

## صورة جماعة الإخوان المسلمين في الصحف الإلكترونية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي

أ.م.د. محمد شعبان وهدان  
رئيس قسم الصحافة والإعلام كلية الدراسات الإسلامية بنات جامعة الأزهر  
د. عمرو محمد عبدالله  
المدرس بقسم الاعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس  
أحمد متولى عبدالرحيم

## المخلص

**الخلفية:** بعد ثورة يناير ونتيجة لما حققتة جماعة الإخوان المسلمين من مكاسب وتولى محمد مرسى الرئاسة حازت الجماعة على نصيب الأسد في التغطية الإعلامية خاصة في الصحف الإلكترونية ومن خلال تصفح الشباب لموضوعات تتناول الجماعة تتشكل لديهم صورة ذهنية عن جماعة الإخوان **اهداف الدراسة:** تهدف الدراسة التعرف على صورة جماعة الإخوان في الصحف الإلكترونية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي. **أهمية الدراسة:** ترجع أهمية الدراسة إلى قلة الدراسات التي تناولت جماعة الإخوان المسلمين قد يرجعها الباحث ذلك إلى الظروف والملابسات التي أحاطت بجماعة الإخوان منذ نشأتها.

**عينة الدراسة:** ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي يتراوح أعمارهم ما بين ١٨- ٢١ من جامعات (عين شمس، الأزهر، ٦ أكتوبر، الزقازيق) بواقع ١٠٠ مفردة من كل جامعة

**أدوات الدراسة:** استخدمت الدراسة أداة الاستبيان.

**نوع ومنهج الدراسة:** تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية مستخدمة ومنهجها المسح الإعلامي

**أهم نتائج الدراسة:** وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصورة الذهنية لجماعة ونوع التعليم. جاءت نسبة ٥٣% من أفراد العينة من الذكور يرون أن الصورة التي تعكسها الصحف الإلكترونية عن جماعة الإخوان المسلمين صورة سلبية ونسبة ٤٧% من أفراد العينة من الإناث يرون أن الصورة التي تعكسها الصحف الإلكترونية عن جماعة الإخوان المسلمين صورة سلبية. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في التعليم العام والديني والخاص في الصورة التي تعكسها الصحافة الإلكترونية عن جماعة الإخوان. جاءت نسبة ٤٧% من أفراد العينة من الذكور لديهم انطباع سلبي عام عن جماعة الإخوان المسلمين الإخوان، وأن نسبة ٥٤% من أفراد العينة من الإناث لديهم انطباع سلبي عام عن جماعة الإخوان المسلمين.

**The Image of Muslim Brotherhood In Electronic Newspapers and its Relationship of University students**

**Background:** Following the January revolution and as a result achieved by the group of successes on the political level received the lion's share of media coverage of all media, including electronic newspapers

**Objectives:** The study aims to identify the image of the Muslim Brotherhood in the electronic newspapers and their relation to the mental image I have a young university.

**Importance:** The importance of the study to the lack of studies on the Muslim Brotherhood may be returned by the researcher to the conditions and circumstances surrounding the Brotherhood since its inception.

**Sample:** 400 Single of university students between the ages of 18- 21 from universities (Ain Shams, Al- Azhar, October 6, El Zagazig) by the Single 100 from each university

**Tools:** The study used a questionnaire tool.

**Type& methodology:** This study is one of the descriptive studies using scanning and approach Media.

**Results:** There are significant differences between the mental image of the group and type of education. The percentage of 53% of male respondents believe that the image reflected by electronic newspapers Muslim Brotherhood negative image and 47 percent of female respondents believe that the image reflected by electronic newspapers Muslim Brotherhood negative image. The presence of statistically significant differences between subjects in general education, religious and private sectors in the image reflected by the electronic media for the Muslim Brotherhood. The percentage of 47% of male respondents have a negative impression in the Muslim Brotherhood, and that 54% of female respondents have a negative impression of the Muslim Brotherhood.

**Key Word:** Muslim Brotherhood, Electronic Newspapers, University Youth, and Mental Image

- أهداف الدراسة:**
١. متابعة الصورة الذهنية التي تكونت لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة عن جماعة الإخوان.
  ٢. التعرف على أهم الموضوعات التي ترصدها الصحف الالكترونية عن جماعة الإخوان المسلمين من وجهة نظر المبحوثين
  ٣. متابعة اتجاهات المبحوثين نحو جماعة الإخوان بعد اطلاعهم على الصحف الالكترونية.
  ٤. التعرف على الشخصيات التي يفضلها المبحوثين في جماعة الإخوان المسلمين.

#### الإطار النظري:

تهدف نظرية الغرس في الأساس إلى قياس نتيجة تعرض المشاهدين لوسائل الإعلام خاص التلفزيون والسينما وتأثير عمليات التكرار في المشاهدة والتشابه في المضامين المعروضة على إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي الحقيقي والواقع الصوري الذي يقدمه الإعلام ووسائله.

نظرية الغرس من النظريات التي تقيس تأثيرات الرسالة الإعلامية على الجمهور وترعى النظرية كم من الاعتبارات الهامة.

تركزت أفكار النظرية على دراسة دور التلفزيون وبقاى وسائل الإعلام في غرس الثقافة عند الجمهور بشكل عام، والفئات التي تجلس طويلاً أمامه (الأطفال- سيدات البيوت- المراهقين).

الغرس يحدث عبر النقل المكثف للصورة الرمزية للأحداث، فتتكون الثقافة التي هي ببساطة (عبارة عن وعاء من الرموز والصور الذهنية التي تنظم العلاقات الاجتماعية والمواقف).

