

## "الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور المصري بعد ثورة (٣٠ يونيو)"

د. مرزوق عبد الحكم العادلي(\*)

### أولاً: مدخل نظري للبحث :-

إنَّ الدراسات المتعلقة بدراسة الصورة الذهنية تحظى باهتمام خاص في مجال العلوم الإنسانية بشكل عام ومجال العلاقات العامة بشكل خاص، وذلك لقدرتها في التأثير على اتجاهات الأفراد وتحديد استجاباتهم للمواقف المختلفة، حيث إنها تعد مقياساً للسلوك الإنساني نحو الأشياء، وأي تغيير يطرأ عليها يتبعه بالضرورة، تغيير في الاتجاه والسلوك، لذلك اهتم الباحثون بدراستها والتركيز عليها في المجال الإعلامي والرأي العام من حيث أهميتها وكيفية تشكيلها والعوامل المؤثرة في تكوينها .

وللصورة الذهنية عدة وظائف، منها :-

١ - تقدم الصورة الذهنية أطراً جاهزة لجوانب الحياة المختلفة، وتحويل العالم المحيط إلي عالم أسهل وأكثر تنظيماً، ومن ثم تساعد الذاكرة البشرية على التكيف مع ظروف الحياة . . Travis Dixon, 2008 , pp . (583 - 600)

٢ تعمل على تشكيل الآراء والمواقف والأحكام الشخصية نحو الأشخاص والأشياء والموضوعات المختلفة (Dina Nekrassova , 2007 , p . 42)

٣ - تقدم معارف مسبقة بما يمكن أن تكون عليه صورة الأشخاص والأشياء، ومن ثم تساعد في تضيق نطاق اللاوعي في التعامل مع الآخرين . (محمد منير، ٢٠٠٣، ص ١٥٨٦)

٤ - تسهم في تكوين معارف ومعلومات وإدراكات الأفراد للأشياء والموضوعات المختلفة (Anton karl, 2007 , pp . 213 - 246)

ومصطلح الصورة الذهنية يعنى تصور الشئ وتكوين انطباعات عنه فى العقل بطريقة تساعد فى اصدار الاحكام عليه، وهى عبارة عن عمليات معرفية إدراكية تكونت فى عقل الإنسان يستخدمها عند التفكير نحو ما يحيط به من أشياء . (إبراهيم الداغوقى، ٢٠٠١، ص ١٧)

لذلك؛ فإن الصورة الذهنية تسهم فى اتخاذه لقراراته وتكوين اتجاهاته سواء بشكل سلبى أو إيجابى، والصورة الذهنية قابلة للتغيير، لأنها عملية ديناميكية تتغير وتتبدل وفق تطور الواقع الاجتماعى وتغير الأوضاع الاقتصادية والظروف السياسية والثقافية (صالح خليل أبو إصبع، ١٩٩٧، ص ٣٢) غير أن ذلك لا يعنى بالضرورة فقدانها لصفة الثبات، وبخاصة إذا كان الجمهور يعيش مناخاً اتصالياً تتوافق فيه الرسائل التى يتلقاها مع الصورة الذهنية التى يحملها نحو الأشياء، وهذا بالضرورة يؤدى إلى ثبات الصور التى تكونت سابقاً ورسوخها، وقد شهدت الساحة المصرية منذ ٢٥ يناير (٢٠١١م) مروراً (بثورة ٣٠ يونيو) وما تلاها تطورات سريعة متتالية، بدأت بإسقاط نظام الرئيس الأسبق (محمد حسنى مبارك) وتنصيب نظام جديد كان عنوانه جماعة الإخوان المسلمين الذين أسقطوا فى الثورة الشعبية العارمة فى ٣٠ (يونيو ٢٠١٣)

(\*) مدرس العلاقات العامة والإعلان، قسم الإعلام بكلية الآداب، جامعة سوهاج .

وكل هذه التطورات كان الجيش المصرى مشاركاً فيها بقوة حيث إنه حمى - وفق رؤية كثير من الكتاب والمفكرين والأكاديميين - إرادة المصريين فى (٢٥ يناير) وكذلك فى (٣٠ يونيو)، غير أن الاخيرة تلك مرت بملازمات عديدة جعلت بعض القوى تطلق عليها مصطلح (الانقلاب العسكرى) على الرئيس المدنى المنتخب (الدكتور محمد مرسى) ممثل جماعة الإخوان المسلمين .

وبدأت بعض القوى العالمية والدوائر السياسية والحقوقية ووسائل الإعلام المختلفة تصف الجيش المصرى بأوصاف استهدفت زعزعة الصورة الذهنية الإيجابية الراسخة لدى أبناء الوطن المصرى عن جيشهم الوطنى المرتبطين به أشد الارتباط، هذا الارتباط الذى وضح فى (ثورة ٢٥ يناير) حيث وصف الجيش المصرى بأنه الضامن للديمقراطية والاستقرار، وأن المؤسسة العسكرية المصرية تحظى بمصداقية كبيرة لدى رأى العام المصرى، مقارنة بالمؤسسات المدنية الأخرى؛ فهو الأمل لمقاومة خطط التوريث، وأوضح بيان الجيش رقم (١) فى (١٠ فبراير) تكريس هذه النظرة تجاه دور الجيش، وبخاصة أنه تحدث عن حماية تطلعات الشعب المصرى وحماية مطالبه المشروعة وتنفيذ مطالب شباب الثورة فى إطار الشرعية، وقد تحقق ذلك بالفعل، إلا أن تولى جماعة الإخوان المسلمين مقاليد السلطة فى البلاد، وبعد ممارسات وصفت بأنها فاشلة أدى إلى انقسام الشعب المصرى بشكل غير مسبوق؛ مما دفع بظهور حركة شبابية أطلق عليها اسم (تمرد) عبرت عن تطلعات المصريين فى إزاحة هذه الجماعة عن الحكم، وقد نجحت فى إشعال ثورة شعبية عارمة بدأت فى ٣٠ يونيو وانتهت بعزل الرئيس السابق (الدكتور محمد مرسى) فى (٣ يوليو ٢٠١٣)

وهذه الثورة استدعت من الجيش المصرى حمايتها مرة أخرى وتنفيذ مطالبها ... ولكن جماعة الإخوان المسلمين بدأت فى الاعتصام بميدانى : النهضة ورابعة، وبدأت تستجدى الدول الغربية والدوائر والمنظمات الحقوقية ووسائل الإعلام، ووظفت كل ثقلها الدولى لوصف ما حدث بأنه (انقلاب عسكرى) قام به قادة الجيش المصرى، وبدأت تشوه قيادات الجيش ورموزه فى وسائل الإعلام الداخلية والخارجية، وتصورهم بأنهم ضد الديمقراطية وحقوق الانسان، وأنهم اعتدوا على حقوق الشعب المصرى ومكتسبات (ثورة ٢٥ يناير)

والهجوم على الجيش ورموزه ومحاولة تشويه صورته لدى الجماهير بدأت على المستوى الداخلى، منذ إعلان الجيش الوقوف إلى جوار الجماهير فى مطالبها، ووصف (حازم أبو اسماعيل) مؤسس حزب الراية، المسجون حالياً، على ذمة قضايا فى كلمة مسجلة له بالفيديو على المواقع الالكترونية الفريق أول: عبدالفتاح السيسى وزير الدفاع والإنتاج الحربى (بالممثل العاطفى) قائلاً بالنص (السيسى شكله كده ممثل عاطفى كبير)، واصفاً وزير الدفاع بأنه يسعى لتغيير الصورة الذهنية، واستجلاب رضا من يدافعون عن الدولة العسكرية وذلك فى احتفال القوات المسلحة بعيد تحرير سيناء على مسرح الجلاء .

هذا اللقاء الذى أوضح فيه (السيسى) أنّ الجيش المصرى جيش وطنى عظيم، وشريف، وصلب، ودعا الحضور بعدم القلق على مصر، وأكد فى احتفال جامعة المستقبل بمناسبة احتفالات أعياد سيناء، أنّ الجيش حمى ثورة الشعب فى ٢٥ يناير واستمر ١٨ شهراً ويده لم تمتد إلى أحد محذراً من الإشاعات قائلاً (تنقطع أيدينا قبل ما تمسكم)<sup>(\*)</sup>

(\*) Available at on line : [http:// www.alwafd.org](http://www.alwafd.org)

وبعد ثورة (٣٠ يونيو) وفض اعتصامات الإخوان، تعرضت عناصر الجيش المصري وقياداته لأوصاف ومواقف كثيرة، منها علي سبيل المثال وصف لاعب النادي الاهلي المنتمى لتيار الإخوان المسلمين محمد ابو تريكة الجيش المصري بأوصاف تصب في تشويه صورته قائلاً للرائد (معتر البرعى) الضابط بالقوات المسلحة (سلاح الشرطة العسكرية)، وهو من قوة تأمين مطار القاهرة (أنتو جايبين تأمنونا وبتقتلو الناس) (عبد الناصر زيدان، برنامج العاشرة مساءً، ٢٥ / ٨ / ٢٠١٣م) واصفاً عناصر الجيش المصري وقياداته بأنها تقتل في حين يري كثير من الناس أنها لا تقتل، بل حمت إرادة الشعب وحمت الوطن من الإرهاب، والتدخلات الخارجية .

وتأتى أهمية التركيز على دراسة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية؛ لأنها تستخدم أداة من الأدوات المهمة في السياسات الخارجية للدول، حيث إنها تفسر سلوك الأفراد والجماعات، وهي اللبنة الأولى التي يتكون منها الرأي العام، وتعد معياراً تقويمياً للمسائل السياسية يساعد الأفراد علي إصدار الأحكام المتعلقة بالسياسة الخارجية للدول، وتأتي أهميتها أيضاً في ضوء ما يواجهه من إشاعات وأكاذيب وحروب نفسية سواء كانت من دول خارجية أو وسائل إعلامية دولية أو منظمات، وأيضاً من تيارات سياسية ووسائل إعلام داخلية، تسعى لتحقيق مكاسب سياسية وذلك منذ ثورة (٢٥ يناير ٢٠١١م) في ضوء ما سمي بثورات الربيع العربي .

#### ثانياً: إجراءات الدراسة المنهجية :-

يشتمل هذا الجزء من البحث علي مشكلة البحث، وأهميته، وأهدافه، وتساؤلاته، ومفاهيمه، والدراسات السابقة، ونوع البحث ومنهجه ومجتمع البحث وعينته، وأدوات جمع بيانات البحث، والأساليب الإحصائية المستخدمة .

#### (١) مشكلة البحث :

يتمر المجتمع المصري بمرحلة انتقالية بدأت منذ الإطاحة بنظام الرئيس الأسبق (محمد حسني مبارك) في (٢٥ يناير ٢٠١١م)، وفي هذه المرحلة أصبح الجيش المصري ممثلاً في مجلسه العسكري شريكاً أساسياً، وراعياً لشكل المراحل التي تلت سقوط نظام (مبارك)، حتي (ثورة ٣٠ يونيو) التي أطاحت بالرئيس السابق محمد مرسي، ونتيجة للمصالح السياسية المتشابكة والمعقدة لأطراف داخلية وخارجية التي تعارضت مع تحركات الجيش المصري وخارطة الطريق التي رسمها لمستقبل مصر، أصبح الجيش المصري وبعض قياداته في عين النقد والانتهاج من بعض قوي الداخل والخارج والسعي بقوة لتشويه صورة كل منهما .

