياسية
20.6%	بها وجهات نظر متعددة يمكن الاستفادة منها
16.6%	معرفة آراء المتخصصين حول قضايا المشاركة السياسية
11.5%	كي أعرف معلومات عن قضايا المشاركة السياسية
11.1%	معرفة آراء الجمهور حول قضايا المشاركة السياسية
10.1%	تساعد في تكوين رأي حول موضوعات المشاركة السياسية
8.1%	أهتم بقضايا المشاركة السياسية
6.1%	بها مشاركات جماهيرية
3.7%	تقدم جديدا يفيد
3.7%	تقدم نقدا موضوعيا وحلولا للقضايا
3.4%	أفضل متابعة البرامج بصفة عامة
1.7%	أحب أن أعرف أي معلومات عن أي موضوع
1.7%	أجد ثقة فيما تقدمه من موضوعات
1.7%	أخرى

من أسباب متابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية التي من ضمن اهتمامها مناقشة قضايا المشاركة السياسية أن بها وجهات نظر متعددة يمكن الاستفادة منها وذلك بنسبة 20.6%، فمن الملاحظ أن تلك البرامج قد أفردت مساحة كبيرة لجميع التيارات الحزبية والانتماءات السياسية المختلفة للتعبير عن آرائها بقدر ما من الحرية لم تتوافر في غيرها من البرامج. يليه معرفة آراء المتخصصين حول قضايا المشاركة السياسية بنسبة 16.6%، و معرفة معلومات عن قضايا المشاركة السياسية ومعرفة آراء الجمهور حول قضايا المشاركة السياسية بنسب مثلت 11.5% و 11.1% علي التوالي، والتي أبرزت بشكل واضح دور البرامج الحوارية في تشكيل الجوانب المعرفية الخاصة بقضايا المشاركة السياسية لدي الشباب ثم معرفة أي معلومات عن أي موضوع و الثقة التي يجدها فيما تقدمه البرامج الحوارية من موضوعات وذلك بنسب ضئيلة مثلت 1.7% و 1.7% علي التوالي. أما آخري تذكر فقد مثلت نسبة 1.7% من إجمالي أسباب متابعة الشباب للبرامج الحوارية التي من ضمن اهتمامها مناقشة قضايا المشاركة السياسية والتي أشار فيها الشباب أنهم يحبون أن يلموا بقدر كاف من المعرفة حول المتغيرات التي تحدث في الدولة وليكونوا وجهة نظر تقوم على أسس علمية مكتسبة من المتخصصين، كما رأي البعض أنها تفيدهم في دراستهم.

و حول مدى إمداد البرامج الحوارية للمبشرين بمعلومات لم يكونوا على معرفة بها عن قضايا المشاركة السياسية، وجد أن البرامج الحوارية تمد العينة محل الدراسة بمعلومات لم يكونوا على علم بها حول قضايا المشاركة السياسية أحيانا بنسبة 78% ودائما بنسبة 10% . بينما لا تقوم البرامج الحوارية بإمداد الشباب بمعلومات لم يكونوا على علم بها حول قضايا المشاركة السياسية وذلك بنسبة 12% من الشباب، وبذلك فقد استطاعت البرامج الحوارية أن تمد الشباب المصري بشكل أو بآخر بمعلومات قد تدفعهم فيما بعد نحو مشاركة سياسية ايجابية.

وبسؤال المبحوثين عن مدى تفضيلهم مناقشة قضايا المشاركة السياسية في برامج حوارية مستقلة أو في برامج تتضمن موضوعات أخرى تبين أنهم يفضلون مناقشة قضايا المشاركة السياسية في برامج تتضمن موضوعات أخرى وذلك بنسبة 42%، يليه تفضيل مناقشة قضايا المشاركة السياسية في برامج مستقلة 30.7%، ولا أعرف بنسبة 27.3%. وتري الباحثة أن طبيعة قضايا المشاركة السياسية الجادة تحتاج إلى برامج تحتوي علي عدد متنوع من الموضوعات لكسر جدية الموضوعات السياسية.

جدول رقم (11)

ترتيب قضايا المشاركة السياسية التي يرى المبحوثون أهمية التركيز عليها في البرامج الحوارية

الترتيب الأول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الترتيب الخامس	الترتيب السادس	الترتيب السابع	الترتيب الثامن	الترتيب التاسع	الترتيب العاشر	عدد النقاط	الترتيب المرجح
1300	576	240	70	72	20	8	-	-	-	2286	الأول
560	954	224	126	48	20	-	6	-	-	1938	الثاني
320	126	416	462	84	20	-	-	8	4	1440	الثالث
120	198	496	406	108	40	16	12	12	6	1414	الرابع
240	72	160	112	120	100	64	24	-	30	922	الخامس
120	112	96	154	160	50	56	12	32	10	802	السادس
160	18	144	42	240	110	32	12	36	-	794	السابع
20	72	-	-	48	120	24	60	24	6	458	الثامن
-	108	32	56	12	70	64	72	20	6	440	التاسع
-	-	48	14	96	50	88	48	24	4	372	العاشر

من قضايا المشاركة السياسية التي يرى الشباب المصري أنها مهمة في الوقت الراهن ويجب التركيز عليها في البرامج الحوارية، أهمية التصويت في الانتخابات العامة والرئاسية وقد جاءت في الترتيب الأول بعدد نقاط 2286، فالحق في الترشح لعضوية المجالس النيابية والمحلية في الترتيب الثاني بعدد نقاط 1938، وتخصيص مقاعد للمرأة في المجالس النيابية في الترتيب الثالث بعدد نقاط 1440، وأهمية التصويت في النقابات والنادي في الترتيب الرابع بعدد نقاط 1414. بينما جاء موضوع الانضمام للأحزاب والحركات السياسية في الترتيب العاشر والأخير بعدد نقاط 372. وتري الباحثة أنه علي الرغم من اهتمام الشباب المصري بأهمية وحق التصويت في الانتخابات العامة والرئاسية إلا أنهم في الوقت ذاته لا يعطون أهمية مماثلة للعمل السياسي ضمن منظومة سياسية بالانضمام إلى أحد الأحزاب الشرعية.