نظرية الغرس الثقافي تقيّد بأن الأفراد كثيفي المشاهدة بانتظام يميلون إلى رؤية العالم كما يصوره التلفزيون مقارنة بغيرهم ممن هم قليلي المشاهدة، فالعرض المتكرر يشكل الآراء ويبني المواقف. كذلك المشاهدة المتكررة تخلق ثقافة موحدة للحقيقة والاعتقادات التي توجد عليها الأشياء في العالم.

#### الدراسات السابقة:

٢٢ المحور الأول الدراسات السابقة التي تناولت جماعة الإخوان المسلمين: أغلب الدراسات التي تناولت جماعة الإخوان استخدمت المنهج التاريخي في تناولها لموضوع الدراسة ومنها:

١. دراسة عادل حسن (٢٠٠٩)<sup>(١)</sup> بعنوان الإخوان المسلمين وقضية فلسطين (١٩٢٨- ١٩٥٤) تناولت هذه الدراسة موقف الإخوان المسلمين من القضية الفلسطينية من ١٩٢٨ حتى ١٩٥٤ تناولت الدراسة تطورات القضية الفلسطينية وموقف الإخوان منها من خلال المنهج التاريخي حيث اعتمدت على تناول تطورات القضية الفلسطينية منذ الحرب العالمية الأولى وموقف الإخوان من مشروع التقسيم عام ١٩٣٧ وكذلك تناولت الدراسة موقف الإخوان من قضية فلسطين ما بعد الحرب العالمية الثانية. وقد توصلت الدراسة إلى: أخرج الإخوان قضية فلسطين من مجرد الاهتمام النظرى إلى المجال العملى التطبيقي حيث شارك الإخوان وبقوة في التعبئة الجماهيرية للقضية ثم انتقلوا للجهاد الفعلى على أرض المعركة الفلسطينية، أثبتت الدراسة نظرة الإخوان الشمولية لأبعاد القضية الفلسطينية بعكس الذين حاولوا أن يحصرها نظرتهم إلى الحرب الدينية فقط وأثبتت الدراسة أن القضية الفلسطينية جرت على الإخوان محن عديدة وخصوصاً مختلفة رغم ذلك لم يغير الإخوان من أيديولوجيتهم في التعامل مع القضية والتي تتبّع فهم شامل للإسلام.
٢. دراسة نادية عباس (٢٠١٠)<sup>(٢)</sup> بعنوان الحركات الدينية السياسية ومستقبل الصرع العربي الإسرائيلي حيث استهدفت الدراسة التعرف على تأثير كل من الحركات الدينية السياسية في الكيان الإسرائيلي والحركات الإسلامية السياسية في فلسطين ودول المواجهة العربية مصر والأردن وسوريا ولبنان التي شهدت حضوراً فاعلاً على الساحة السياسية، وقد توصلت الدراسة إلى توصلت إلى أن المجال الدولي على المستوى الرسمي يشكل عاملاً مؤثراً على الكيان الصهيونى وتعد الحركات الإسلامية السياسية تمثل نقل سياسى لا يستهان به في الإقليم وتعتبر مصدر دعم وقوة ضد الاحتلال.
٣. دراسة نهى عبدالله حسين (٢٠١١)<sup>(٣)</sup> بعنوان الإسلام السياسى فى الشرق الأوسط

تتزايد أهمية الصحافة الحديثة انطلاقاً من أبعاد دورها المؤثر والفعال تجاه المجتمع المعاصر، حيث تتحمل أعباء مسئولية خاصة تفرض عليها دائماً الالتزام بمعايير رفيعة المستوى في الأداء وبما يؤكد قيمة الصحافة بشكل أو بآخر وتتناول الصحف يوماً بعداً من القضايا والأحداث وتقوم بقوليتها في شكل تقريرى معين لتنتقلها إلى القارئ وقد تتناول مجموعة من الصحف نفس الحدث ولكن تتولى قوليتها وتقديمه بشكل هادف إلى التأثير في القارئ بطريقة معينة من خلال شرح القوى الفاعلة والمحرركة له والاعتماد على مسارات برهنة وأطر مرجعية خاصة في تقديم القضية أو الحدث.

وفي إطار مستوى التعددية التي يتميز بها الواقع الصحفى خاصة في مصر، وتعدد أساليب توظيف القوى الفاعلة ومسارات البرهنة والأطر المرجعية المتعلقة بالأحداث والقضايا المختلفة خصوصاً الأحداث والقضايا الخلافية فنجد تبيان في المعالجة تظهر بين الصحف القومية والصحف الحزبية والصحف الخاصة، ويبرز هذا الأمر بصورة واضحة فيما يتعلق بدور الصحافة في التأثير على جمهور القراء وفي تكوين اتجاهاتهم تجاه الأحداث العالمية.

وقد لعبت الصحف دوراً رائداً في تكوين اتجاهات الجماهير نحو الجماعات والتيارات الدينية خاصة جماعة الإخوان المسلمين بعد ثورة يناير لما حققته الجماعة من دور حيوى في أحداث الثورة ساعدت على نجاحها وتزايدت التغطية الصحفية لأخبار الجماعة حيث حصل حزب الحرية والعدالة الزراع السياسى لجماعة الإخوان على نصيب الأسد في الانتخابات بنسبة ٤٣,٧% وكذلك تولية مرشحهم الرئاسى محمد مرسى حكم مصر ومساندة الجماعة له ونظراً لما تمتلكه الصحافة من مميزات عديدة في مجال التأثير على جمهور القراء وتسخير إمكانياتها وتوظيفها لخدمة الأغراض الإعلامية تستطيع تكوين صورة ذهنية عن جماعة الإخوان المسلمين لدى المبحوثين عينة الدراسة.