والباحث يري أن الصورة الذهنية للجيش المصري لدي الجمهور تكتسب أهمية خاصة، لاسيما في الآونة الأخيرة التي يمر بها المجتمع المصري وهذه الآونة شهدت اضطرابات وأحداثاً كبيرة فرضت علي الجيش المصري أن يقوم بدوره في حماية أمن الوطن والمواطنين، ورد أي عدوان عليهما داخلياً كان أو خارجياً، وعلى الرغم أن العلاقة المتينة التي تربط الشعب المصري بجيشه الوطني، والاتجاهات الإيجابية نحو هذا الجيش عبر المراحل التاريخية المختلفة؛ فإن الاضطرابات والأحداث الأخيرة، جعلت بعض التيارات داخلياً وخارجياً تتهم علي الجيش المصري، وتصفه بأوصاف لا تليق، وتشكك في بعض رموزه ودوره

الوطني مما يعد سبباً "من وجهة نظر الباحث" في التشويش علي الصورة الذهنية المنطبعة لدي الجمهور المصري عن الجيش، وهذا التشويش يعد مشكلة بحثية دفعت الباحث إلي محاولة رصد أبعاد صورة الجيش المصري في أذهان الجمهور، وذلك في ظل الأحداث الأخيرة وعوامل تشكيلها ومدى الثقة التي يوليها الجمهور للجيش المصري وفقاً للصورة التي يحملها عنه، ولذلك يمكن تلخيص مشكلة البحث في التساؤل الآتي: (ما الصورة الذهنية السائدة في الآونة الأخيرة عن المؤسسة العسكرية لدي الجمهور المصري؟)

(٢) أهمية البحث :- تزداد أهمية هذا البحث للآتي :

(أ) تزايد الاهتمام بدراسة الصورة الذهنية لكونها تؤدي دوراً مهماً في تكوين آراء الأفراد واتجاهاتهم والتأثير علي قراراتهم وسلوكياتهم، ومن هنا؛ فإن بناء الصورة المرغوبة أصبح هدفاً رئيسياً يسعى الجميع للحصول عليه .

(ب) لأهمية موضوع البحث الذي يتناول صورة المؤسسة العسكرية لدي الجمهور المصري بعد (ثورة ٣٠ يونيو)، تلك الثورة التي فسرتها أطراف كثيرة داخلية وخارجية بتفسيرات متباينة، أثارت كثير من الجدل حول صورة المؤسسة العسكرية المصرية، وبالتالي ترجع أهمية هذه الدراسة إلي جدة الموضوع وحدائته في دراسات الصورة الذهنية .

(ج) يمكن أن يوفر هذا البحث للجيش المصري وقيادته رؤية علمية عن صورتهم في أذهان الجماهير المصرية، والوقوف علي آراء واتجاهات تلك الجماهير وميولهم إزاء إدارتهم للمرحلة الانتقالية حتي الآن، مما يعطيهم الفرصة للتعرف علي الصورة الذهنية المأخوذة عنهم والتعامل معها بالطريقة التي تحقق الخير للمجتمع .

(د) يساعد هذا البحث علي الكشف عن أبعاد الصورة الذهنية الحقيقية لدي المصريين عن المؤسسة العسكرية، وبالتالي يستطيعون الرد علي استطلاعات الرأي الإعلامية والتقارير<sup>(\*)</sup> غير العلمية التي توصف انطباعات الجمهور المصري، واتجاهاته نحو القيادات والمؤسسة العسكرية بشكل صحفي سريع، وفي أحيان كثيرة - ربما - يكون مغرضاً وموجهاً .

<sup>(\*)</sup> في تقرير أصدرته منظمة العفو الدولية عن مصر، حمل مغالطات ومحاولات رخيصة لابتزازها والضغط عليها بورقة حقوق الإنسان، حيث زعم التقرير أن السلطات المصرية استخدمت العنف ضد معارضيها وارتكبت ما سمته انتهاكات، ووسط كم هائل من اللغو والانتهاكات غير الموثقة بالأدلة والبراهين لم يتطرق التقرير إلي عنف جماعة الإخوان الإرهابية - وفقاً لوصف الأهرام - وحملها السلاح ضد الدولة، وتحالفها مع الإرهاب الذي تعلن البلدان الأوروبية والولايات المتحدة أثناء الليل وأطراف النهار أنها تدينه، ولم نقرأ كلمة واحدة عن رفض قيادات الإخوان دعوات ونداءات الحوار والمصالحة، وعدم ادخارها وسعاً لشق الصف الوطني، كما عكس هذا التقرير حالة الارتباك المسيطرة علي الدوائر الغربية والأمريكية في تعاملها مع مصر ما بعد ثورة الثلاثين من يونيو، وأنها تأبى التعاطي بواقعية مع حقائق مصر وواقعها واجتهادها لترسيخ نظام ديمقراطي ومواجهة الإرهاب الأسود، وحرصها علي احترام وصيانة حقوق الإنسان، ويوضح أيضاً مدى كراهية الغرب لرؤية مصر قوية صاحبة قرار غير قابلة للخضوع لإملاءات مطالب الغرب وأمريكا وشروطهما اللذين يرغبان في بقاء إسرائيل الدولة القوية في الشرق الأوسط . (رأي الأهرام، ص ٣)

(٣) أهداف البحث :- تتلخص أهداف هذا البحث في النقاط الآتية :-

(أ) محاولة الوقوف علي طبيعة الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور عن الجيش المصري

(سلبية أم إيجابية) بعد (ثورة ٣٠ يونيو)

(ب) معرفة العوامل والمصادر التي أدت إلي تشكيل هذه الصورة .

(ج) معرفة مدى ثقة الجمهور المصري في الجيش وفقاً لهذه الصورة التي يحملها عنه .

(٤) تساؤلات البحث :-

لتحقيق أهداف البحث بدقة وضع الباحث مجموعة من التساؤلات التي من خلالها أعد استمارة الاستبيان، وهذه التساؤلات كالاتي :-

- ١- ما الخصائص الديموجرافية لعينة البحث الممثلة لمجتمع البحث ؟
- ٢- ما شعور عينة البحث نحو المؤسسة العسكرية المصرية وقياداتها ؟
- ٣- كيف تنظر عينة البحث إلي أداء المؤسسة العسكرية المصرية خلال المرحلة الانتقالية وما تلاها ؟
- ٤- ما اتجاهات عينة البحث نحو المؤسسة العسكرية المصرية وقياداتها ؟
- ٥- من القيادة الأكثر قرباً لأفراد العينة من الناحية العقلية و النفسية ؟ ولماذا ؟
- ٦- ما درجة الرضا عن خارطة الطريق التي أعلن عنها الجيش عقب (ثورة ٣٠ يونيو) ؟
- ٧- ما الوسائل والعوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية ؟
- ٨- ماذا تعرف عينة البحث عن المؤسسة العسكرية المصرية ؟
- ٩- هل أثرت الأغاني الوطنية المرتبطة بثورة ٣٠ يونيو في عينة البحث ؟
- ١٠- هل تثق عينة البحث في المؤسسة العسكرية المصرية ؟
- ١١- ما وجهة نظر عينة البحث بشعار " يسقط يسقط حكم العسكر؟ ومن المروج له؟
- ١٢- هل تظاهرت عينة البحث ضد المؤسسة العسكرية بعد ثورة ٣٠ يونيو ؟

٥ - مفاهيم البحث ومصطلحاته :-

أولاً :- مفهوم الصورة الذهنية :- تعددت مفاهيم الصورة الذهنية بتعدد الدراسات التي تناولتها سواء أكانت عربية أم أجنبية، ويمكن تناول التعريفات الآتية للصورة الذهنية :- يعرفها قاموس وبستر " Webster " بأنها انطباع أو تصور عام لشخص أو بلد أو مؤسسة، يتخيله الجمهور ويتبناه من خلال وسائل الإعلام .

(Merriam websters collegiate Dictionar, 2003, p 619)

ويعرفها معجم المصطلحات الإعلامية بأنها :- فكرة ذهنية أو صورة أو انطباع، وقد تكون صورة لشيء أو لشخص في ذهن إنسان أي : فكرته التي كونها عن ذلك الشيء أو الشخص، وصورته التي رسمها له في ذهنه أو انطباعه عنه . (كرم شلبي، ١٩٨٩م، ص ٢٨٥)

ويري (علي عوجة) أن الصورة الذهنية، هي :- الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو

منظمة أو مهنة معينة، أو أى شيء آخر يمكن ان يكون له تأثير على حياة الانسان، وتتكون هذه الانطباعات عن طريق التجارب المباشرة وغير المباشرة التي ترتبط بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبصرف النظر عن صحة المعلومات أو عدم صحتها تلك التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب؛ فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه علي أساسها. (علي عوجة، ٢٠٠٥، ص ٣٢-٢٢)

ويري بعض الباحثين أن الصورة الذهنية هي تفاعل معرفة الإنسان بالمكان الذي يعيش فيه الفرد والعلاقات الشخصية والمعلومات التاريخية والثقافية التي يكتسبها .

(noshina saleem, 2007, p18)

ويعرفها(سليمان صالح) بأنها :- مجموعة السمات والملاح التي يدركها الجمهور ويبني علي أساسها مواقف واتجاهاته نحو المنظمة أو الدولة أو الجماعة، وتتكون تلك الصورة عن طريق الخبرة الشخصية للجمهور القائمة علي الاتصال المباشر أو عن طريق العمليات الاتصالية الجماهيرية، وتتشكل سمات الصورة الذهنية وملاحها عن طريق إدراك الجمهور لشخصية المنظمة ووظائفها وأهدافها وشرعية وجودها، وأعمالها والقيم الأساسية التي تتبناها . (سليمان صالح، ٢٠٠٥م، ص ٢٢)

والتعريف الإجرائي الذي يراه الباحث للصورة الذهنية هو " مجموعة من الانطباعات والتصورات المتكونة لدي الأفراد نحو فرد أو مؤسسة ما، تجعلهم يسلكون نحو هذا الفرد أو المؤسسة بطريقة تتفق مع هذه الانطباعات والتصورات .