جدول رقم (12)

مدى كفاية البرامج الحوارية الحالية للتعبير عن قضايا المشاركة السياسية (ن=300)

الترتيب	الترتيب
23.3%	غير كافية
64.7%	كافية إلى حد ما
12%	كافية تماما

يري الشباب المصري أن البرامج الحوارية الحالية كافية إلى حد ما للتعبير عن قضايا المشاركة السياسية بنسبة 64.7%، وكافية تماما بنسبة 12%. بينما تري نسبة 23.3% فقط من الشباب المصري أن البرامج غير كافية. وبذلك فإن الشباب يجد أن البرامج الحوارية معبرة تعبيراً صادقا عن قضايا المشاركة السياسية في مصر وكافية بشكل كبير.

جدول رقم (13)

مدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية (ن=300)

مدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية %	%
لا	34.7%
إلى حد ما	60%
إلى حد كبير	5.35%

يري الشباب أن البرامج الحوارية تعالج قضايا المشاركة السياسية إلى حد ما بنسبة 60% والتي حد كبير بنسبة 5.35%. بينما تري نسبة 34.7% من الشباب أن البرامج الحوارية لا تعالج قضايا المشاركة السياسية، ورغم طرح ومناقشة قضايا المشاركة السياسية في البرامج الحوارية إلا أن المعالجة الإعلامية لتلك القضايا بالشكل الأمثل مفقود في عدد من البرامج الحوارية.

جدول رقم (14)

رأي المبحوثين في تناول البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية (ن=300)

العبارة	لا أوافق	أوافق إلى حد ما	أوافق	الوسط الحسابي	الوزن النسبي
1. البرامج الحوارية تعد مصدرا هاما من مصادر المعلومات حول قضايا المشاركة السياسية التي تشغل اهتمام الرأي العام	10%	32%	58%	2.4800	82.7000
2. تساعد البرامج الحوارية في تعريف المشاهدين بأشكال وطرق المشاركة السياسية	8.7%	48.7%	42.7%	2.3400	78.0000
3. يمكن للبرامج الحوارية المساهمة في تشجيع المشاهدين على المشاركة السياسية	16%	38.7%	45.3%	2.2933	76.3000
5. البرامج الحوارية تتناول فئة محدودة من قضايا المشاركة السياسية	19.3%	41.3%	39.3%	2.2000	73.3000
7. البرامج الحوارية تعكس واقع قضايا المشاركة السياسية	17.3%	51.3%	31.3%	2.1400	71.3000
8. البرامج الحوارية تعبر عن وجهة نظر النخبة فقط فيما يتعلق بالمشاركة السياسية	19.3%	47.3%	33.3%	2.1400	71.3000
9. البرامج الحوارية تعتمد على نقد واقع المشاركة دون تقديم أي حلول بناءة	38%	41.3%	20.7%	1.8267	60.7000

جاءت عبارة "البرامج الحوارية تعد مصدرا هاما من مصادر المعلومات حول قضايا المشاركة السياسية التي تشغل اهتمام الرأي العام" كأكثر العبارات موافقة من الشباب المصري وذلك بمتوسط حسابي 2.4800، يليها عبارة "تساعد البرامج الحوارية في تعريف المشاهدين بأشكال وطرق المشاركة السياسية" بمتوسط حسابي 2.3400، ثم عبارة "يمكن للبرامج الحوارية المساهمة في تشجيع المشاهدين على المشاركة السياسية" بمتوسط حسابي 2.2933. بينما جاءت عبارتي "البرامج الحوارية تعتمد على نقد واقع المشاركة دون تقديم أي حلول بناءة" و "البرامج الحوارية تعبر عن وجهة نظر النخبة فقط فيما يتعلق بالمشاركة السياسية" كأقل عبارات موافقة من الشباب المصري وذلك بمتوسط حسابي مثلت 1.8267 و 2.1400 علي التوالي.

ومن العرض السابق تري الباحثة أن الشباب المصري يعتمد علي البرامج الحوارية في استقاء المعلومات عن المشاركة السياسية أكثر من التعامل مع تلك البرامج باعتبارها أداة للتحفيز علي المشاركة النشطة، كما يري الجمهور أن البرامج الحوارية تفسح المجال أمام الجميع خصوصا العامة للتعبير عن آرائها وهو ما يفسر اختيار الجمهور لعبارة " البرامج الحوارية تعبر عن وجهة نظر النخبة فقط فيما يتعلق بالمشاركة السياسية" كأقل العبارات موافقة.

جدول رقم (15)

مدى تحدث المبحوثين مع من حولهم في قضايا المشاركة السياسية التي تتناولها البرامج الحوارية (ن=300)

الدرجة	المتغير	النسبة (%)
لا	مدى تحدث المبحوثين مع من حولهم في قضايا المشاركة السياسية التي تتناولها البرامج الحوارية	36%
أحيانا		52%
دائما		12%

يتحدث الشباب المصري مع من حولهم في قضايا المشاركة السياسية التي تتناولها البرامج الحوارية (أحيانا ودائما) بنسبة 64%. بينما لا تتحدث نسبة 36% من الشباب مع من حولها في قضايا المشاركة السياسية. وبذلك تتضح قدرة البرامج الحوارية علي تفعيل الحوار في المجتمع المصري عن طريق تناول وطرح القضايا ودفع الشباب إلى مناقشتها وهو ما يمثل بذلك الانطلاقة الأولى نحو مشاركة سياسية فعالة.