#### مشكلة الدراسة:

عقب ثورة يناير وما حققته الجماعة من نجاحات على الصعيد السياسى حازت على نصيب الأسد من التغطية الإعلامية لكافة وسائل الإعلام ومنها الصحف الالكترونية خاصة تزايد استخدام الشباب الجامعى للانترنت وتصفح الصحف الالكترونية ومن خلال تصفحهم للموضوعات التي تتناول جماعة الإخوان المسلمين فى الصحف الالكترونية تتشكل لديهم صورة ذهنية عن الجماعة سواء كانت سلبية أو محايدة أو ايجابية.

تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل الأتي: ما هي صورة جماعة الإخوان المسلمين فى الصحف الالكترونية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعى؟، وينبثق من التساؤل الرئيسى عدة تساؤلات فرعية:

١. ما مدى متابعة المبحوثين للموضوعات التي تتناول جماعة الإخوان المسلمين؟
٢. ما أكثر الموضوعات التي يتعرف من خلالها الشباب الجامعى على أخبار الجماعة؟
٣. ما رؤية المبحوثين للصورة المقدمة للجماعة فى الصحف الالكترونية؟
٤. ما الصورة الذهنية المتكونة لدى الشباب الجامعى عن جماعة الإخوان؟

#### فروض الدراسة:

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الشباب الجامعى عينة الدراسة (ذكور، إناث) والصورة الذهنية لجماعة الإخوان المسلمين لديهم.
٢. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين صورة جماعة الإخوان المسلمين فى الصحف الالكترونية عينة الدراسة وبين الصورة الذهنية (سلبية- إيجابية) التي تكونت لدى الشباب الجامعى عينة الدراسة.
٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع تعليم الشباب الجامعى (دبني- عام- خاص) والصورة الذهنية المتكونة لديهم عن جماعة الإخوان

#### أهمية الدراسة:

١. أهمية دراسة الصورة التي تقدم بها جماعة الإخوان فى الصحف خاصة عدم تعرض الباحثين لدراسة صورة جماعة الإخوان حيث ركزت معظم الدراسات على الصورة فى العديد من المهن (الفلاح المصرى، المعلم، الأب، الأم، العامل، رجل الدين ...)
٢. أهمية دراسة صورة جماعة الإخوان المسلمين لما لها من دوراً سياسياً كبيراً فى الحياة السياسية ومقارنة بجماعات أخرى خاصة أن لها تاريخها ورغم بدايتها المتواضعة إلا أنه قدر لها أن تلعب دوراً سياسياً فى التاريخ المصرى الحديث سواء على المستوى الفكرى أو المستوى السياسى.

٤٠٠ مفردة. وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: ظهرت صورة الإسلام والمسلمين بشكل مباشر من خلال القضايا الثقافية والفكرية التي عالجتها تلك المواقع وكانت فكرة الإسلام والمسلمين هي الفكرة المحورية التي سيطرت على جميع القضايا الإسلامية التي عالجتها تلك المواقع سيطر الإطار الأخلاقي على معالجة غالبية القضايا التي تتناول صورة الإسلام والمسلمين.

٢. دراسة إبراهيم حسن المرسي (٢٠١٢)<sup>(٩)</sup> التي استهدفت الدراسة التعرف على دور الصحف في تشكيل الصورة الذهنية لقضايا الاقتصاد المصري لدى الشباب الجامعي من خلال معرفة مدى متابعتهم لقضايا الاقتصادية بالصحف المصرية والتعرف على اعتمادهم عليها كمصدر للحصول على المعلومات حول الاقتصاد المصري، استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي بشقيه الميداني والتحليلي من خلال تحليل صحف الأهرام والوفد والمصري اليوم، وكذلك سحب عينه عشوائية من طلاب الجامعات قوامها ٤٠٠ مفردة. وقد توصلت الدراسة إلى ضعف المعالجة الصحفية لقضايا الاقتصاد المصري وعدم وجود توازن في التغطية الصحفية، حيث جاءت الصورة الإعلامية لقضايا الاقتصاد المصري سلبية حيث بلغت نحو ٣٨% والصورة الإيجابية بلغت ٣,٢%.

٣. دراسة إيمان عصام (٢٠١٢)<sup>(١٠)</sup> وتهدف هذه الدراسة إلى رصد علاقة أطر المعالجة الصحفية للشؤون البرلمانية في الصحافة المصرية خلال دورة انعقاد مجلس الشعب (٢٠٠٥-٢٠١٠) على الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور عن مجلس الشعب ونوابه وقد استخدمت أداة تحليل المضمون والاستبيان للتعرف على هذه الصورة. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية بين كل من الصورة الذهنية لمجلس الشعب والصورة الذهنية للنواب، والاتجاه نحو المعالجة الصحفية حيث اتضح غلبة الصورة السلبية

#### مصطلحات الدراسة:

١. جماعة الإخوان المسلمين: هي جماعة إسلامية إصلاحية شاملة أسسها الإمام حسن البنا في مصر عام (١٩٢٨) كحركة إسلامية تهدف إلى الإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي من منظور إسلامي شامل حيث تقوم على لائحة وقوانين تنظم عمل الجماعة من أول منصب المرشد إلى عضوية الأعضاء فيها ولها حزبها الخاص بها ممثل في حزب الحرية والعدالة.