ثانياً : مفهوم المؤسسة العسكرية :-

هناك اتفاق بين الباحثين علي أن المؤسسة العسكرية أو الجيش هو " مؤسسة تضم مجموعة من الأفراد المشكلين عسكرياً والمعروفين عموماً باسم الجنود، وهو يتميز ببنية هرمية مع سلم ترتيب الرتب ووحدات القيادة، كما أنه وجد من أجل ضمان الأمن داخل وخارج التراب الوطني، وحماية المواطن وممتلكاته في حالة وجود أخطار خارجية تهدد سلام واستقرار البلاد، وحفظ النظام داخله، ومنه يتجلي الهدف الذي أسس من أجله، وهو تحقيق السلام عن طريق الدفاع عن المصالح الحيوية للأمة " (morin jean Michel , 1997 , p. 76)

ويمكن تعريف المؤسسة العسكرية أيضاً بأنها " تنظيم تسلسلي هرمي يضم أناساً مسلحين، تنشئه الدولة وتحدد دوره في مهمتين أساسيتين : ضد المعتدين عليها، ونقل الحرب خارج حدودها، وتكلفه استثنائياً بحفظ النظام في الداخل"(عبد الوهاب الكيالي، ١٩٩١، ص ١٢٩) .

كما يعرف الجيش علي أنه " مؤسسة من مؤسسات الدولة وليس جهازاً أو أداة بإمرة السلطة، فهو مؤسسة للأمة وليس للنخبة الحاكمة شأنه في ذلك شأن مؤسسات السيادة الأخرى، ومعني ذلك أن مؤسسة الجيش نصاب مستقل في الكيان السياسي، ومحايد في علاقات السياسة والسلطة والمجتمع . (أحمد ولد دادة وآخرون، ٢٠٠٢، ص ١٦) .

أما التعريف الإجرائي للمؤسسة العسكرية المصرية، فهي تلك المؤسسة التي ينتمي إليها جميع شرائح المجتمع المصري وفئاته وتتشكل منهم، وذلك من مختلف المناطق الجغرافية علي مستوى جمهورية مصر العربية، وتتكون من مصريين منظمين تنظيمياً تسلسلياً، ومجهزة إدارياً وعسكرياً، وهدفها الرئيس : حماية

الوطن من التهديدات والمؤامرات الخارجية والداخلية والعمل بكل السبل علي أمنه واستقراره، وهي الجيش الوطني المصري .

ثالثاً : مفهوم الثورة :- لم يتم الاتفاق علي تعريف علمي موحد للثورة من قبل الباحثين لتداخل عوامل كثيرة في هذا المفهوم واختلاف النظرة إليه وتأويله وفقاً للنظم والرؤي المختلفة، ولكن هناك محاولات كثيرة لوضع ضوابط محددة أسهمت في تعريف الثورة، ومن هذه المحاولات ما يلي :- المقصود بالثورة، هو تحرك شعبي واسع خارج البنية الدستورية القائمة، أو خارج الشرعية، يتمثل هدفه في تغيير نظام الحكم القائم في الدولة، والثورة بهذا المعنى هي حركة تغيير لشرعية سياسية قائمة لا تعترف بها وتستبدل بها شرعية جديدة، والضرورة هنا تقتضي التعميم لاستحالة الوصول إلى صيغة عملية تحدد مراحل الثورة؛ لأن الثورة هي صيرورة يصعب الإشارة إلى نقطة بداية ونهاية لها، وهي تنطلق من حاجات يمكن تحديدها، ولكنها في أثناء اندلاعها قد تنتج حاجات وسلاسل مطلبية لا علاقة لها بالشرارة الأولى الذي أنتجها وضع يتسم بـ"القابلية الثورية (عزمي بشارة، ٢٠١١م، ص ٢٢)

وقد ربط عالم الاجتماع الفرنسي "إميل دوركايم"، مفهوم الثورة بـ ظاهرة الفوران " الجمعي"، التي تعبر عن تحرك جماعي لا يمكن تجاهله، ويتضخم بصورة ملحوظة من دون ضمان الاستمرار طويلاً في حالة الفوران. وهي التي تتكون أساساً فيما بين الطبقات الأدنى في المجتمع، فالشعب يعيش حياة مزرية مرتبطة بالفقر في الأساس، إلى جانب نقص الحرية. (وفاء علي داود، ٢٠١٣)

ويرى (روجر بيترسن) مؤلف كتاب المقاومة والتمرد، أن الثورة تبدأ علي شكل احتجاجات تأخذ بعداً شعبياً تكسر حاجز الخوف أو ينسي الناس الخوف، ومن ثم تتحول إلي غضب شعبي عارم تطلق عليه صفة " ثورة " (Roger Petersen, Resistance and Rebellion , 2001, p49)

أما التعريف الإجرائي (لثورة ٣٠ يونيو)، هي تلك الاحتجاجات العارمة والمظاهرات الصاخبة نحو جماعة الإخوان المسلمين، ونظام الرئيس السابق (محمد مرسي)، والتي انتشرت بغالبية محافظات الجمهورية، وملأت معظم الشوارع والبياديين، وانتهت إلي غضب شعبي شديد، ظهر في حركة (تمرد) التي جمعت أكثر من ٢٣ مليون توقيع؛ لإسقاط هذا النظام، تلك التوقيعات التي خرجت بالفعل في الثلاثين من يونيو، لتشكل ثورة عارمة ملأت البياديين مطالبة بإسقاط النظام .

#### ٦ - الدراسات السابقة

اطلع الباحث علي عدد من الدراسات والبحوث السابقة - عربية وأجنبية - وركز في ذلك علي الدراسات والبحوث الحديثة والمرتبطة بموضوع بحثه مثل دراسات وبحوث الصورة الذهنية والصورة الإعلامية والعوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور، وسوف يستعرض الباحث أهم هذه الدراسات والبحوث مرتبة زمنياً من الأحدث للأقدم كالآتي :-

#### (أ) الدراسات العربية :-

- دور الصحافة في تشكيل الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدي الرأي العام الفلسطيني (نبيل

أحمد اسماعيل، ٢٠١٢ م)

استهدفت هذه الدراسة التعرف علي دور الصحافة في تشكيل الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدي الرأي العام الفلسطيني، وهي دراسة وصفية استخدمت المنهج المسحي بالتطبيق علي

عينة حصرية أختيرت وفق متغير التوزيع الجغرافي ومتغير النوع من قطاع غزة لمن هم أعلى من ١٨ سنة من كلا النوعين الذكور والإناث، حيث بلغت العينة ٤٠٠ مفردة، واعتمدت الدراسة علي الاستبيان والمقابلة الشخصية كأداتين لجمع البيانات من المبحوثين، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أهمها :- أنها وضحت

الإسهام الفعال للصحافة التي تعد مصدراً مهماً للمعلومات عن رجل الشرطة في تشكيل الصورة الذهنية عنه لدي الرأي العام الفلسطيني، حيث اعتمد عليها ٦٣,٢٪ من المبحوثين، وأشارت أيضاً إلي أن الصحافة قدمت المعلومات المتعلقة بالشرطة وأنشطتها الأمنية بشكل واقعي وبمصداقية عالية، بالشكل الذي ساعد في تشكيل صورة ذهنية إيجابية عن رجل الشرطة لدي الرأي العام الفلسطيني .

- دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للحكام العرب لدي الشباب اليمني بعد ثورات الربيع العربي (خالد الصوفي، ٢٠١٢م)

سعت هذه الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للحكام العرب لدي الشباب اليمني بعد ثورات الربيع العربي، وهي دراسة وصفية استخدمت المنهج المسحي بالتطبيق علي عينة عشوائية طبقية تم أختيرت وفقاً لمتغيري السن والنوع من مدينة صنعاء وحددت الدراسة السن من ١٨ إلي ٣٥، وبلغت العينة ٤٠٠ مفردة، واعتمدت الدراسة علي الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج، أهمها :- احتلت الفضائيات الإخبارية غير اليمنية وتحديداً (الجزيرة) و (العربية) ثم (ال بي بي سي) و(الحررة) المصدر الأول في ترتيب المصادر التي يتابعها جمهور الشباب اليمني، ويستقي من خلالها المعلومات حول ثورات الربيع العربي، وفيما يتعلق باتجاهات المبحوثين وتصوراتهم نحو الحكام العرب أشارت النتائج إلي ارتفاع نسبة المعارضة بشدة علي العبارات الإيجابية بالمقياس، مما يدل علي شدة سلبية الصورة نحو الحكام العرب، كما أشارت إلي حصول الجمل السلبية علي المراتب المتقدمة من الموافقة بشدة في تصورات العينة عن الحكام العرب، حيث يرون أن الحاكم العربي يعتمد في تولي المناصب الحساسة في الدولة علي الولاءات وليس الكفاءات، وأن معظمهم يشعر أن رحيله عن الحكم سيدخل بلدانهم في فوضى وحرب أهلية، ومعظمهم يسعى إلى تأييد السلطة بيدهم ويعملون علي توريثها، وجاءت نسب الصورة العامة للحكام العرب لدي الشباب اليمني كالتالي :- سلبية بنسبة ٧٠,٧٪ محايدة بنسبة ١٨,٩٪ إيجابية بنسبة ١٠,٤٪ .

- أخلاقيات العمل وأثرها في إدارة الصورة الذهنية في منظمات الأعمال (بلال خلف، ٢٠١٢م)

استهدفت هذه الدراسة الكشف عن مدي اهتمام شركات الاتصالات الخلوية الأردنية في تطبيق أخلاقيات العمل ضمن الأبعاد التالية :

احترام القوانين والأنظمة، العدالة وعدم التحيز، السرعة والإتقان، احترام الوقت) وتحديد مستوى الفروق في إدراك أفراد عينة الدراسة لأبعاد أخلاقيات العمل، كما هدفت الدراسة إلي تقييم أثر أخلاقيات العمل في إدارة الصورة الذهنية، وهي دراسة وصفية، اعتمدت علي المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة واستخدمت



أسلوب الحصر الشامل لجميع المراتب، أو المواقع الإدارية العاملة في شركات الاتصالات الخلوية في الأردن ضمن مقراتها الرئيسية في مدينة عمان، والبالغ عددها أربع شركات، هي : زين، أمنية، أورينج، واكسبرس، وأوضحت النتائج مجموعة من النقاط المهمة، أهمها أن التغيير في عناصر أخلاقيات العمل سيؤدي إلى التغيير في عناصر إدارة الصورة الذهنية، وأن شركات الاتصالات الخلوية الأردنية تحسن إدارة صورتها الذهنية، وأن هذا يدل على الوعي المتزايد لدى الشركات المبحوثة لأهمية أخلاقيات العمل .

- صورة العرب كما عكستها القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية وعلاقتها باتجاهات الجمهور الأجنبي نحوها (ميرال مصطفى عبد الفتاح، ٢٠١١م)

حاولت هذه الدراسة رصد صورة العرب كما عكستها القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية وعلاقتها باتجاهات الجمهور الأجنبي نحوها، وهي دراسة وصفية استخدمت المنهجين المسحيين الميداني والتحليلي، وتوصلت فيها الباحثة لمجموعة من النتائج، أهمها :- أن القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية تؤدي دوراً مهماً في صياغة معارف وتصورات الجمهور الأجنبي واتجاهاته نحو العرب، وأن الصورة التي تعكسها هذه القنوات عن العرب في معظمها سلبية .