جدول رقم (16)

الأشخاص الذين يتم التحدث معهم حول قضايا المشاركة السياسية التي تتناولها البرامج الحوارية (ن=294)

الدرجة	المتغير	النسبة (%)
الأصدقاء	الشخصيات التي يتم التحدث معها حول قضايا المشاركة السياسية التي تتناولها البرامج الحوارية	62.6%
الأقارب		27.2%
مع أشخاص لا تعرفهم في مننديات عامة		4.1%
مع أشخاص لا تعرفهم عبر وسائل الاتصال الحديثة (فيس بوك - المننديات - المدونات وغيرها)		3.4%
الجيران		2.7%

جاء الأصدقاء والأقارب كأكثر الأشخاص الذين يتم التحدث معهم حول قضايا المشاركة السياسية التي تتناولها البرامج الحوارية وذلك بنسب كبيرة مثلت 62.6% و 27.2% علي التوالي. بينما يتحدث الشباب المصري مع أشخاص لا يعرفونهم في مننديات عامة وفي شبكة الانترنت ومع جيرانهم بنسب ضئيلة مثلت 4.1% و 3.4% و 2.7% علي التوالي. وتعرزو الباحثة تلك النتيجة إلى إحساس البعض من الخوف إزاء التحدث في موضوعات وقضايا سياسية مع أشخاص لا يعرفونهم قد يستغلون ذلك ضدهم في أي وقت، علي خلاف التحدث والنقاش في تلك الموضوعات داخل المحيط الأسري والأصدقاء.

جدول رقم (17)

مدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل إعلامية أخرى إلى جانب البرامج الحوارية (ن=300)

الدرجة	المتغير	النسبة (%)
لا	مدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل إعلامية أخرى	27.3%
أحيانا		60%
دائما		12.7%

تتابع نسبة 60% من الشباب المصري قضايا المشاركة السياسية أحيانا في وسائل إعلامية أخرى إلى جانب البرامج الحوارية، بينما تتابع نسبة 12.7% من الشباب قضايا المشاركة السياسية دائما في وسائل إعلامية أخرى إلى جانب البرامج الحوارية. وتفسر الباحثة ذلك في ضوء استخدام بعض الشباب لعدد من الوسائل الإعلامية لتحقيق حالة من التكامل في الحصول علي جميع الأطروحات الخاصة بقضايا المشاركة السياسية.

جدول رقم (18)

الوسائل الإعلامية الأخرى التي يتم فيها متابعة قضايا المشاركة السياسية (ن=342)

%	الوسائل الإعلامية التي يتم فيها متابعة قضايا المشاركة السياسية
36.3%	الصحف والمجلات
26.3%	الإذاعة
23.4%	الانترنت (المدونات والمواقع الاجتماعية)
14%	قنوات الإذاعة والتلفزيون على شبكة الانترنت

جاءت الصحف والمجلات في مقدمة وسائل الإعلامية الأخرى التي يتم فيها متابعة قضايا المشاركة السياسية في المقدمة بنسبة 36.3%، يليها الإذاعة بنسبة 26.3% وشبكة الانترنت بنسبة 23.4% ثم قنوات الإذاعة و التلفزيون على شبكة الانترنت بنسبة 14%. وبذلك فقد جاءت وسائل الإعلام المقروءة في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يتم فيها متابعة قضايا المشاركة السياسية لكونها قادرة علي طرح قضايا المشاركة السياسية بشكل أكثر تفصيلا لا تتوافر في وسائل إعلامية أخرى. كما تقوم وسائل الإعلام المسموعة بطرح قضايا المشاركة السياسية للمستمعين أثناء الصباح أو في أواخر اليوم. وقد برزت شبكة الانترنت كوسيلة منافسة لوسائل الاتصال التقليدية القادرة علي طرح قضايا المشاركة السياسية علي مختلف المستويات.

جدول رقم (19)

مقترحات لتطوير البرامج الحوارية (ن=636)

%	مقترحات تطوير البرامج الحوارية لمعالجة قضايا المشاركة السياسية بشكل أفضل
21.4%	الاستعانة بضيوف أكثر تخصصا في موضوع البرنامج
18.9%	إتاحة الفرصة الكافية للمشاركات الجماهيرية
15.1%	استخدام لغة مفهومة لدى كل فئات الجمهور
14.2%	إتاحة الفرصة لكافة التيارات والحركات السياسية للمشاركة في البرنامج
11.3%	إنتاج برامج حوارية متخصصة في مناقشة قضايا المشاركة السياسية
7.5%	تطوير مستوى مقدمي هذه البرامج
6.3%	اختيار أوقات مناسبة لإذاعة هذه البرامج
5.3%	زيادة المساحة الزمنية المخصصة لمناقشة قضايا المشاركة السياسية

من مقترحات الشباب المصري لتطوير البرامج الحوارية في معالجة قضايا المشاركة السياسية بشكل أفضل، الاستعانة بضيوف أكثر تخصصا في موضوع البرنامج بنسبة 21.4% يليها إتاحة الفرصة الكافية للمشاركات الجماهيرية بنسبة 18.9%، واستخدام لغة مفهومة لدى كل فئات الجمهور بنسبة 15.1%، وإتاحة الفرصة لكافة التيارات والحركات السياسية للمشاركة في البرنامج بنسبة 14.2%، وإنتاج برامج حوارية متخصصة في مناقشة قضايا المشاركة السياسية بنسبة 11.3%، وتطوير مستوى مقدمي هذه البرامج بنسبة 7.5%، واختيار أوقات مناسبة لإذاعة هذه البرامج بنسبة 6.3%، وأخيرا زيادة المساحة الزمنية المخصصة لمناقشة قضايا المشاركة السياسية بنسبة 5.3%.

من العرض السابق يتضح أن مقترحات الشباب قد ارتكزت بشكل أكبر علي الاهتمام بالمضمون أكثر من الجوانب الشكلية كالاهتمام بحسن اختيار العناصر المشاركة في البرنامج والقادرة علي طرح ومناقشة قضايا المشاركة السياسية

بالشكل الأمثل ومشاركة الجماهير واستخدام لغة سهلة. أما الجوانب الشكلية المتمثلة في تطوير أداء مقدمي البرنامج وتوقيتات البرامج ومدة الفقرات المختلفة فيه، فقد جاءت في نهاية مقترحات الشباب للتطوير.