٢. الصورة الذهنية: عبارة عن الأفكار والمعتقدات والأحاسيس التي تتكون في عقل ووجدان الجماهير تجاه قضية أو منظمة أو فكرة أو شخص، وهي تتبادر إلى الذهن عند ذكر اسمها لتعطي فكرة معينة أو مفهوما عاما عنها قد يكون طيبا أو سيئا، وتتكون هذه الصورة مما يستقيه الفرد من وسائل الإعلام وما اكتسبه من معارف ومعلومات وخبرات حول هذه القضايا أو الأفكار أو المنظمات.<sup>(١١)</sup>

وتعرف إجرائيا على أنها الانطباع الذي تكون لدى الشباب الجامعي عن جماعة الإخوان المسلمين بعد تصفحهم للصحف الإلكترونية.

٣. الصحافة الإلكترونية: هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الانترنت سواء كانت بمثابة نسخ أو إصدارات الكترونية لأصناف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، كجرائد ومجلات الكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق وتتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية.<sup>(١٢)</sup>

#### نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية حيث تسعى الدراسة إلى معرفة صورة جماعة الإخوان المسلمين في الصحف الإلكترونية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى عينة من الشباب الجامعي حيث تستخدم منهج المسح الإعلامي من خلال تطبيق استمارة الاستبيان.

#### مجتمع وعينة الدراسة:

يمثل المجتمع البشري في هذه الدراسة جمهور الشباب في الجامعات المصرية الذي يتراوح أعمارهم من (١٨-٢١) سنة، وسيقوم الباحث بسحب عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مبحوثاً (ذكور، إناث) ، وتقسّم بأسلوب التوزيع المتساوي على الجامعات المصرية ممثلة في (جامعه عين شمس، جامعة الزقازيق، جامعة الأزهر، جامعة ٦ أكتوبر) كل جامعة مفردة.

#### أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة في جمع المعلومات على أداة الاستبيان.

وجنوب شرق آسيا حيث استهدفت الدراسة الوصول إلى مفهوم الحركات الإسلامية والإسلام السياسي والعوامل الرئيسية المسؤولة عن تصاعد وتفجر الإسلام السياسي ورصد عدد من الحركات الإسلامية في بلدان الشرق الأوسط وجنوب شرق آسيا والتعرف على أهداف هذه الحركات ووسائل تحقيقها والاتفاق والاختلاف بين الجماعات في البلدان المختلفة وتعد هذه الدراسة من الدراسات المقارنة وذلك لأنها رصدت الحركات الإسلامية في الشرق الأوسط مثل الحركات الإسلامية في مصر وأهمها الإخوان المسلمين والحركة الإسلامية في اليمن والجزائر ومن ناحية أخرى رصدت الحركات الإسلامية في جنوب شرق آسيا في إندونيسيا والفلبين وتايوان بهدف المقارنة والتعرف على أوجه الشبه والاختلاف بين هذه الجماعات. توصلت الدراسة إلى عديد من النتائج أهمها: تختلف الوسائل التي تستخدمها الحركات الإسلامية للتعبير عن نفسها منها من يستخدم العنف وأخرى تلجأ للوسائل السلمية كالمشاركة في الحياة السياسية ومنها من يستخدم الوسائل السلمية وغير السلمية وتعتبر الحركات الإسلامية تطبيق الشريعة الإسلامية مطلب أساسي لدى الحركات الإسلامية إلا أن عدد ضئيل جداً من هذه الحركات لا تطالب بتطبيقها في إندونيسيا.

٤. دراسة سمية داهر (٢٠١١)<sup>(١٣)</sup> Dahe Soumia عن الإسلام عبر الإنترنت: دراسة أيديولوجية خطاب الإخوان المسلمين في مصر عبر موقع إخوان أون لاين، تستهدف الدراسة معالجة مشكلتين تواجه معظم المنظمات الإسلامية وهي الخلط بين الإسلام والطرف من قبل دعاة السياسة الاستبدادية، والنضال ضد الكيانات السياسية المشروعة في الحياة السياسية الاستبدادية. قد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: أظهرت النتائج من خلال تحليل خطاب الإخوان عدم الثقة في نظام مبارك والحكومات الاستبدادية والتزام الإخوان في خطاباتهم باحترام الرأي الآخر على الرغم من اختلاف وجهات النظر والرؤى مع الآخرين.

٥. دراسة جوهان (٢٠١١)<sup>(١٤)</sup> (Gatineau John) تتناول التهديد والفرص السياسية لجماعة الإخوان المسلمين المصرية حيث تستهدف الدراسة التعرف على دور الإخوان المسلمين في السياسة المصرية المعاصرة وكذلك التعرف على تشكيل الجماعة وتنامي حركتها وعمليات التهديد والقمع التي تعرضت لها الجماعة والنظرة إليها باعتبارها إحدى الجماعات المتطرفة العنيفة والمشاركة السياسية لهم. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: استخدام القمع ضد الإخوان أدى إلى انشقاق بعض عناصر الجماعة وتشكيل جماعات متطرفة.

٦. دراسة طلعت (٢٠١١)<sup>(١٥)</sup> (Talaat Pasha) الإسلاميون في العناوين: تحليل خطاب الإخوان المسلمين في الصحف المصرية حيث استهدفت الدراسة التعرف على أسباب نمو الإخوان المسلمين وذلك خلال تحليل صحيفة الأهرام المصرية وما تعكسه من معلومات عن الإخوان وعقيدتهم الفكرية وعلاقتهم بالأنظمة الحاكمة وذلك من خلال تحليل مضامين التقارير الإخبارية، والسؤال الرئيسي لهذه الدراسة هو هل يمكن أن تغفل الحكومة المصرية شيء لوقف نمو الإخوان السياسي؟ وما هو التهديد المحتمل لجماعة الإخوان؟. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: توصلت الدراسة إلى استنتاج أن الأنظمة الحاكمة المصرية تمارس إستراتيجية ثابتة ومنظمة لإقصاء الإخوان المسلمين وقد تم تنفيذ ذلك من خلال استخدام القوة المحصنة ممثلة في (الاعتقالات- السجن- المحاكم العسكرية) ومن خلال استخدام القوة الناعمة ممثلة في التمثيل السلبي في وسائل الإعلام.