- صورة الصحفي لدى الجمهور العراقي (فاطمة عبد الكاظم حمد، سالم جاسم محمد، ٢٠١١م)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور عن الصحفي العراقي (سلبية أم إيجابية)، مع توضيح العوامل التي أدت إلى تشكيل هذه الصورة، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التحليلية واعتمدت على المنهج المسحي، واستخدمت العينة العشوائية البسيطة من جمهور محافظة بغداد، وقد بلغ عدد أفراد العينة ٢٥٠ مبحوثاً، وصمم الباحثان استمارة استبيان للحصول على البيانات من المبحوثين و أشارت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها :- إن الغالبية العظمى من المبحوثين اتفقوا على أن خلفية الصحفي القومية والدينية والمذهبية هي التي تؤثر على طريقة تقديمه للأحداث، وهذه مسألة خطيرة تبتعد بالصحفي عن الحيادية التي يفترض أن يتحلى بها . - معظم المبحوثين اتفقوا على أن كثير من الصحفيين العراقيين لا يمتلكون المؤهلات الأكاديمية والمهنية اللازمة لمزاولة عملهم بالشكل المطلوب . - وأن جميع المبحوثين اتفقوا على استمرار الصحفي العراقي في أداء رسالته الإعلامية رغم تعرضه إلى شتى أنواع الخوف والترهيب، وهو جانب إيجابي بالنسبة لصورة الصحفي لدى الجمهور العراقي .

- صورة الأستاذ الجامعي في الصحافة العربية (رفعت عارف الضبع، ٢٠١٠ م ص ص ٢٤٩ -

(٣١١)

استهدفت هذه الدراسة التعرف على صورة الأستاذ الجامعي في الصحافة العربية " دراسة ميدانية في ضوء نظرية الغرس الثقافي"، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح لعينة عشوائية طبقية بلغت ٤٤٠ مبحوثاً من أساتذة الجامعة، واعتمدت الدراسة على الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، و توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها :- إبراز دور أستاذ الجامعة في المجتمع وأهميته احتل المركز الأول من بين المقترحات بشأن تحسين الصورة المقدمة عن أساتذة

الجامعة في الصحف بنسبة ٧٠٪، يليها إبراز قدسية أستاذ الجامعة ووظيفته بنسبة ٣٠٪، وأن هناك علاقة ارتباطية دالة موجبة بين معدل التعرض للصحف، وإدراك أساتذة الجامعة للواقع الاجتماعي لهم بما يشابه ما تقدمه الصحف .

- دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات السياسية بالتطبيق علي مجالس الوزراء والشوري والشعب (محمد لطفي زكريا، ٢٠١٠م)

حاولت هذه الدراسة التعرف علي دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات السياسية بالتطبيق علي مجالس الوزراء والشوري والشعب، واتجاهاتهم نحوها، ومدى رضائهم عن دورها، ومقترحاتهم لتطويرها، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية واعتمدت علي ثلاثة مناهج، هي المسح الإعلامي والمدخل التاريخي والأسلوب المقارن، واستخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل لعدد (٦٦) ممارساً للعلاقات العامة بالمؤسسات السياسية محل الدراسة، وأسلوب التوزيع المتساوي للعينة التي بلغت ١٥٠ مفردة من محافظة القاهرة، و ١٥٠ مفردة من محافظة المنيا، و ١٥٠ مفردة من محافظة الدقهلية، واعتمد الباحث في جمع البيانات علي الأدوات البحثية التالية :- صحيفة الاستقصاء والمقابلة المقننة، وغير المقننة، وأشارت الدراسة إلي العديد من النتائج، أهمها :- أن الصورة الذهنية لمجلس الشعب جاءت محايدة في الترتيب الأول يليها الصورة السلبية ثم الإيجابية في الترتيب الأخير، مما يعني أن صورة مجلس الشعب سلبية أكثر منها إيجابية، بينما تفوقت الصورة السلبية علي الصورتين المحايدة والإيجابية، وجاءت في المرتبة الأولى في كل من مجلسي الوزراء والشوري، تلتها الصورة المحايدة ثم الإيجابية، مما يعني سلبية الصورة الذهنية المدركة عن المؤسسات السياسية في مصر .

- الصورة الذهنية من حيث التشكل والتغير، دراسة ميدانية عن صورة أوروبا عند المثقف المصري (نجوان عبد المعبود محمد، ٢٠١٠م)

استهدفت هذه الدراسة رصد الصورة الذهنية من حيث التشكل والتغير، دراسة ميدانية عن صورة أوروبا عند المثقف المصري، وتعد من الدراسات الوصفية الاستكشافية، واستخدمت منهج المسح بالتطبيق علي عينة تسمى التصميم الشبكي أو كرات الثلج (Snowball- network design)، وهي من العينات غير الاحتمالية، وتعني قيام الباحثة بتحديد أولي لعينة قوامها (١٠) مفردات، تقوم كل مفردة باقتراح (١) مفردة أخرى، ليصل المجموع الكلي للعينة إلي (٢٠) مفردة تمثل عينة الدراسة، واعتمدت الباحثة علي أسلوب المقابلة الشخصية المتعمقة لجمع البيانات من المبحوثين، وانتهت الدراسة إلي العديد من النتائج، أهمها :- أن الصورة الذهنية لأوروبا عند المثقف المصري تتشكل وتتغير وفقاً لعوامل ومجالات كثيرة، أهمها مواقف أوروبا من القضايا بشكل عام، والسياسية بشكل خاص، ولا تتصف الصورة الذهنية لدي المثقف المصري بالثبات.

- دور الإعلام في تشكيل صورة منظمات المجتمع المدني لدي الرأي العام المصري (هناء فاروق صالح، ٢٠١٠م، ص ص ٤١١ - ٤٩٩)

انطلقت هذه الدراسة للتعرف علي دور الإعلام في تشكيل صورة منظمات المجتمع المدني لدي الرأي العام المصري، وهي دراسة وصفية استخدمت المنهج المسحي للرأي العام باستخدام العينة

العمدية علي ٤٠٠ مفردة من محافظة القاهرة، وباستخدام الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها :-

تأثير المتغيرات الديموجرافية الوسيطة والمتغيرات الاجتماعية والسياسية علي شدة العلاقة بين صورة منظمات المجتمع المدني لدي الرأي العام ودور الصحافة، وأن الرأي العام ينظر بتفاؤل إلي مستقبل منظمات المجتمع المدني في ضوء مواقفها إزاء بعض القضايا، وبخاصة تلك القضايا المتعلقة بالحقوق المدنية والسياسية مثل : مراقبة الانتخابات وتعميق الديمقراطية، وإلغاء القوانين المقيدة للحريات والأحكام العرفية والإفراج عن المعتقلين ومحاربة قانون الطوارئ والدعوة لإلغاء عقوبة الإعدام، وكذلك القضايا المتعلقة بالقضايا الاجتماعية وتشمل مكافحة الفقر والأعمال الخيرية ثم قضايا المرأة مثل التمكين ومقاومة كافة أشكال العنف أو التمييز ضد المرأة .

- الصورة الإعلامية للشرطة في الصحافة المصرية (خالد عبد الحميد كامل، ٢٠٠٨ م) سعت هذه الدراسة إلي رصد الصورة الإعلامية للشرطة في الصحافة المصرية، وهي دراسة تحليلية مقارنة، استخدم فيها الباحث تحليل المضمون لصحف الأهرام والوفد والأسبوع خلال عامي ٢٠٠٧م - ٢٠٠٨م، وتوصل لمجموعة من النتائج بشأن المعالجة الصحفية لصورة الشرطة المصرية بالصحف الثلاث، حيث جاءت أهم النتائج بأن صورة الشرطة في جريدة (الأهرام) إيجابية وفي جريدة (الأسبوع) محايدة، أما (الوفد) فجاءت فيها الصورة متأرجحة مابين سلبية ومحايدة، وربما يعود ذلك لطبيعة توجه الصحيفة آنذاك حيث إن (الأهرام) تمثل التوجه الرسمي للدولة، و(الأسبوع) صحيفة مستقلة، أما (الوفد) فهي صحيفة حزبية مما يفسر الاختلاف في صورة الشرطة في الصحف الثلاث .

- دور تليفزيون الواقع في تشكيل صورة ذهنية عن العلاقة بين الجنسين لدي الشباب الجامعي (هبة شاهين، ٢٠٠٨م)

استهدفت هذه الدراسة التعرف علي دور تليفزيون الواقع في تشكيل صورة ذهنية عن العلاقة بين الجنسين لدي الشباب الجامعي : دراسة حالة لبرنامج " ستار أكاديمي "، وهي دراسة ميدانية علي عينة من الشباب الجامعي، واعتمدت الباحثة علي تحليل مضمون البرنامج اليومي (اليوميات) المقدم عبر القناة الفضائية اللبنانية LBC علي مدي ساعة يومياً، ويتضمن ملخصاً لأهم أحداث اليوم لبرنامج " ستار أكاديمي " واستخدمت الباحثة الأسبوع الصناعي علي مدي الأربعة أشهر التي مثلت فترة بث البرنامج (في الفترة من ٢٥ يناير إلي ٢٣ مايو ٢٠٠٨م)، واشتملت عينة الدراسة ١٥ حلقة من يوميات برنامج ستار أكاديمي بواقع حلقة أسبوعياً، وأوضحت الدراسة العديد من النتائج المهمة، أهمها :- ارتفاع نسبة إدراك المبحوثين للتأثيرات السلبية لبرنامج " ستار أكاديمي " علي الشباب بنسبة ٥٧,٣% من إجمالي المبحوثين، وجاء في مقدمة التأثيرات السلبية، التأثير علي القيم الدينية بنسبة ٦٧,٢% ثم الانبهار بالغرب وتقاليد بنسبة ٥٦,٧%، والتأثير علي الهوية الثقافية لدي الشباب بنسبة ٥٢,٢% ثم إثارة الشهوات من خلال الاختلاط بلا حدود .

- الصورة الذهنية لمجلس النواب لدي الجمهور العراقي

(علي جبار الشمري، ٢٠٠٨، ص ٨١ - ٩٩ ص ص ٢٥ : ٤٢)

استهدفت هذه الدراسة التعرف على الصورة الذهنية لمجلس النواب لدي الجمهور العراقي، وهذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى دراسة الأوضاع الراهنة والظاهرة من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقتها والعوامل المؤثرة في ذلك، واستخدم المنهج المسحي بطريقة المسح الميداني (الاستبيان) الذي طبق على (٢٠٠) مبحوث من سكان محافظة بغداد، وهدف البحث إلى اختبار معرفة الجمهور بمجلس النواب، والكشف عن الطباعات الجمهور عن أداء المجلس، وتوصل البحث إلى وجود فروق دالة إحصائية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين، وطبيعة الدور الذي يقوم به مجلس النواب، وأن الصورة الذهنية له اختلفت باختلاف هذه المتغيرات .