جدول رقم (20)

الموضوعات الخاصة بالمشاركة السياسية التي يجب الاهتمام بها في البرامج الحوارية خلال الفترة القادمة

(ن=82)

طبيعة الموضوعات الخاصة بالمشاركة السياسية	%
أثر أوضاع الاقتصاد والتعليم والصحة في المشاركة السياسية	21.9%
الانتخابات الرئاسية	19.6%
التواصل مع الجماهير ومعرفة آرائهم في مشكلات المجتمع السياسية والاقتصادية	14.7%
نزاهة الانتخابات	9.8%
حق المواطن المصري في الانتخاب	7.3%
الديمقراطية الكاملة	4.9%
مقاعد المرأة في الانتخابات النيابية	4.9%
حقوق الإنسان	4.9%
تأثير الحرس الجامعي في مشاركة الشباب الجامعي السياسية	2.4%
الحركات الاحتجاجية	2.4%
التنظيمات السياسية المحظورة كجماعة الإخوان المسلمين	2.4%
دور الشباب في العمل السياسي	2.4%
زيادة البرامج السياسية وزيادة المساحة المخصصة لها	2.4%

يري الشباب المصري أن هناك عدد من الموضوعات يجب الاهتمام بها في البرامج الحوارية خلال الفترة القادمة، وفي مقدمتها أثر أوضاع الاقتصاد والتعليم والصحة في المشاركة السياسية بنسبة 21.9%، والتي عكست اهتمام الجمهور بالقضايا المجتمعية التي تمس حياتهم بشكل مباشر وهي قضايا مستمرة لا تتحدد بأوقات زمنية، فالانتخابات الرئاسية بنسبة 19.6%، والتواصل مع الجماهير ومعرفة آرائهم في مشكلات المجتمع السياسية والاقتصادية بنسبة 14.7%. أما الموضوعات التالية الخاصة بتأثير الحرس الجامعي في مشاركة الشباب الجامعي السياسية، الحركات الاحتجاجية والتنظيمات السياسية المحظورة كجماعة الإخوان المسلمين ودور الشباب في العمل السياسي وزيادة البرامج السياسية وزيادة المساحة المخصصة لها، فقد جاءوا بنسب ضئيلة مثلت 2.4%.

جدول رقم (21)

مستويات تحفيز الشباب للمشاركة السياسية من خلال البرامج الحوارية (ن=300)

مستويات التحفيز	%
منخفض	9.3%
متوسط	66.7%
مرتفع	24%

جاءت مستويات تحفيز الشباب المصري نحو المشاركة السياسية في البرامج الحوارية متوسطة بنسبة 66.7% فمرتفعة بنسبة 24% ومنخفضة بنسبة أقل مثلت 9.3%. وبذلك فقد استطاعت البرامج الحوارية أن تطرح واقع قضايا المشاركة السياسية بدقة كبيرة، وتحفز الجمهور نحو مشاركة سياسية ايجابية.

جدول رقم (22)

مقياس مستويات المشاركة السياسية (ن=300)

مستويات المشاركة السياسية	%
منخفض	98%
متوسط	2%

يتضح من الجدول أن مستويات المشاركة السياسية للشباب المصري قد جاءت منخفضة بنسبة كبيرة مثلت 98% ومتوسطة بنسبة 2% فقط. وهي نتيجة تعبر عن عزوف المواطنين عن المشاركة السياسية والتي تأخذ أشكال متعددة مثل الانتماء إلى أحد الجماعات أو الأحزاب السياسية أو المشاركة في احدي الندوات أو المؤتمرات التي تتناول قضايا المشاركة السياسية أو امتلاك بطاقة انتخابية أو الإدلاء بالصوت في أي انتخابات نقابية أو برلمانية.

نتائج اختبارات الفروض

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في كل من الاتجاه نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية، و المشاركة السياسية.

جدول رقم (23)

الفروق بين الذكور والإناث من حيث كل من الاتجاه نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية والمشاركة السياسية

النوع	ذكور			إناث			قيمة (ت)	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري			
اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية	150	14.6667	2.73779	150	14.8133	2.32898	0.353	148	0.724
المشاركة السياسية	150	1.4933	2.21404	50	1.0000	1.71638	1.525	148	0.129

1. توجد فروق غير دالة إحصائية بين الذكور والإناث من الشباب في اتجاهاتهم نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية (مستوى المعنوية = 0.724، قيمة ت = 0.353) أي أن اتجاه الشباب المصري نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية لا يتأثر بالنوع.
2. توجد فروق غير دالة إحصائية بين الذكور والإناث من الشباب في مشاركتهم السياسية (مستوى المعنوية = 0.129، قيمة ت = 1.525) أي أن المشاركة السياسية للشباب المصري لا تتأثر بالنوع. وبذلك لم يثبت صحة الفرض الأول بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في كل من:
 - الاتجاه نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية.
 - المشاركة السياسية.

الفرض الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث مستوى التعليم في كل من الاتجاه نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية، و المشاركة السياسية.

جدول رقم (24)

الفروق بين المبحوثين من حيث مستوى التعليم وكل من الاتجاه نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية والمشاركة السياسية

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة (ت)	جامعي فاعلي			متوسط فأقل			مستوى التعليم
			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	
0.616	148	0.502	2.33971	14.6596	188	2.84805	14.8750	112	اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية
0.006	148	2.792	1.68529	0.9043	188	2.32071	1.8214	112	المشاركة السياسية