٣ الدراسات التي تتناول الصورة في الصحف:

١. دراسة زينب محمد حامد حسن (٢٠٠٧)<sup>(١٦)</sup> استهدفت الدراسة التعرف على صورة الإسلام كما تعكسها المواقع العربية حيث أجرت الباحثة دراسة تحليلية وميدانية استخدمت فيها المنهج المسحي واعتمدت على أسلوب المسح بالعينة وذلك فيما يتعلق بمسح الجمهور والمضمون، واعتمدت في الدراسة التحليلية على عينة من المواقع العربية الإسلامية على شبكة الانترنت تم اختيار ثلاثة مواقع كعينة للدراسة التحليلية هم إسلام أون لاين وإخوان أون لاين وموقع دليل الشيعية، أما بالنسبة للدراسة الميدانية تم اختيار عينة عديده ممن يستخدمون المواقع العربية الإسلامية على شبكة الانترنت في مصر وعلى مستوى العالم وبلغ قوامها

## نتائج الدراسة:

١. الصحف القومية جاءت في مقدمة الصحف الإلكترونية التي يفضلها الباحثون متابعتها على الإنترنت أكثر من غيرها بنسبة ٧٨,٢%، ثم الصحف الخاصة في المرتبة الثانية بنسبة ٦٧,١%، ثم الصحف الحزبية في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٨%.
٢. جاءت صحيفة الأهرام في مقدمة الصحف الإلكترونية القومية التي يفضلها الباحثون بنسبة ٥٨,٦% وجاءت صحيفة اليوم السابع في مقدمة الصحف الخاصة التي يفضلها الباحثون بنسبة ٥٨,٦%، وجاءت صحيفة الوفد في مقدمة الصحف الحزبية التي يفضلها الباحثون بنسبة ٥٣,٦%.

جدول (١) مدى اهتمام الباحثين بموضوعات جماعة الإخوان المسلمين في الصحف الإلكترونية

مدى الاهتمام	العينة			الإناث			الذكور			الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
دائماً	٥١	٢٨,٢	٦٤	٣٥,٤	١١٥	٣١,٨				
أحياناً	٦١	٣٣,٧	٦٧	٣٧	١٢٨	٣٥,٤				
لا	٦٩	٣٨,١	٥٠	٢٧,٦	١١٩	٣٢,٩				
المجموع	١٨١	١٠٠	١٨١	١٠٠	٣٦٢	١٠٠				

٣. من يهتمون بالموضوعات التي تتناول جماعة الإخوان المسلمين في الصحف الإلكترونية بصفة دائمة بنسبة ٣١,٨%، وجاء من يهتمون بالموضوعات التي تتناول الإخوان المسلمين في الصحف الإلكترونية أحياناً بنسبة ٣٥,٤% ومن لا يهتمون بالموضوعات التي تتناول الإخوان في الصحف الإلكترونية بنسبة ٣٢,٩%.
٤. جاء للتعرف على موقف الإخوان من الأحداث وتعاملهم معها في الترتيب الأول لأسباب اهتمام الباحثين بالموضوعات التي تتناول الإخوان المسلمين بنسبة ٣٧% وجاء في السبب الثاني لأنها تمثل الجماعة المساندة لرئيس الجمهورية المنتخب بنسبة ٢٧,١% ثم فهم أكثر للجماعة وأهدافها ٢٦,٢% السبب الثالث وجاء للتعرف علي أخبار أعضاء الجماعة السبب الأخير بنسبة ٨,٧%.

جدول (٢) نوع الموضوعات التي يتعرف من خلالها الباحثون على أخبار الجماعة

مصادر المعلومات	الترتيب							متوسط	ترتيب
	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع		
السياسية	١٨٧	٤١	١١	٢٥	٢٦	٤١	٣١	٢,٢	١
الاقتصادية	٣	٧٤	٧٤	٣٢	٥٢	٧١	٥٦	١,٨	٥
الاجتماعية	٢٢	٨٣	٨١	٨٥	٤٣	٣٤	٣٤	١,٧	٦
الدينية	٩٨	٤٧	٥٢	٦٤	٢٤	٤٧	٣٠	٢	٢
الصحية	١٤	٤٦	٤٢	٤٦	٧٣	٥٧	٨٤	١,٨	٤
الثقافية	١٧	٣٩	٦٦	٥٥	٨٢	٧٠	٣٣	١,٧	٧
العلمية	٢٢	٣١	٣٤	٦٧	٦٨	٤٥	٩٥	١,٩	٣

٥. جاءت (الموضوعات السياسية) في مقدمة الموضوعات التي يحرص الباحثون على مطالعتها في الصحف الإلكترونية للتعرف على أخبار الجماعة بمتوسط ٢,٢، ثم (الموضوعات الدينية) في المرتبة الثانية بمتوسط ٢، ثم (الموضوعات العلمية) في المرتبة الثالثة بمتوسط ١,٩، ثم (الموضوعات الصحية) في المرتبة الرابعة بمتوسط ١,٨، ثم (الموضوعات الاقتصادية) في المرتبة الخامسة بمتوسط ١,٨، ثم (الموضوعات الاجتماعية) في المرتبة السادسة بمتوسط ١,٧، ثم (الموضوعات الثقافية) في المرتبة السابعة بمتوسط ١,٧.