- الصورة الذهنية للولايات المتحدة الأمريكية وعلاقتها بتقييم المستهلك لمنتجاتها (خالد شاكر جاويش، ٢٠٠٧، ص ١ - ٢٨)

سعى هذا البحث إلى معرفة الصورة الذهنية للولايات المتحدة الأمريكية وعلاقتها بتقييم المستهلك لمنتجاتها، واعتمد على منهج المسح، حيث صمم الباحث صحيفة استقصاء لقياس متغيرات البحث، وحدد مجتمع البحث في طلبة وطالبات جامعة الإمارات العربية المتحدة بمدينة العين بدولة الإمارات، باستخدام العينة العشوائية الطبقية، وبلغ حجم العينة ٣٤٥ مفردة من الذكور والإناث، وقد توصل البحث لمجموعة من النتائج، أهمها الآتي :-

الصورة الذهنية للولايات المتحدة الأمريكية المرتبطة بالمواقف السياسية والعسكرية " سلبية " لدي الغالبية العظمى من عينة البحث، ولكن فيما يتعلق بنية الشراء لدي المبحوثين، فقد جاء الوضع مختلفاً حيث أبادي نسبة ٢٢,٦٪ من عينة البحث استعداداً كبيراً لشراء المنتجات الأمريكية، وجاءت النتائج الخاصة بالصورة الذهنية للولايات المتحدة المرتبطة بدرجة التقدم الصناعي إيجابية لدي الغالبية العظمى من المبحوثين، وفيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو المنتجات الأمريكية، فقد جاءت إيجابية في معظمها .

- دور التلفزيون في تشكيل صورة الجندي الأمريكي عند طلبة الجامعات العراقية (عمار طاهر، ٢٠٠٧م، ص ٤٣٧ - ٤٦٣)

هدفت هذه الدراسة إلى رصد مدى الاعتماد على التلفزيون في تشكيل صورة الجندي الأمريكي عند طلبة الجامعات العراقية قبل عام ٢٠٠٣م، والتقصي عن دوره في تغيير صورة الجندي الأمريكي بعد عام ٢٠٠٣م، وهي دراسة وصفية استخدمت المنهج المسحي، وأجريت على عينة من طلبة الجامعات بلغت (٢٠٠) مبحوث بواقع ١٠٠ مبحوث من طلبة الجامعة التكنولوجية أقسام الميكانيكا والحاسبات والكيمياء و١٠٠ مبحوث من طلبة كلية الآداب وكلية الإعلام جامعة بغداد، وذلك باستخدام أسلوب العينة المتاحة *available sample*، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، كان من أهمها أن التلفزيون يمثل المصدر الرئيس لتشكيل صورة الجندي الأمريكي لدي طلبة الجامعة الأمريكية، فقبل عام ٢٠٠٣م وبفارق إحصائي كبير عن السينما، والإنترنت والصحف والمجالات والإذاعة، وجاءت صورة الجندي الأمريكي لدي طلبة الجامعات العراقية قبل ٢٠٠٣م إيجابية حيث أوضحت إجاباتهم أنه منضبط ملتزم بالقوانين العسكرية يدافع عن بلاده بشرف، وعن حقوق الإنسان ويسعى لنشر الديمقراطية والحرية وأنه شخص خارق لا يقهر، وشغل التلفزيون المرتبة الثانية في تغيير صورة الجندي الأمريكي بالاتجاه

السالب، حيث شغل التعامل اليومي المباشر مع القوات الأمريكية في الشوارع العامة الأمر البالغ في تغيير الصورة .

- الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى المواطن العربي في منطقة الخليج العربي (عديل الشрман، ٢٠٠٦م)

هدفت هذه الدراسة إلى رصد الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى المواطن العربي في منطقة الخليج العربي، وهي دراسة وصفية اعتمدت على المنهج المسحي باستخدام الاستبيان أداة لجمع البيانات، ومنهج دراسة الحالة حيث اقتصر التطبيق على المجتمع القطري فحسب، وخلصت الدراسة لعدة نتائج، أهمها :- أن صورة رجل الشرطة لدى المواطن القطري إيجابية بنسبة (٨١٪) من أفراد العينة، وأن هناك رضا عن أدائه بنسبة (٧٠٪)، وأن هناك عوامل تسهم في تشكيل الصورة الذهنية لرجل الشرطة مثل، السمات الشخصية ومستوي أدائه، وليس فقط وسائل الإعلام، وأكثر إدارات الشرطة سلبية في التعامل مع الجمهور شرطة المرور، وشرطة الإقامة، وشئون الوافدين، في حين أن أكثر إدارات الشرطة إيجابية، مثل : شرطة النجدة وشرطة الدفاع المدني .

- دور وسائل الاتصال في تكوين الصورة الذهنية لقطاع الشرطة في المجتمع اليمني (كمال يحيى الكسار، ٢٠٠٥م)

حاولت هذه الدراسة معرفة الأدوار المختلفة لوسائل الاتصال في تكوين الصورة الذهنية لقطاع الشرطة في المجتمع اليمني، وهي دراسة وصفية استخدمت المنهج المسحي اعتمدت على الاستبيان والمقابلة لجمع البيانات من المبحوثين، وبلغ حجم العينة العشوائية التطبيقية (٤٢٠) مفردة من المجتمع اليمني، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها :- أن معظم أفراد العينة قد رأوا أن وسائل الإعلام لا تعرض واقع الشرطة كما هو موجود فعلاً في الواقع، وأن الاتصال الشخصي الحديث مع الآخرين والتعامل المباشر حصل على الترتيب الأول من بين المصادر الاتصالية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في تكوين الصورة الذهنية عن الشرطة، وأشارت النتائج أيضاً إلى تفوق الصفات السلبية التي يعتقد الجمهور تواجدها في رجل الشرطة مثل: (الظلم، الفساد، عدم التعاون، عدم احترام الآخرين، الغرور) على الصفات الإيجابية، مثل : (التعليم ومستوي الفهم)؛ وبلغت نسبة الصفات السلبية ٥٨٪ في حين بلغت الصفات الإيجابية ٤٢٪ .

- صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى الشباب الجامعي بعد أحداث ١١ سبتمبر (سلوى يحيى العوادلى، ٢٠٠٤م ص ص ١٣٩ - ١٨٢)

سعت هذه الدراسة إلى معرفة صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى الشباب الجامعي بعد أحداث (١١ سبتمبر)، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني لعينة من الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة إيجابية بين التعرض لوسائل الإعلام وتشكيل الصورة، حيث جاءت انطباعات الشباب عن الولايات المتحدة الأمريكية على النحو الذي تعرضه البرامج الإعلامية

والدراما الأمريكية، وشغل التلفزيون الترتيب الأول، حيث يعد المصدر الرئيسى في تشكيل صورة الولايات المتحدة الأمريكية .

الصورة الذهنية للمسلمين في الإعلام الغربي (محمود يوسف، ٢٠٠١م، ص ٢٠١ - ٢٧٣) استهدفت هذه الدراسة معرفة الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام الغربية عن المسلمين، وذلك خلال قراءة البحوث والدراسات التي أجريت حول موضوع الصورة الذهنية ومسحها خلال الفترة من ١٩٩٠ م حتى ٢٠٠١م، وقد اطلع الباحث علي أكثر من ٤٢ دراسة وبحثاً علمياً، ساعدته في التوصل إلي مجموعة من النتائج المهمة، وهي كالاتي :-

أشارت معظم البحوث والدراسات إلي أن صورة المسلمين سلبية، في حين توصل عدد قليل منها وبالتحديد سبعة أبحاث إلي بعض الإيجابيات في الصورة الخاصة بالمسلمين والدول العربية، وأهمها الاهتمام بالفنون الرفيعة وأن بعضهم له مواهب خاصة، وتؤكد هذه الدراسة الصورة السلبية المأخوذة عن العرب والمسلمين لدي الغرب عامة التي ترسخها بقوة وسائل الإعلام والتثقيف المختلفة .

(ب) الدراسات الأجنبية :-

**Portayals and African American Stereotypes : Examination of -**

**Television Effects when Direct contact is lacking**

(1999 ، Yuki fujioka) -

ركزت هذه الدراسة علي معرفة الصورة الذهنية للأمريكيين من أصل أفريقي، وهي دراسة وصفية استخدمت المنهج المسحي علي عينة من الطلاب الجامعيين الأمريكيين واليابانيين البيض خلال الصور التلفزيونية المقدمة عنهم وخلال الاتصال المباشر والاتصال خلال شخص آخر وسيط، وأوضحت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر علي انطباعات الأفراد عن الأعراق الأخرى، وأن هناك ارتباطاً إيجابياً بين حجم البرامج التلفزيونية التي تعرضت للأفارقة الأمريكيين وبين الصورة الإيجابية المتشكلة لدي الطلاب اليابانيين عن تلك الفئة، وتوصلت إلي أن تأثير الصورة الإيجابية المقدمة في هذه البرامج علي إدراك الطلاب اليابانيين يختلف عن إدراك الطلاب البيض من الأمريكيين .

**using search for public relations and reputation managemet**

(2005 ، Catherine seda)

استهدفت هذه الدراسة معرفة مدى استخدام العلاقات العامة للبحث في إدارة السمعة، وأهمية وظيفة البحث للعلاقات العامة في الشركات المختلفة لتشكيل صورة ذهنية عنها خلال تحديد الطرق المستخدمة في هذه الوظيفة، وبخاصة عند إعداد الحملات التسويقية، وتحديد مدى الاستفادة من الإنترنت وأكثر محركات البحث استخداماً، وتوصلت الدراسة إلي أن العديد من الشركات لا تعتمد علي إدارة العلاقات العامة في إعداد حملاتها التسويقية، وأن العلاقات العامة تستخدم الإنترنت للبحث والتسويق والاتصال، وجاء محرك البحث Google من أكثر محركات البحث استخداماً من قبل العلاقات العامة .

**Caterina ) Hollywood heroes : A Critical Approach to Viewing Teachers in Film  
(Cathy Boragina, 2003**

سعت هذه الدراسة إلى التعرف علي صورة المعلمين كما قدمتها هوليوود، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح باستخدام أداة تحليل المضمون **content analysis** لفيلم **Dangerous Minds** - جون آن سميث عام ١٩٩٥ وفيلم **Learn on me** - جون جي أديلدسون عام ١٩٨٩، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن المعلم يظهر خلال هذه الأفلام بصورة محايدة؛ فهو لا يؤدي أي دور، إضافة إلى أنه يتصف بالجمود والسكينة، وأن وسائل الإعلام المرئية وبخاصة الأفلام تستطيع توصيل رسالة قوية وفعالة عن المعلمين من خلال ما تعرضه للجمهور .