1. توجد فروق غير دالة إحصائياً بين الشباب من ذوي المؤهلات العليا والشباب من ذوي التعليم المتوسط فأقل في اتجاهاتهم نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية (مستوي المعنوية = 0.616، قيمة ت = 0.502) أي أن اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية لا يتأثر بمستوياتهم التعليمية.
2. توجد فروق دالة إحصائياً بين الشباب ذوي المؤهلات العليا والشباب من ذوي التعليم المتوسط فأقل في مشاركتهم السياسية (مستوي المعنوية = 0.006، قيمة ت = 2.792) لصالح الشباب في المستويات التعليمية المتوسطة. فقد اتضح أن المشاركة السياسية للشباب المصري من ذوي التعليم المتوسط قد جاءت بشكل أكبر (متوسط حسابي = 1.8214) من المشاركة السياسية للشباب المصري من ذوي المؤهلات العليا (متوسط حسابي = 0.9043) وبذلك فقد ثبت صحة الفرض الثاني جزئياً بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث مستوى التعليم ومشاركتهم السياسية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث السن في كل من الاتجاه نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية، و المشاركة السياسية

جدول رقم (25)

الفروق بين المبحوثين من حيث السن وكل من الاتجاه نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية والمشاركة السياسية

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	السن	
		داخل المجموعات	بين المجموعات					
0.083	2.532	147	2	2.53299	14.7681	138	من 19 سنة إلى أقل من 25	الاتجاه نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية
				2.03243	15.3500	80	من 25 سنة إلى أقل من 30	
				2.86186	14.0976	82	من 30 سنة إلى أقل من 35	
0.615	0.488	147	2	1.92052	1.2464	138	من 19 سنة إلى أقل من 25	المشاركة السياسية
				2.11815	1.0250	80	من 25 سنة إلى أقل من 30	
				2.00122	1.4634	82	من 30 سنة إلى أقل من 35	

1. توجد فروق غير دالة إحصائياً بين أعمار الشباب المصري في اتجاهاتهم نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية (مستوي المعنوية = 0.083، قيمة ف = 2.532) أي أن اتجاهات الشباب المصري نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية لا تتأثر بأعمارهم.
 2. توجد فروق غير دالة إحصائياً بين أعمار الشباب المصري في مشاركتهم السياسية (مستوي المعنوية = 0.615، قيمة ف = 0.488) أي أن المشاركة السياسية للشباب المصري لا تتأثر بأعمارهم.
- وبذلك لم يثبت صحة الفرض الثالث بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث السن في كل من الاتجاه نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية والمشاركة السياسية.

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الحرص على متابعة البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات المصرية المختلفة وكل من:

- مدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية
- مدى إمداد البرامج الحوارية للجمهور بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية
- اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية
- مدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى
- المشاركة السياسية

جدول رقم (26)

العلاقة بين الحرص على متابعة البرامج الحوارية وبين كل من مدى متابعة تلك البرامج ومدى إمدادها بمعلومات قضايا المشاركة السياسية ومدى متابعة قضايا المشاركة في وسائل الإعلام الأخرى والمشاركة السياسية

المشاركة السياسية		مدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى		اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية		مدى إمداد البرامج الحوارية للجمهور بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية		مدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية		الحرص على متابعة البرامج الحوارية
P	R	P	R	P	R	P	R	P	R	
0.158	0.116	0.044	0.165	0.636	0.039	0.245	0.095	0.286	0.088	

1. توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين حرص الشباب المصري على متابعة البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات المصرية المختلفة ومدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية (مستوي المعنوية = 0.286، معامل بيرسون = 0.088) وذلك يعني أن متابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية لا تتأثر بحرصهم على متابعة البرامج الحوارية.
2. توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين حرص الشباب المصري على متابعة البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات المصرية المختلفة ومدى إمداد البرامج الحوارية للجمهور بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية (مستوي المعنوية = 0.245، معامل بيرسون = 0.095) وذلك يعني أن إمداد البرامج الحوارية للشباب المصري بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية لا يتأثر بحرصهم على متابعة البرامج الحوارية.
3. توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين حرص الشباب المصري على متابعة البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات المصرية المختلفة واتجاهاتهم نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية (مستوي المعنوية = 0.636، معامل بيرسون = 0.039) وذلك يعني أن اتجاهات الشباب المصري نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية لا تتأثر بحرصهم على متابعة البرامج الحوارية.

4. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين حرص الشباب المصري على متابعة البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات المصرية المختلفة و مدى متابعتهم لقضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى (مستوي المعنوية =0.044) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون =0.165) وذلك يعني أنه كلما حرص الشباب المصري على متابعة البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات المصرية المختلفة، زادت متابعتهم لقضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى.

5. توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائية بين حرص الشباب المصري على متابعة البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات المصرية المختلفة و مشاركتهم السياسية (مستوي المعنوية =0.158، معامل بيرسون =0.116) وذلك يعني أن المشاركة السياسية للشباب المصري لا تتأثر بحرصهم علي متابعة البرامج الحوارية. وبذلك ثبت صحة الفرض الرابع جزئياً بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين حرص الشباب المصري على متابعة البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات المصرية المختلفة ومدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى

الفرض الخامس:

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية و:
- مدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية
 - مدى إمداد البرامج الحوارية للجمهور بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية
 - اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية
 - مدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى
 - المشاركة السياسية.

جدول رقم (27)

العلاقة بين متابعة البرامج الحوارية وكل من مدى معالجتها لقضايا المشاركة السياسية ومدة إمدادها بمعلومات عن قضايا المشاركة واتجاه الشباب نحو دور هذه البرامج في تحفيز المشاركة السياسية ومدى متابعة تلك القضايا في وسائل الإعلام الأخرى والمشاركة السياسية

المشاركة السياسية		مدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى		اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية		مدى إمداد البرامج الحوارية للجمهور بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية		مدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية		مدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية
P	R	P	R	P	R	P	R	P	R	
0.158	0.116	0.044	0.165	0.720	-0.030	0.082	0.142	0.028	-0.180	

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:

1. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى متابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية ومدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية (مستوي المعنوية =0.028) والعلاقة ارتباطية عكسية ضعيفة القوة (معامل بيرسون =-0.180) بمعنى أنه كلما زادت متابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية، جاءت معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية من وجهة نظر الشباب قليلة.
2. توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائية بين مدى متابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية ومدى إمداد البرامج الحوارية للجمهور بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية (مستوي المعنوية =0.082، معامل بيرسون =0.142) أي أن إمداد البرامج الحوارية للجمهور بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية لا يتأثر بمتابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية.

3. توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين مدى متابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية واتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية (مستوي المعنوية = 0.720، معامل بيرسون = -0.030) أي أن اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية لا يتأثر بمتابعتهم للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية
4. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى متابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية ومدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى (مستوي المعنوية = 0.044) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون = 0.165) وذلك يعني أنه كلما زادت متابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية، زادت متابعتهم لقضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى.
5. توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين مدى متابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية ومشاركتهم السياسية (مستوي المعنوية = 0.158، معامل بيرسون = 0.116) أي أن مشاركة الشباب السياسية لا تتأثر بمتابعتهم للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية.
- وبذلك ثبت صحة الفرض الخامس جزئياً بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية ومدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية ومدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية وكل من:-
 - مدى مناقشة قضايا المشاركة السياسية التي تتناولها البرامج الحوارية مع الآخرين
 - مدى إمداد البرامج الحوارية للجمهور بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية
 - اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية
 - مدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى
 - المشاركة السياسية

جدول رقم (28)

العلاقة بين مدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية وكل من مدى مناقشتها مع الآخرين ومدى إمداد الجمهور بمعلومات عن هذه القضايا واتجاه الشباب نحو دورها في تحفيز المشاركة السياسية ومدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى والمشاركة السياسية

المشاركة السياسية		مدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى		اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية		مدى إمداد البرامج الحوارية للجمهور بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية		مدى مناقشة قضايا المشاركة السياسية التي تتناولها البرامج الحوارية مع الآخرين	
P	R	P	R	P	R	P	R	P	R
0.312	0.083	0.915	0.009	0.001	0.281	0.335	0.079	0.034	0.173

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:

1. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية ومدى مناقشة قضايا المشاركة السياسية التي تتناولها البرامج الحوارية مع الآخرين (مستوي المعنوية = 0.034) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون = 0.173) وذلك يعني أنه كلما كانت معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية كافية، ازدادت مناقشة الشباب المصري لقضايا المشاركة السياسية التي تتناولها البرامج الحوارية مع الآخرين .
2. توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين مدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية ومدى إمداد البرامج الحوارية للجمهور بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية (مستوي المعنوية = 0.335، معامل بيرسون =

- 0.079) أي أن اعتقاد الشباب في إمداد البرامج الحوارية للجمهور بمعلومات عن قضايا المشاركة السياسية لا يتأثر بمعالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية.
3. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية و اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية (مستوي المعنوية = 0.001) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون = 0.281) وذلك يعني أنه كلما كانت معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية كافية، جاء اتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية أكثر ايجابية.
4. توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين مدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية ومدى متابعة الشباب المصري لقضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى (مستوي المعنوية = 0.915، معامل بيرسون = 0.009) وذلك يعني أن متابعة الشباب المصري لقضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى لا تتأثر بمدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية.
5. توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين مدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية و المشاركة السياسية للشباب المصري (مستوي المعنوية = 0.312، معامل بيرسون = 0.083) وذلك يعني أن المشاركة السياسية للشباب المصري لا تتأثر بمدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية.
- وبذلك ثبت صحة الفرض السادس جزئياً بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية ومدى مناقشة قضايا المشاركة السياسية التي تتناولها البرامج الحوارية مع الآخرين واتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية.

مناقشة نتائج الدراسة

- يحرص الشباب المصري على متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية أحياناً ودائماً مما يؤكد أهمية هذه البرامج وضرورة الاهتمام بما تقدمه من مضامين لضمان ترسيخ مبادئ المشاركة السياسية الإيجابية لدى الشباب.
- جاء برنامج 90 دقيقة في الترتيب الأول بين البرامج الحوارية التي يحرص الشباب المصري على متابعتها بين البرامج الحوارية الأخرى يليه برنامج العاشرة مساءً في الترتيب الثاني فبرنامج مصر النهاردة في الترتيب الثالث والحياة اليوم في الترتيب الرابع وهي كلها برامج تعمل على تحفيز المشاركة السياسية لدى الشباب.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الأعمار المختلفة للشباب المصري ومدى متابعتهم للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية فقد لوحظ أن جميع الشباب في الفئة العمرية من سن 30 إلى 35 يتابعون البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية.
- من أسباب متابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية التي من ضمن اهتمامها مناقشة قضايا المشاركة السياسية أن بها وجهات نظر متعددة يمكن الاستفادة منها، يليه معرفة آراء المتخصصين حول قضايا المشاركة السياسية ومعرفة معلومات عن قضايا المشاركة السياسية ومعرفة آراء الجمهور حول قضايا المشاركة.
- تمد البرامج الحوارية الشباب المصري بمعلومات لم يكونوا على علم بها حول قضايا المشاركة السياسية أحياناً ودائماً مما يدل على مدى أهمية هذه البرامج في توجيه الشباب وتوعيتهم بالدور المنوط بهم في مجتمعاتهم من أجل تنمية هذه المجتمعات والارتقاء بها.
- من قضايا المشاركة السياسية التي يرى الشباب المصري أنها مهمة في الوقت الراهن ويجب التركيز عليها في البرامج الحوارية، أهمية التصويت في الانتخابات العامة والرئاسية والحق في الترشح لعضوية المجالس النيابية والمحلية وتخصيص مقاعد للمرأة في المجالس النيابية.
- يتحدث الشباب المصري مع من حولهم في قضايا المشاركة السياسية التي تتناولها البرامج الحوارية داخل المحيط الأسري والأصدقاء مما يوضح أهمية الاتصال الشخصي أيضاً في تفعيل المشاركة السياسية لديهم.
- جاءت الصحف والمجلات في مقدمة الوسائل الإعلامية الأخرى التي يتم فيها متابعة قضايا المشاركة السياسية في المقدمة، يليها الإذاعة فشبكات الإنترنت ثم قنوات الإذاعة والتلفزيون علي شبكة الإنترنت وهذا يتطلب ضرورة الاهتمام بما يقدم من مضامين للشباب على هذه القنوات .