جدول (٣) الصورة التي تعكسها الصحافة الإلكترونية عن جماعة الإخوان وفقاً للنوع

الصورة	العينة			الذكور			الإناث			الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
صورة سلبية	٩٦	٥٣	٨٥	٤٧	١٨١	٥٠				
صورة إيجابية	٢٨	١٥,٥	١٨	٩,٩	٤٦	١٢,٧				
صورة محايدة	٥٧	٣١,٥	٧٨	٤٣,١	١٣٥	٣٧,٣				
المجموع	١٨١	١٠٠	١٨١	١٠٠	٣٦٢	١٠٠				

قيمة كا = ٦,١٠٩ درجة الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠,٠٤٧

٦. جاءت نسبة ٥٣% من أفراد العينة من الذكور يرون أن الصورة التي تعكسها الصحف الإلكترونية عن جماعة الإخوان المسلمين صورة سلبية، ونسبة ٣١,٥ يرون أن الصورة التي تعكسها الصحف الإلكترونية عن جماعة الإخوان المسلمين صورة محايدة، ونسبة ١٥,٥ يرون أن الصورة التي تعكسها الصحف الإلكترونية عن جماعة الإخوان المسلمين صورة إيجابية.
- وأن نسبة ٤٧% من أفراد العينة من الإناث يرون أن الصورة التي تعكسها الصحف الإلكترونية عن جماعة الإخوان المسلمين صورة سلبية، ونسبة ٤٣,١ يرون أن

الصورة التي تعكسها الصحف الإلكترونية عن جماعة الإخوان المسلمين صورة محايدة، ونسبة ٩,٩ يرون أن الصورة التي تعكسها الصحف الإلكترونية عن جماعة الإخوان المسلمين صورة إيجابية.

كذلك يتضح أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين ذكور وإناث في الصورة التي تعكسها الصحافة الإلكترونية عن جماعة الإخوان، حيث كانت قيمة كا<sup>٢</sup> = ٦,١٠٩ عند درجة حرية (٢) وهي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ٠,٠٤٧.

جدول (٤) انطباع الباحثين العام عن جماعة الإخوان المسلمين.

الانطباع	العينة		الذكور		الإناث		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
إيجابي	٣٢	١٦	٢٣	١١,٥	٥٥	١٣,٨	
سلبى	٩٤	٤٧	٤٧	٢١,٥	٢٠٢	٥٥,٥	
محايد	٥٨	٢٩	٤٣	٢١,٥	١٠١	٢٥,٣	
لم أكون انطباع حتى الآن	١٦	٨	٢٦	١٣	٤٢	١١,٥	
المجموع	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	

قيمة كا = ٧,٠٥٢ درجة الحرية = ٣ مستوى الدلالة = غير دالة

٧. جاءت نسبة ٤٧% من أفراد العينة من الذكور لديهم انطباع سلبى عام عن جماعة الإخوان المسلمين الإخوان، ونسبة ٢٩% لديهم انطباع محايد، ونسبة ١٦% لديهم انطباع إيجابي، ونسبة ٨% لم يكونوا انطباع حتى الآن، وأن نسبة ٥٤% من أفراد العينة من الإناث لديهم انطباع سلبى عام عن جماعة الإخوان المسلمين الإخوان، ونسبة ٢١,٥% لديهم انطباع محايد، ونسبة ١١,٥% لديهم انطباع إيجابي، ونسبة ١٣% لم يكونوا انطباع حتى الآن.

يتضح أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين الذكور والإناث في الانطباع العام لهم عن جماعة الإخوان المسلمين، حيث كانت قيمة كا<sup>٢</sup> = ٧,٠٥٢ عند

درجة حرية (٣) وهي غير دالة إحصائية

جدول (٥) انطباع الباحثين العام عن جماعة الإخوان المسلمين وفقاً للنوع التعليم

الصورة	عام		خاص		دينى		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
إيجابي	١٩	٩,٥	١٤	١٤	٢٢	٢٢	١٣,٨
سلبى	١٠٥	٥٢,٥	٥٧	٥٧	٤٠	٤٠	٥٥,٥
محايد	٤٦	٢٣	٢٤	٢٤	٣١	٣١	٢٥,٣
لم أكون انطباع حتى الآن	٣٠	١٥	٥	٥	٧	٧	١١,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٤٠٠

قيمة كا = ٢٠,٤٣٧ درجة الحرية = ٦ مستوى الدلالة = ٠,٠٠١

٨. جاءت نسبة ٥٢,٥% من أفراد العينة من التعليم العام لديهم انطباع سلبى عام عن جماعة الإخوان المسلمين الإخوان، ونسبة ٢٣% لديهم انطباع محايد، ونسبة ١٥% لم يكونوا انطباع حتى الآن، ونسبة ٩,٥% لديهم انطباع إيجابي، وجاءت نسبة ٥٧% من أفراد العينة من التعليم الخاص لديهم انطباع سلبى عام عن جماعة الإخوان المسلمين الإخوان، ونسبة ٢٤% لديهم انطباع محايد، ونسبة ١٤% لديهم انطباع إيجابي، ونسبة ٥% لم يكونوا انطباع حتى الآن، أن نسبة ٤٠% من أفراد العينة من التعليم الخاص لديهم انطباع سلبى عام عن جماعة الإخوان المسلمين الإخوان، ونسبة ٣١% لديهم انطباع محايد، ونسبة ٢٢% لديهم انطباع إيجابي، ونسبة ٧% لم يكونوا انطباع حتى الآن، كذلك يتضح أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في التعليم العام والدينى والخاص في الانطباع العام لهم عن جماعة الإخوان المسلمين
٩. يرى الباحثون أن أهم الموضوعات التي تناولتها الصحف الإلكترونية في الوقت الراهن الخاصة بالإخوان جاء في مقدمتها (أخونة الدولة) بنسبة ٦٠,٥%، ثم (أداء الرئيس) في المرتبة الثانية بنسبة ٥١,٧%، ثم (الإخوان والمستور) في المرتبة الثالثة بنسبة ٤٢,٨%، ثم (العلاقة الجدلية بين مكتب الإرشاد ومؤسسة الرئاسة) في المرتبة الرابعة بنسبة ٣٩,٨%