- التعقيب علي الدراسات السابقة :-

- من القراءة العلمية للبحوث والدراسات السابقة يمكن عرض بعض الملاحظات المهمة:-
- أبرزت نتائج بعض البحوث والدراسات السابقة أنه علي الرغم من الدور المهم الذي تؤديه وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية المكونة لدي الجمهور، إلا أنها لا تنفرد بتشكيل الصورة الذهنية، إنما هناك وسائل اتصالية أخرى تسهم معها في تشكيل هذه الصورة، مثل الاتصال الشخصي، والسمات الشخصية، والخبرات وغيرها من العوامل الأخرى .
- لاحظ الباحث أن الدراسات العربية تركز علي دراسة الصورة الذهنية للدول الخارجية وبخاصة الولايات المتحدة الأمريكية، وعدد قليل من منها يركز علي المؤسسات الوطنية، في حين أن المجتمع العربي بشكل عام والمصري بشكل خاص في حاجة إلي التركيز علي معرفة الانطباعات والتصورات الموجودة لدي الجماهير عن هذه المؤسسات حتي يمكن دعمها أو تغييرها، ليصب ذلك في صالح المؤسسة والجماهير، وبالتالي المجتمع .
- استفاد الباحث من البحوث والدراسات السابقة في صياغة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، وتأكد بعد اطلاعه عليها من عدم وجود أية دراسة تناولت الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية المصرية، مما يجعل هذه الدراسة إضافة في هذا المجال .

**٧- نوع البحث ومنهجه :-** ينتمي هذا البحث إلي نوعية البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة الأحداث والظواهر ووصفها كما هي عليه في الواقع، خلال التعبير النوعي الذي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها للوصول إلي نتائج تساعد في فهم هذا الواقع وتطويره .(ربحي مصطفى عليان، ٢٠١٠م، ص ٦٧)، إضافة إلى تحليل البيانات والمعلومات وتفسيرها بشكل دقيق من أجل استنتاج حقائق وتعميمات جديدة تسهم في فهم الظاهرة، واعتمد البحث علي المنهج المسحي الذي يعد من أفضل المناهج المستخدمة في دراسات الجمهور، وذلك بالتطبيق علي العينة المنتظمة العشوائية التي تم اختيارها وفقاً لمتغيرات الريف والحضر والنوع من مدينة (سوهاج)، وحدد البحث السن من ٢٠ إلي ٦٠ سنة فأكثر، وبلغت العينة ٣٠٠ مفردة، واعتمد البحث علي الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين

٨ - مجتمع البحث والعينة :-

حدد الباحث مجتمع البحث بالجمهور المصري وطبق علي جمهور مدينة سوهاج (ريف / حضر) و(ذكور / إناث) للفئة العمرية ٢٠ سنة فأكثر؛ وذلك، لأنها الفئات العمرية الأكثر إدراكاً واهتماماً بالقضايا العامة والشئون السياسية، وبالتالي فهم موضوع البحث " الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية المصرية، ويعود اختيار مدينة (سوهاج) لتطبيق البحث للأسباب الآتية :-

(أ) لأن الباحث من (مدينة سوهاج) ومقيم فيها، ويعرف تقسيماتها الإدارية ومناطقها الحضرية والريفية وخصائص سكانها، وبالتالي فإن الوصول إلي الشرائح والفئات المتنوعة يكون أكثر سهولة ويسراً .

(ب) لأن (مدينة سوهاج) تمثل كثافة سكانية مرتفعة ومتنوعة بالنسبة لتعداد سكان المجتمع المصري .

(ج) صعوبة تطبيق البحث علي محافظات الوجه البحري؛ لأن الباحث لم يتمكن في فترة تطبيق البحث من السفر إليها لاختيار عينة منها؛ نظراً للظروف الأمنية التي أدت إلي تفعيل قانون الطوارئ وفرض حظر التجوال، وتوقف قطارات هيئة السكك الحديدية عن العمل

ولجأ الباحث إلى استخدام العينة المنتظمة العشوائية من جمهور مدينة سوهاج وفقاً لمتغيرات الحضر والريف و الذكور والإناث

والجدول الآتي يوضح مجتمع البحث ومتغيراته .

مجتمع البحث " سوهاج	إجمالي الفئة	إجمالي العينة
الحضر	١٦٩٩٨٩	١٠٤ مفردة
الريف	٣٢٢٦٩٢	١٩٦ مفردة
إجمالي مجتمع البحث	٤٩٢٦٨١	٣٠٠ مفردة
الذكور	٢٥٣٩٠٦	١٥٥ مفردة
الإناث	٢٣٨٧٧٥	١٤٥ مفردة
إجمالي مجتمع البحث	٤٩٢٦٨١	٣٠٠ مفردة

يمكن تعريف العينة المنتظمة العشوائية: بأنها العينة التي تؤخذ من خلال تقسيم وحدات المجتمع إلى طبقات متجانسة، واختيار عينة عشوائية بسيطة أو منتظمة من كل منها. وتتخلص الطريقة بتحديد حجم العينات الجزئية المتناسبة من كل طبقة على أساس المعادلة الآتية:-

$$\text{حجم العينة الطبقيّة} = (\text{حجم الطبقة} \div \text{حجم المجتمع}) \times \text{حجم العينة} . \text{ (نافذ محمد بركات، ٢٠٠٧م، ص ٦، ٧)}$$

وبتطبيق هذه المعادلة علي إحصائيات سوهاج وفقاً لمتغيرات الحضر والريف والذكور والإناث حصل الباحث علي الأرقام الآتية التي حددت عينة البحث بدقة :-

$$\text{حجم المجتمع الكلي} = (\text{الحضر } 169989) + (\text{الريف } 322692) = 492681$$

$$\text{حجم المجتمع الكلي} = (\text{الذكور } 253906) + (\text{الإناث } 238775) = 492681$$

$$\text{حجم العينة من الحضر} = \frac{300}{492681} \times 169989 = 104 \text{ مفردة}$$

$$\text{حجم العينة من الريف} = \frac{300}{492681} \times 322692 = 196 \text{ مفردة}$$



$$\text{حجم العينة من الذكور} = \frac{300}{492681} \times 253906 = 155 \text{ مفردة}$$

$$\text{حجم العينة من الإناث} = \frac{300}{492681} \times 238775 = 145 \text{ مفردة}$$

وبجمع إجمالي عينات المتغيرات السابقة يتضح أن إجمالي عينة البحث ٣٠٠ مفردة .

#### ٩ - أداة جمع البيانات :-

قام الباحث بعدد من الإجراءات للحصول على المعلومات المتعلقة بمتغيرات البحث، حيث صمم مقياس "استبيان" للتعرف على الصورة الذهنية لعينة البحث نحو المؤسسة العسكرية المصرية وقياداتها وقد تضمن هذا المقياس (٢٦) عبارة تتصف بالتقارب في عدد العبارات السلبية والإيجابية، حتى يتسم المقياس بالدقة وعدم الإيحاء للمبحوثين بإجابات معينة .

إضافة إلى الأسئلة الخاصة بالبيانات الشخصية للمبحوثين، وأسئلة أخرى أعدت خارج المقياس لتكون معززة ومكملة للنتائج التي يخرج بها مقياس الصورة الذهنية، ولأن الصورة الذهنية تتكون لدي الأشخاص خلال التقاء ثلاثة أبعاد أساسية، فقد راعي الباحث في صياغة استمارة الاستبيان هذه الأبعاد الثلاثة المهمة مقياساً مهماً للصورة الذهنية، وهي كالاتي :-

١ - البعد المعرفي :- وهو مجموعة الصفات المعرفية التي نستطيع أن ندرك بها الأشياء، فالإنسان يولد وليس لديه معلومات، ولكن سرعان ما يضيف علي العالم معني ليجعل الحياة مفهومة لديه . (ميرال مصطفى عبد الفتاح، ٢٠١١م، ص ٦٦)

٢ - البعد الوجداني :- ويقصد به الميل لموضوع أو كرهه، حيث يرتبط هذا البعد بالمشاعر إذ إن الصورة الذهنية تتأثر بالمشاعر والعواطف، ويرتبط هذا البعد بالبعد المعرفي، حيث تؤثر السمات المدركة في مدي قبولنا أو رفضنا للأشياء .

٣ - البعد الإجرائي :- يتكون هذا البعد من مجموعات الاستجابات للموضوع الذي يراه الشخص مناسباً في ضوء السمات المدركة في ذهنه، ويعقب تكوين الصورة الذهنية استجابة معينة ترتبط بنوعية الصورة المكونة وتعبر عنها، وهو ما يسمي بالسلوك . (ميسون قطب، فاتن فاروق، ٢٠٠٧م، ص ٤٥)

والجدول الآتي يوضح الأسئلة الخاصة بأبعاد الصورة الذهنية بالاستمارة .

عدد الأسئلة	أرقام الأسئلة	البعد
١٣	٧ - ٨ - ٩ - ١٠ - ١١ - ١٣ - ١٧ - ١٨ - ١٩ - ٢١ - ٢٥ - ٢٦ - ٢٧	المعرفي
١١	٤ - ٥ - ٦ - ٨ - ١٢ - ١٤ - ١٥ - ١٦ - ٢٢ - ٢٣ - ٢٤	الوجداني
٤	١ - ٢ - ٢٠ - ٢٨	الإجرائي

وبعد الانتهاء من إعداد استمارة المقياس بصورتها النهائية، تم توزيعها وجمعها من المبحوثين ثم تفريغ البيانات وتحويلها إلى أرقام لاستخلاص النتائج منها .

وللوصول إلي درجة عالية من الدقة في استمارة الاستبيان أجري الباحث اختبار الصدق والثبات، واستهدف هذا الإجراء قياس صدق استمارة الاستبيان الظاهري والداخلي، وذلك علي النحو الآتي :-

- عرض الباحث الاستمارة علي أساتذة وخبراء<sup>(\*)</sup> \* متخصصين في مجال البحث، وأجري اختباراً قلياً " pretest " للاستمارة علي ٥٪ من المبحوثين قبل التطبيق، بهدف تفادي الغموض وتصويب الأخطاء التي قد توجد في الاستمارة للوصول بها إلي المستوي الذي يحقق أهداف البحث.
- صاغ الباحث أسئلة الاستمارة بأسلوب يساعد علي الاطمئنان لصدق إجابات المبحوثين، وذلك بصياغة السؤال بطرق مختلفة .

كما استخدم الباحث اختبار الثبات الذي يعد شرطاً أساسياً لصدق القياس، وذلك عن طريق إعادة التطبيق " test retest " بعد فترة تراوحت أسبوعاً من التطبيق الأول علي النسبة نفسها ٥٪ من حجم العينة، وبلغ معامل الثبات ٩٠٪، وهي نسبة جيدة تدل علي صلاحية الاستمارة للتطبيق .

#### ١٠ - تفريغ البيانات وتحليلها :-

بدأت عملية توزيع استمارات الاستبيان علي مفردات عينة البحث في محافظة سوهاج بدءاً من ١ / ٩ / ٢٠١٣ م، واستمرت حتي ١٥ / ١٠ / ٢٠١٣ م خلال فترة إعلان حالة الطوارئ وفرض حظر التجوال التي استمرت لمدة شهر ثم شهرين بدءاً من ١٤ / ٨ / ٢٠١٣ م، وحتى ١٤ / ١١ / ٢٠١٣ م، وبعد الانتهاء من تطبيق الاستبيان والحصول علي إجابات المبحوثين، فرغ الباحث لمعالجتها وتحليلها، وذلك لاستخراج النتائج بالتكرارات والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي .

### نتائج البحث

#### أولاً: توصيف عينة البحث :-

#### جدول رقم (١)

#### توزيع عينة البحث وفقاً لمتغير النوع

م	النوع	التكرار	النسبة
١	ذكر	١٥٥	٥١,٧٪
٢	انثى	١٤٥	٤٨,٣٪
-	إجمالي عينة البحث	٣٠٠	١٠٠٪

بتحليل خصائص عينة البحث اتضح أن نسبة الذكور ٥١,٧٪، ونسبة الإناث ٤٨,٣٪، وهي نسبة متقاربة إلي حد كبير مع تمثيل الذكور والإناث علي مستوي المجتمع المصري كله، " حيث بلغت نسبة

(\*) أ. د / علي عوجة، أستاذ العلاقات العامة - عميد كلية الإعلام السابق - جامعة القاهرة .  
أ. د / محمود يوسف، أستاذ العلاقات العامة - وكيل كلية الإعلام - جامعة القاهرة .  
أ. د / فوزي عبد الغني، أستاذ الإعلام - قسم الإعلام - جامعة سوهاج - المعارع ميديا لكلية الإعلام - جامعة فاروس بالاسكندرية .

أ. د / عزة عبد العزيز، أستاذ الإعلام - قسم الإعلام - جامعة سوهاج، وجامعة الأهرام الكندية .  
د / محمد عتران، أستاذ العلاقات العامة المساعد - كلية الإعلام - جامعة القاهرة .  
د / سحر وهبي، أستاذ مناهج البحث المساعد - رئيس قسم الإعلام - جامعة سوهاج .  
د / سلوي العوادلي، أستاذ العلاقات العامة المساعد - كلية الإعلام - جامعة القاهرة .

الذكور في التعداد العام ٢٠٠٦م ٥١,١٢% للذكور، و٤٨,٨٨% للإناث (وزارة الإسكان والمرافق والتنمية العمرانية، ٢٠٠٨، ص ٢)

جدول رقم (٢)

م	السن	التكرار	النسبة
١	من (٢٠ أقل من ٣٠)	١٧٠	٥٦,٧%
٢	من (٣٠ أقل من ٤٠)	٨٠	٢٦,٧%
٣	من (٤٠ أقل من ٥٠)	٢٨	٩,٣%
٤	من (٥٠ أقل من ٦٠)	١٨	٦%
٥	من (٦٠ فأكثر)	٤	١,٣%
-	إجمالي عينة البحث	٣٠٠	١٠٠%

أشارت النتائج أن الفئة العمرية من (٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة) جاءت في الترتيب الأول من حيث التمثيل في عينة البحث، حيث بلغت نسبتها ٥٦,٧%، ثم تلاها الفئة من (٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة) بنسبة ٢٦,٧%، وفي الترتيب الثالث من حيث التمثيل جاءت الفئة العمرية من (٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة)، بنسبة ٩,٣%، ثم الفئة من (٥٠ سنة لأقل من ٦٠)، بنسبة ٦%، وأخيراً الفئة من (٦٠ سنة فأكثر)، بنسبة بلغت ١,٣%.

جدول رقم (٣)

م	المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
١	يقرأ ويكتب	٢٣	٧,٧%
٢	مؤهل متوسط	٩٠	٣٠%
٣	مؤهل فوق المتوسط	٥٠	١٦,٧%
٤	مؤهل جامعي	٢٠٠	٤٠,٣%
٥	مؤهل أعلى من الجامعي	١٦	٥,٣%
-	إجمالي عينة البحث	٣٠٠	١٠٠%

أشارت النتائج أن المستوى التعليمي الجامعي جاء في الترتيب الأول من حيث التمثيل في عينة البحث، حيث بلغت نسبته ٤٠,٣%، ثم تبعه المستوى التعليمي المتوسط، بنسبة ٣٠%، وفي الترتيب الثالث من حيث التمثيل جاء المؤهل فوق المتوسط، بنسبة ١٦,٧%، ثم الفئة يقرأ ويكتب، بنسبة ٧,٧%، وأخيراً المؤهل الأعلى من الجامعي، بنسبة بلغت ٥,٣%.

جدول رقم (٤)

يوضح توزيع عينة البحث وفقاً لمتغير محل الإقامة

م	محل الإقامة	التكرار	النسبة
١	الريف	١٩٦	٦٥%
٢	الحضر	١٠٤	٣٥%
-	إجمالي عينة البحث	٣٠٠	١٠٠%

يتضح من قراءة أرقام الجدول السابق أن عينة البحث بالحضر بمحافظة سوهاج أقل من عينته بالريف حيث بلغت نسبة الحضر ٣٥% في حين بلغت نسبة الريف ٦٥%، " يفسر تقرير استراتيجية التنمية لمحافظات الجمهورية هذا الانخفاض السكاني بالحضر لأنه شهد درجة عالية من التشعب؛ صاحبه توسع ملحوظ في

الخدمات ووسائل الاتصال بالقري مما زاد من جاذبيتها، الأمر الذي انعكس في شكل تراجع طفيف في نسبة سكان الحضر . (وزارة الإسكان والمرافق والتنمية العمرانية، ٢٠٠٨، ص ٢)

جدول رقم (٥)

يوضح الانتماء من عدمه للأحزاب السياسية ؟

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	نعم	٢٨	٩,٣%
٢	لا	٢٧٢	٩٠,٧%
-	إجمالي عينة البحث	٣٠٠	١٠٠%

في سؤال عن انتماء عينة البحث للأحزاب السياسية من عدمه أشارت النتائج بأن ٩,٣% ينتمون للأحزاب، في حين بلغت نسبة من لا ينتمون ٩٠,٧%، وهذه النتيجة توضح ضعف فاعلية الأحزاب السياسية في مصر خلال هذه الفترة، وعدم قدرتها علي جذب الجمهور المصري ببرامج سياسية تكتسب مصداقية فعلية لديه، لذلك جاءت نسبة من ينتمون لهذه الأحزاب ضعيفة جدا مقارنة بعدد الأحزاب الموجودة في مصر \*، ولعل هذا مايفسر لنا التحرك العشوائي المنفرد للشباب والفئات المختلفة من الثائرين في ثورة ٢٥ يناير دون قيادة محددة أوبرنامج دقيق أو أهداف واضحة اتفق عليها الثائرون .

\* هذا العدد غير الفاعل الذي دعا قيادي في التيار الناصري بإقامة دعوى قضائية أمام القضاء الإداري بسوهاج ضد رئيس الجمهورية، بصفته، ورئيس الوزراء، بصفته، ورئيس لجنة شؤون الأحزاب، بصفته وقيدت الدعوى برقم ١٧٣٢ لسنة ٣ قضائية، وطالب في الدعوى بالحد من الفوضى الحزبية التي تمثلت في ظهور ٧٣ حزبا بعد ثمانية أشهر من ثورة ٢٥ يناير إضافة إلي ٢٧ حزبا لاحقين لها، ليصل مجموع الأحزاب في مصر إلي ١٠٠ حزب .

ثانياً: النتائج الخاصة بطبيعة الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور عن المؤسسة العسكرية:-

جدول رقم (٦)

يوضح الشعور نحو المؤسسة العسكرية المصرية ؟

م	الاختيارات	التكرار	النسبة
١	نعم	٢٤٧	٨٢,٣%
٢	لا	٥٣	١٧,٧%
-	إجمالي عينة البحث	٣٠٠	١٠٠%

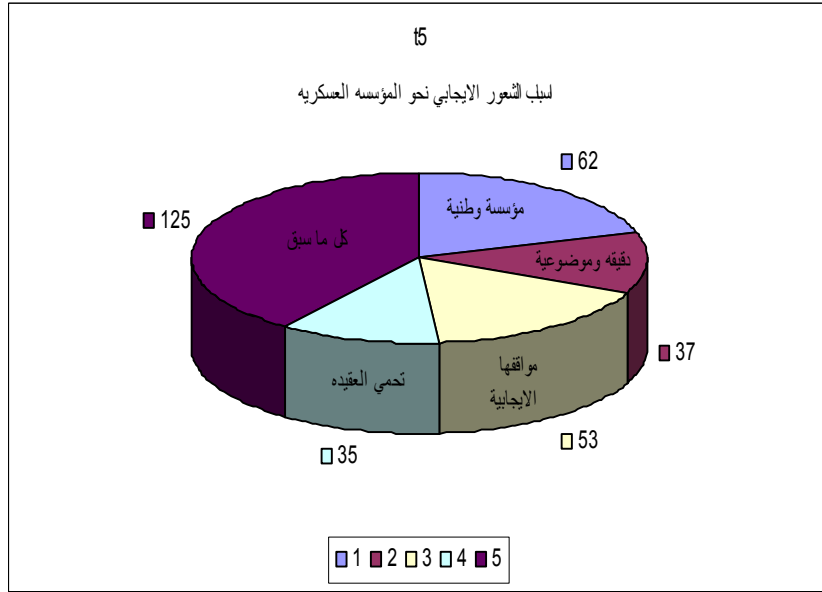
وفيما يتعلق بطبيعة الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور عن المؤسسة العسكرية، أوضحت النتائج أن ٨٢,٣% من عينة البحث يحملون لها شعوراً إيجابياً طيباً، ونسبة ١٧,٧% لا يشعرون بذات الشعور .

جدول رقم (٧)

يوضح أسباب الشعور الإيجابي نحو المؤسسة العسكرية المصرية ؟

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	لأنها مؤسسة وطنية.	٦٢	١٩,٩%
٢	لأن قياداتها دقيقة وموضوعية في التعامل مع الأحداث.	٣٧	١١,٩%
٣	لموافقها الإيجابية من متطلبات الشعب المصري.	٥٣	١٧%
٤	لأنها مؤسسة تحمي العقيدة الوطنية.	٣٥	١١,٢%
٥	كل ماسبق.	١٢٥	٤٠%
-	إجمالي التكرارات	٣١٢	١٠٠%

أشارت النتائج بأن أسباب الشعور الإيجابي الطيب نحو المؤسسة العسكرية كما يلي، إجمالي التكرارات المؤيدة للشعور الإيجابي ٣١٢ تكرر بنسبة ١٠٠٪، أما تكرار كل عبارة علي حدة، فهو كالاتي :-  
لأنها مؤسسة وطنية بنسبة ١٩,٩٪ من إجمالي التكرارات، ولموافقها الإيجابية من متطلبات الشعب المصري بنسبة ١٧٪، ولأن قياداتها دقيقة وموضوعية في التعامل مع الأحداث بنسبة ١١,٩٪، ثم لأنها مؤسسة تحمي العقيدة الوطنية بنسبة ١١,٢٪، وأخيراً كل ما سبق بنسبة ٤٠٪ .