- جاءت مستويات تحفيز الشباب المصري نحو المشاركة السياسية في البرامج الحوارية متوسطة بنسبة كبيرة ثم مرتفعة فمخفضة بنسبة أقل.
- لم يثبت صحة الفرض الأول بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في كل من:
 - الاتجاه نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية.
 - المشاركة السياسية.
- ثبت صحة الفرض الثاني جزئياً بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث مستوى التعليم ومشاركتهم السياسية.
- لم يثبت صحة الفرض الثالث بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث السن في كل من الاتجاه نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية والمشاركة السياسية.
- ثبت صحة الفرض الرابع جزئياً بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين حرص الشباب المصري على متابعة البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات المصرية المختلفة ومدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى.
- ثبت صحة الفرض الخامس جزئياً بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية ومدى معالجة البرامج الحوارية لقضايا المشاركة السياسية ومدى متابعة قضايا المشاركة السياسية في وسائل الإعلام الأخرى.
- ثبت صحة الفرض السادس جزئياً بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى متابعة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المشاركة السياسية ومدى مناقشة قضايا المشاركة السياسية التي تتناولها البرامج الحوارية مع الآخرين واتجاه الشباب نحو دور البرامج الحوارية في تحفيز المشاركة السياسية.
- وجميع هذه النتائج تؤكد على أهمية مراجعة ما يقدم من مضامين في هذه البرامج والحرص على أن يتم تقديم ما من شأنه تحفيز الشباب على المشاركة السياسية الايجابية والابتعاد عن الجوانب السلبية التي تضر بالمجتمع وبمصلحه وأمنه وسلامته.

التوصيات

- ضرورة الاهتمام بتقديم مزيداً من البرامج الحوارية التي تحفز الجمهور علي المشاركة السياسية.
- الاهتمام بتناول بقضايا المشاركة السياسية الملحة المرتبطة بالانتخابات الرئاسية القادمة وتخصيص مقاعد للمرأة في المجالس النيابية.
- الاستفادة من آراء المتخصصين عند تناول وطرح قضايا المشاركة السياسية.
- العمل علي تطوير البرامج الحوارية للاستفادة من إمكانياتها لدفع الشباب المصري للمشاركة السياسية الايجابية.
- يمكن أن تكون هذه الدراسة نواة لأبحاث أخرى تدرس علاقة البرامج الحوارية بتشكيل اتجاهات الرأي العام حول قضايا المشاركة وتأثيراتها المحتملة في ترجيح البرامج السياسية للأحزاب والقوى السياسية، بل ودعم مرشحين يعينهم وغير ها من قضايا ترتبط بالانفتاح السياسي المحتمل في مصر وترسيخ مبادئ العدالة الاجتماعية والحرية والديمقراطية والمواطنة والوحدة الوطنية وغيرها من المبادئ التي يسعى الشعب المصري الي ترسيخها ودعمها .

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- أحمد الرشيدى. (2005). **حقوق الإنسان: دراسة مقارنة في النظريات والتطبيق**. القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.
- أحمد كامل أبو خليف. دور الإعلام العراقي في تفعيل المشاركة السياسية. جريدة الصباح.
- <http://www.alsabaah.com/paper.php?source=akbar&mlf=interpage&sid=80018>
- أحمد يوسف القرعى. (2010/1/2). ثقافة المشاركة السياسية في دائرة الإعلام. الصفحة الأولى، **جريدة الأهرام**.
- أشرف جلال حسن. (2005). العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة. دراسة مقارنة لبرامج الرأي في القناتين الأولى والثانية مقارنة بدريم والمحور. **المؤتمر العلمي الدولي الحادي عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة، مستقبل وسائل الإعلام العربية، 323 - 369.**
- الأمم المتحدة. **حقوق الإنسان. (1988). مجموعة صكوك دولية**. جنيف: مركز حقوق الإنسان.
- السيد عليوة. منى محمود. (2008). **المشاركة السياسية. موسوعة الشباب السياسية**. القاهرة. سلسلة خاصة يصدرها مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية.