١٠. (أداء مرشحي الإخوان يؤثر على صورة الجماعة) جاء في مقدمة اتجاه الباحثين نحو الإخوان بعد اطلاعهم على صحفهم الإلكترونية بمتوسط ٢,٦٣، ثم (تصريحات مكتب الإرشاد تؤثر على صورة الجماعة ككل) و(أداء وزراء الإخوان يؤثر على صورة الجماعة) في المرتبة الثانية بمتوسط ٢,٥٢، ثم (الإخوان يهدفون إلي السيطرة على الدولة) في المرتبة الثالثة بمتوسط ٢,٥٠، ثم (الإخوان جماعة السمع والطاعة للمرشد) في المرتبة الرابعة بمتوسط ٢,٤٨، ثم (أداء الرئيس يؤثر على صورة الجماعة) في المرتبة الخامسة بمتوسط ٢,٤٧، ثم (الإخوان يسعون لأخونة الدولة) في

- المرتبة السادسة بمتوسط ٢.٤٤.
١١. جاءت نسبة ٧٨,٨% من أفراد العينة لا يفضلون الشخصيات جماعة الإخوان، ونسبة ٢١,٣% يفضلون الشخصيات جماعة الإخوان وجاءت نسبة ٥٦,٥% من أفراد العينة يفضلون محمد مرسى كالشخصية المفضلة في جماعة الإخوان المسلمين، ونسبة ٢٣,٥% منهم يفضلون خيرت الشاطر كالشخصية المفضلة في جماعة الإخوان المسلمين، ونسبة ١٢,٩% منهم يفضلون المرشد كالشخصية المفضلة في جماعة الإخوان المسلمين، ونسبة ١٠,٦% منهم يفضلون حلمى الجزار كالشخصية المفضلة في جماعة الإخوان المسلمين.
١٢. وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين صورة جماعة الإخوان المسلمين في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة وبين الصورة الذهنية (سلبية- إيجابية) التي تكونت لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة.
١٣. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الصورة الذهنية لجماعة ونوع الشباب الجامعي (ذكور- إناث).
- اختبار صحة الفروض:**
٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع التعليم (حكومي- خاص- أزهري) وبين الصورة الذهنية التي تكونت لديهم عن جماعة الإخوان
- جدول (٦)

الفروق تبعاً إلى	البيان	مجموع الدرجات	د. ح	متوسط	ف	الدلالة
نوع التعليم	بين مجموعات	٤,٨٨٥	٢	٢,٤٤٢	٣,٥٠٢	داله ٠,٠٥
	داخل مجموعات	٢٧٦,٨٦٥	٣٩٧	٠,٦٩٧		
	مجموع	٢٨١,٧٥٠	٣٩٩			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ANOVA" إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الصورة الذهنية لجماعة ونوع التعليم، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت ٣,٥٠٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الشباب الجامعي عينة الدراسة (ذكور، إناث) والصورة الذهنية لجماعة الإخوان المسلمين لديهم.

ولمعرفة الفروق بين متوسطات درجات الذكور والإناث بين والصورة الذهنية لجماعة لديهم، نستخدم اختبار (T. Test) لمعرفة تلك الفروق: جدول (٧) نتائج اختبار (ت) لدلالة درجات الذكور والإناث بين والصورة الذهنية لجماعة لديهم. وفقاً للنوع

البيان	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة
الذكور	٢٠٠	٢,٧١	٠,٨٣٠	٣٩٨	٠,٨٣٣	غير داله
الإناث	٢٠٠	٢,٦٤	٠,٨٥١			

تشير نتائج تطبيق اختبار T. Test إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الصورة الذهنية لجماعة ونوع الشباب، حيث تبين أن قيمة "ت" بلغت ٠,٨٣٣، وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين صورة جماعة الإخوان المسلمين في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة وبين الصورة الذهنية (سلبية- إيجابية) التي تكونت لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة.