- الشافعي محمد بشير. (2000). **قانون حقوق الإنسان: مصادره وتطبيقاته الوطنية والدولية**. الإسكندرية: منشأة المعارف، ط2.
- المجالس القومية المتخصصة. (2007-2008). ملخص ورقة عمل عن المشاركة السياسية للشباب ودوره في المجتمع، الدورة الثامنة والعشرون.
- أميرة سمير طه. (2005). دور القنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة في إدراك أفراد المجتمع المصري لمناخ حرية الرأي وتأثير ذلك على مشاركتهم السياسية. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- أميرة محمد العباسي. (2001). المشاركة السياسية للمرأة ودور الإعلام في تفعيل هذه المشاركة. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. جامعة القاهرة. كلية الإعلام، المجلد الثاني، العدد الأول.
- أميمة محمد عمران. (2001). دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الحادي عشر.
- إيناس أبو يوسف. (2001). الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة القاهرة. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثاني، العدد الأول.
- بشار مطهر. (2004). **المدخل إلى الإعلام اليمني**. القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.
- داود الباز. (2000). **حق المشاركة في الحياة السياسية**. القاهرة: دار الفكر الجامعي.
- رانيا أحمد. (2007). مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري. **المؤتمر العلمي الدولي الثالث عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة**، الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي.
- ريهام سامي حسين يوسف. (2008). "دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري" رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- سليمان صالح. (2004). **حقوق الصحفيين في الوطن العربي**. القاهرة: دار النشر للجامعات المصرية..
- سوزان القليني ومحمد سمير عبد الفتاح. (2004). **مناهج البحث الإعلامي**، القاهرة، دن.
- شيماء ذو الفقار حامد. (2000). دور المادة الإخبارية في التليفزيون المصري في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- صالح عراقي. (2008). نموذج مقترح لثقافة الحوار في القنوات التليفزيونية العربية وفقاً لرؤية الخبراء وجمهور المشاهدين لتلك القنوات. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. جامعة القاهرة كلية الإعلام، عدد 1، المجلد 9، 159 - 244.
- عادل عبد الغفار. (2003). أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم. **المؤتمر العلمي الدولي التاسع لكلية الإعلام جامعة القاهرة**، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، المجلد الثالث، 747 - 825.
- عبد الحكيم عبد الله. (2009). دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية على طلاب الجامعات اليمنية. رسالة ماجستير غير منشورة. القاهرة: معهد الدراسات والبحوث..
- عطا أحمد. (2009). تقدير الذات والمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعة في غزة. رسالة ماجستير غير منشورة. القاهرة: معهد الدراسات والبحوث العربية، 68.
- عمرو هاشم. (2006). **مصر والإصلاح عقب الانتخابات الرئاسية والبرلمانية**. القاهرة: مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية.
- قدري علي. (2007). تأثير المعالجة الإعلامية لحقوق الإنسان لقضايا حقوق الإنسان علي معارف واتجاهات الجمهور المصري. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام..
- محمد السيد السعيد. (1989). حقوق الإنسان بين الأيديولوجية والأخلاق العالمية. **مجلة السياسية الدولية**، العدد 96.
- محمد بن سعود البشر. (1996). **المسؤولية الاجتماعية في الإعلام: النظرية وواقع التطبيق**. الرياض: دار عالم الكتب.
- محمد نبيل الشيمي. (2009). محددات المشاركة السياسية. **الحوار المتمدن**، العدد 2551.
- محمود كرم سليمان. (1988). **التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام**. المنصورة: دار الوفاء.
- ناهد رمزي. (2001). **المرأة والإعلام في عالم متغير**. الدار المصرية اللبنانية: القاهرة.
- نهى عاطف العبد. (2009). العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية في الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأي العام بقضايا الإصلاح السياسي في مصر. **المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة**، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، المجلد الثاني، 729 - 819.
- هاني سليمان الطعيمات. (2003). **حقوق الإنسان وحرياته الأساسية**. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

- وحيد عبد المجيد. (2003). **التطور الديمقراطي في مصر: البرلمان والأحزاب والمجتمع المدني في الميزان**. القاهرة: مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية.
- وفاء عبد الخالق ثروت. (2008). "دور البرامج الحوارية في التلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التعديلات الدستورية" دراسة في إطار نظرية دوامة الصمت. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، عدد 2، مجلد 9، جامعة القاهرة. كلية الإعلام، 465 - 535.
- ثانيا: المراجع الأجنبية:**
- Carroll J.Glynn, Michael Huge, Jason B.Reineke, Bruce W.Hardy, James Shanahan. (2007). When Oprah Intervenes: Political correlates of Daytime Talk show viewing. *Journal of Broadcasting and electronic media*, 51 (2), 228–244.
- Claus H. de Vreese, Hajo Boomgaarden. (2006). News, Political Knowledge and Participation: The Differential Effects of News Media Exposure on Political Knowledge and Participation. *Acta Politica*, 41, 317–341.
- Dietram A. Scheufele, Matthew C. Nesbit, Dominique Brossard. (2003). Pathways to Political Participation? Religion, Communication Contexts, and Mass Media. *International Journal of Public Opinion Research*, 15 (3), 300-324.
- Eveland W. P.; Scheufele. (2000). Connecting News Media Use with Gaps in Knowledge and Participation, 17 (3), 215-237.
- Gangheong Lee & Joseph N. Cappella. (2001). "The Effects of Political Talk on Political Attitude Formation: Exposure versus Knowledge ", *Political Communication*, 18, 369-394.
- Jack M. McLeod, Dietram A. Scheufele, Patricia Moy. (2001). Community, Communication, and Participation: The Role of Mass Media and Interpersonal Discussion in Local Political Participation. *Political Communication*, 16 (3), 315-336.
- Josh Pasek, Kate Kenski, Daniel Roomer, Kathleen Hall Jamieson. (2006). America's Youth and Community Engagement: How Use of Mass Media Is Related to Civic Activity and Political Awareness in 14- to 22-Year-Olds. *Communication Research*, 33 (3), 115-135.
- Limor Peer, Edward C. Malthouse, Bobby J.Calder. (2003). Estimating the effect of news media consumption on political participation. Paper presented at the 2003 Annual Meeting of the American Political Science Association, Philadelphia, PA, 27-31.
- Paul R. Brewer and Xiaoxia Cao. (2006). Candidate Appearances on Soft News Shows and Public Knowledge about Primary Campaigns. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50 (1), 18–35.
- Peter T. Leeson. (2008). Media Freedom, Political Knowledge, and Participation. *Journal of Economic Perspectives*, 22 (2), 155–169.
- Shaw A., Ragland, Political Reform in U.S.A. (2000). *Public Opinion Quarterly*, 64 (2).
- Snyder, Edward. (2001). Play to the Cameras: The Presence of an Entertainment Perspective In Political Panel Programming and the Implications of Making Politics Palatable and Appealing. Master. (USA: West Virginia University).
- Tein-Tsung lee, Lu Wei. (2008). How Newspaper Readership Affects Political Participation. *Newspaper Research Journal*, 29 (3), 8-23.
- Yitzhak Yanovitzky, Joseph N.Cappella. (2001). Effects of Call-In political Talk Radio shows on their audiences: Evidence from a Multi-wave Panel Analysis. *International Journal of Public opinion Research*, 13 (4), 377–397.