المتغيرات	معامل الارتباط	الدلالة
بين صورة جماعة الإخوان المسلمين في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة	٠,٤٠٢٤	داله ٠,٠٥

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين صورة جماعة الإخوان المسلمين في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة وبين الصورة الذهنية (سلبية- إيجابية) التي تكونت لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة. عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

#### المراجع:

١. إبراهيم حسن المرسى. "دور الصحف في تشكيل الصورة الذهنية لقضايا الاقتصاد المصري لدى عينة من الشباب الجامعي"، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعه عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠١٢)
٢. إيمان عصام مصطفى. "أطر المعالجة الصحفية للشؤون البرلمانية وعلاقتها بالصورة



Visit us at:

[IPCS.Shams.edu.eg](http://IPCS.Shams.edu.eg)

Contact us via:

[ChildhoodStudies\\_journal@hotmail.com](mailto:ChildhoodStudies_journal@hotmail.com)

## مشاهدة عينة من الأطفال للأفلام التاريخية بالتلفزيون وعلاقتها بالانتماء لديهم

أ. د. محمود حسن إسماعيل  
 أساذ الإعلام ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس  
 د. زكريا إبراهيم الدسوقي  
 مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس  
 أحمد عبد السلام محمد على

## الخص

**أهمية الدراسة:** قلة الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع وبإجراء تلك الدراسة قد تفيد العاملين في هذا المجال. تمثل الأحداث التاريخية أهم عناصر انتماء الأفراد للوطن والتي يمكن أن تجسدها الدراما التاريخية في الطفل منذ الصغر. تحاول هذه الدراسة أن تكشف الدور الذي يقوم به الأفلام التاريخية في تنمية الانتماء عند الأطفال سن (١٢- ١٤) سنة. هذه الدراسة تستمد أهميتها من أهمية الأفلام كقالب فني يلقي قبول كبير داخل المجتمع وقادره على صياغه مفاهيم اجتماعية لدى المجتمع.

**أهداف الدراسة:** التعرف على اسباب مشاهدة للأفلام التاريخية، والكشف عن حجم مساهمة الأفلام التاريخية في تدعيم الانتماء للوطن. التعرف على مدى فهم المبحوثين لما يدور من أحداث داخل الأفلام التاريخية. الكشف عن مفهوم الانتماء من وجهة نظر المبحوثين، وعن دور الأفلام التاريخية في تدعيم الانتماء لدى الأطفال.

**نوع الدراسة ومنهجها:** تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة.

**مجتمع وعينه الدراسة:** مسح عينه من (٤٠٠) طالب (٢٠٠ ذكور/ ٢٠٠ إناث) الأطفال سن (١٢- ١٤) سنة بالمدارس الاعيادية بأقليم القاهرة الكبرى (القاهرة- الجيزة- القليوبية) في الفترة من (٢٠١٢/١١/١٨) إلى (٢٠١٣/١/٢٣).

**أدوات الدراسة:** إستمارة الاستبيان.

**أهم نتائج الدراسة:** جاءت بتقارب معدلات مشاهدة المبحوثين للتلفزيون (الذكور/ الإناث) عينه الدراسة بمعدلات (دائما)، (أحيانا) بنسبة ٤٨,٣%، ٤٩% للمشاهدة اي تقاربهم بشكل كبير بين من لا يشاهد التلفزيون نسبة قليلة وهي ٢,٨% من المبحوثين. جاءت نتائج مدى مشاهدة المبحوثين للتلفزيون يوميا بمتوسط (ساعتين الى ثلاث ساعات) بنسبة ٦١,٢% (ومن ساعة الى ساعتين) بنسبة ٢١,٣% (ومن ثلاث ساعات فأكثر) بنسبة ١٧,٥% وهذا يدل على أن المبحوثين يشاهدون التلفزيون يوميا من ساعتين الى ثلاث بنسبة كبيرة (٦١,٢%) من عدد المبحوثين وهذا يدل على اهتمام المبحوثين بالمشاهدة اليومية لمدة ليست قليلة. جاءت نتيجة معدل مشاهدة المبحوثين للأفلام التاريخية بالتلفزيون بمعدل دائم بنسبة ٢٦,٥% أحيانا بنسبة ٤١,٩% وبمعدل لا يشاهدها بنسبة ٣١,٥% مما يجعل أن النسبة الاقتراب بين عدد المبحوثين بين من يشاهد أحيانا ومن لا يشاهدها مما يجعل أن تكتشف الدراسات في هذا المجال للحث على تدعيم الانتماء من خلال الأفلام التاريخية.

## Viewing a sample of children's To Historical films on Television and its Relationship of Belonging

**Importance:** Lack of previous studies that addressed this issue and conduct of the study may be useful workers in this field. Represents the historical events of the most important elements of individuals belonging to the homeland, which can be embodied in the historical drama child from an early age. This study attempts to reveal the role they play in the development of historical films belonging in children (12 - 14) years.

**Objectives:** Identify the reasons watch historical movies. Disclose the size of the contribution to strengthen historical films belonging to the homeland. Identify how well respondents understand what is going on from the events in historical films. Disclosure of the concept of affiliation from the viewpoint of respondents. Disclosure of the role of historical films in strengthening belonging among the children.

**Type& methodology:** This is a study of descriptive studies, which depends on the methodology of the survey sample.

**Community& Study sample:** Survey sample (400) Student (200 male/ 200 female) of children 12 years of age: 14 years of school Preparatory School in Greater Cairo (Cairo- Giza- Qalyoubia) in the period from (11/18/2012 to 10/23/2013).

**Tools:** Questionnaire Form.

**Results:** The convergence rates of TV Viewing respondents (Male/ Female) study sample rates (Always) , and (Sometimes) by 48.3%, 49% watch any the dramatically among those not watching television, a small percentage of 2.8% of the respondents. The results of the views of respondents of television daily average (two to three hours) increased by 61.2% (and one to two hours) increased by 21.3% (and three hours and more) by 17.5% and this shows that the respondents watch television every day from two to three by a large margin (61.2%) than the number of respondents and this indicates the attention of the respondents Read daily for a period of not a few. Were the result of rate View respondents Film historic telecast at constant rate of 26.5% sometimes by 41.9% and at a rate not seen by 31.5%, making the ratio approaching between the number of respondents among those occasionally seen and not seen by making that discovers studies in this field to induce strengthen affiliation Through historical films.