شكل يوضح أسباب الشعور الإيجابي نحو المؤسسة العسكرية المصرية

#### جدول رقم (٨)

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	لأنها مؤسسة غير وطنية.	٧	١٢,٣٪
٢	لأن قياداتها متهوره ومنحازه.	٢٣	٤٠,٤٪
٣	لموافقها السلبية من المشهد السياسي المصري.	٢١	٣٦,٨٪
٤	لأنها مؤسسة علمانية وموالية للغرب.	٦	١٠,٥٪
-	إجمالي التكرارات	٥٧	١٠٠٪

أما من لا يشعرون بذات الشعور نحو المؤسسة العسكرية؛ فإن مبرراتهم جاءت كما يلي :- إجمالي التكرارات ذات الشعور السلبي ٥٧ تكرر بنسبة ١٠٠٪، أما تكرار كل عبارة علي حدة، فهو لأنها مؤسسة غير وطنية بجملة تكرارات ٧ وبنسبة ١٢,٣٪ ولأن قياداتها متهوره ومنحازه بجملة تكرارات ٢٣ وبنسبة ٤٠,٤٪ ولموافقها السلبية من المشهد السياسي المصري بجملة تكرارات ٢١ ونسبة بلغت ٣٦,٨٪ ولأنها مؤسسة علمانية وموالية للغرب بتكرارات ٦ ونسبة ١٠,٥٪، وتوضح الأرقام السابقة ارتفاع نسبة من يحملون شعوراً طيباً نحو المؤسسة العسكرية مقارنة بمن يحملون لها شعوراً سلبياً، وهذا يدل علي أن الصورة الذهنية في بعدها الأول " الوجداني " إيجابية نحو المؤسسة العسكرية المصرية، وأن عينة البحث تربطه علاقة عاطفية بالمؤسسة، بل إن النسبة الأخرى التي بلغت ١٧,٧٪ والتي تحمل مشاعر سلبية للمؤسسة العسكرية المصرية خلال فترة البحث، ربما يعود ذلك لطبيعة هذه المرحلة المتوترة وللأخطاء التي من الطبيعي أن ترتكب نتيجة الفوضى والانفلات والمظاهرات والاحتجاجات المستمرة، إضافة إلي أن أقل من

نصف هذه النسبة مشاعرهم ليست سلبية نحو المؤسسة كمؤسسة، ولكن نحو بعض قياداتها التي يرون أنها انحازت لفئة معينة في حين أنها تجاهلتهم كفئة أخرى .

جدول رقم (٩)

يوضح تقييم عينة البحث للمؤسسة العسكرية المصرية

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	أدوا الدور بشكل جيد ومنضبط.	١٤٥	٣٧٪
٢	انصاعوا للسلطة المنتخبة بإرادة الاغلبية.	٥٥	١٤٪
٣	كانوا ناصحين بشكل أمين للسلطة آنذاك.	١٠٠	٢٦٪
٤	لم يزعنوا للسلطة.	٣٧	٩,٥٪
٥	تأمروا عليها.	٥١	١٣,٥٪
-	إجمالي التكرارات	٣٨٨	١٠٠٪

وعن تقييم عينة البحث لأداء المؤسسة العسكرية المصرية منذ (٣٠ يونيو)، أشارت النتائج بأن المؤسسة العسكرية أدت الدور بشكل جيد ومنضبط بنسبة بلغت ٣٧٪ من جملة التكرارات، وأنها أذعن للسلطة المنتخبة بإرادة الأغلبية بنسبة بلغت ١٤٪، وقياداتها كانت ناصحة بشكل أمين لنظام الرئيس السابق محمد مرسي بنسبة بلغت ٢٦٪، في حين رأي ٩,٥٪ بجملة تكرارات ٣٧ أنهما لم يزعنوا للسلطة بل تأمروا عليها بنسبة ١٣,٥٪، وبقراءة الأرقام السابقة يتضح أن ٧٧٪ من إجمالي تكرارات المبحوثين تقييم أداء المؤسسة العسكرية المصرية ودورها منذ ٣٠ يونيو بأنه إيجابي، وهذا يدل على أن الصورة الذهنية في بعدها الثاني " المعرفي " إيجابية نحو المؤسسة العسكرية المصرية .

جدول رقم (١٠)

يوضح اتجاه عينة البحث نحو المؤسسة العسكرية المصرية

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	أحترم المؤسسة العسكرية المصرية.	١٤٧	٢٨٪
٢	أفخر بها.	١١٣	٢١,٥٪
٣	معجب بأدائها وقدراتها.	٩٠	١٧٪
٤	أشك بنواياها.	٢٩	٥,٥٪
٥	أرى أنها انحازت لفئة معينة.	٣٧	٧,٢٪
٦	لا أشعر بالرضا نحوها.	٤٢	٨٪
٧	راض تماماً عن خطواتها وقراراتها.	٦٧	١٢,٨٪
-	إجمالي التكرارات	٥٢٥	١٠٠٪

فيما يتعلق باتجاه عينة البحث نحو المؤسسة العسكرية المصرية أوضحت النتائج بأن ٢٨٪ من إجمالي التكرارات يحترمون المؤسسة، و ٢١,٥٪ يفخرون بها، كما أن ١٧٪ من جملة التكرارات معجبون بأدائها وقدراتها، ١٢٪ راضون تماماً عن خطواتها وقراراتها، في حين رأي ٥,٥٪ أنهم يشكون بنواياها، و ٧,٢٪، يرون أنها انحازت لفئة معينة، و ٨٪ لا يشعرون بالرضا نحوها . نستنتج من الأرقام السابقة، أن ٧٩,٣٪ من جملة التكرارات توضح الاتجاه الإيجابي نحو المؤسسة العسكرية المصرية، وهذا يدل على أن الصورة الذهنية في بعدها الثاني " المعرفي " إيجابية أيضاً .

جدول رقم (١١) يوضح الفرق بين المؤسسة العسكرية وقادتها لدي عينة البحث.

م	الاختيارات	التكرار	النسبة
١	نعم	٢٤٥	٨١,٧%
٢	لا	٥٥	١٨,٣%
-	إجمالي عينة البحث	٣٠٠	١٠٠%

أبرزت النتائج أن ٨١,٧% من عينة البحث لا تفرق بين المؤسسة العسكرية وقادتها، في حين وصلت نسبة من يفرقون بين المؤسسة العسكرية وقادتها إلي ١٨,٣%، وتدل هذه الأرقام علي تفوق نسبة من ينظرون للمؤسسة العسكرية بأنها بنيان واحد متماسك، ومنضبط، وأنها مؤسسة لا يحركها في اتخاذ المواقف أفراد؛ إنما ثوابت تؤمن بها المؤسسة وقادتها معاً

جدول رقم (١٢)

يوضح أسباب التفرقة بين المؤسسة العسكرية وقادتها لدي عينة البحث

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	لأن المؤسسة العسكرية مؤسسة وطنية لا ذنب لها في إتخاذالقرارات.	٢٠	٣٦,٣%
٢	لأن المؤسسة العسكرية تحظى لدى بقبول أما قادتها فلا.	١٥	٢٧,٢%
٣	لأنني أشك بنوايا القادة أما المؤسسة لا.	٨	١٤,٥%
٤	لأن قادة المؤسسة العسكرية متورطين في الأعتداء على المتظاهرين.	١٢	٢٢%
-	إجمالي النسبة من عينة البحث	٥٥	١٠٠%

وأشارت النتائج بأن من يفرقون بين المؤسسة العسكرية وقادتها، مبرراتهم كالاتي :-  
لأن المؤسسة العسكرية مؤسسة وطنية لا ذنب لها في إتخاذالقرارات، بنسبة ٣٦,٣%، ولأن المؤسسة العسكرية تحظى لدى بقبول أما قادتها لا بنسبة ٢٧,٢%، ولأنني أشك بنوايا القادة أما المؤسسة لا بنسبة ١٤,٥%، لأن قادة المؤسسة العسكرية متورطين في الأعتداء على المتظاهرين، بنسبة ٢٢%، وتوضح هذه الأرقام أن من يفرقون بين المؤسسة العسكرية وقادتها ينظرون للمؤسسة ككيان مستقل عن قادتها، وأن المؤسسة العسكرية بالنسبة لهذا الجزء من عينة البحث أيضاً مؤسسة يحبونها وتحظى بالقبول لديهم، ويختلفون فقط حول قادتها، ويعود ذلك لموقف قادة المؤسسة العسكرية المصرية الذي انحاز لإرادة المصريين في ٣٠ يونيو، هذا الانحياز الذي عارضوه ونظروا إليه نظرة سلبية، ونستنتج من ذلك أن الصورة الذهنية لدي هذه النسبة المنخفضة من عينة البحث في بعدها الثاني " المعرفي " إيجابية نحو المؤسسة العسكرية، وسلبية نحو قادتها خلال فترة تطبيق البحث .

جدول رقم (١٣)

يوضح أسباب عدم التفرقة لعينة البحث بين المؤسسة العسكرية وقادتها

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	لأن المؤسسة وقادتها بالنسبة لى شىء واحد يستهدف مصلحة الوطن.	٩٠	٣٧٪
٢	لأن القادة رموز للمؤسسة العسكرية ومعبرين عنها.	٨٠	٣٢,٧٪
٣	لأن القرارات فى المؤسسة العسكرية تتم بالتوافق بينها وقادتها.	٣٥	١٤٪
٤	لأننى أثق تماماً فى المؤسسة العسكرية وقادتها.	٢٥	١٠,٢٪
٥	لأن المؤسسة العسكرية وقادتها حافظوا على أرواح وإرادة المصريين.	١٥	٦,١٪
-	إجمالي النسبة من عينة البحث	٢٤٥	١٠٠٪

وأبرزت نتائج الدراسة أيضاً أن أسباب عدم التفرقة بين المؤسسة العسكرية وقادتها، جاءت كما يلي :- لأن المؤسسة، وقادتها بالنسبة لى شىء واحد يستهدف مصلحة الوطن، بنسبة ٣٧٪، ولأن القادة رموز للمؤسسة العسكرية ومعبرين عنها، بنسبة ٣٢,٧٪. و لأن القرارات فى المؤسسة العسكرية تتم بالتوافق بينها وقادتها، بنسبة ١٤٪، لأننى أثق تماماً فى المؤسسة العسكرية وقادتها بنسبة ١٠,٢٪، ولأن المؤسسة العسكرية وقادتها حافظوا على أرواح وإرادة المصريين، ٦,١٪، وهذه الأرقام توضح أن مبررات من ينظرون للمؤسسة العسكرية وقادتها بأنهما شيئاً واحداً وكياناً مستقلاً يتسم بالوطنية والثقة العالية، وأن القادة العسكريين معبرين عن هذا الكيان ومترجمين لعقيدته الوطنية الراسخة، ولذلك فإن الصورة الذهنية لدى هذه النسبة المرتفعة من عينة البحث فى بعدها الثانى " المعرفى " إيجابية نحو المؤسسة العسكرية، وإيجابية أيضاً نحو قادتها خلال فترة تطبيق البحث .

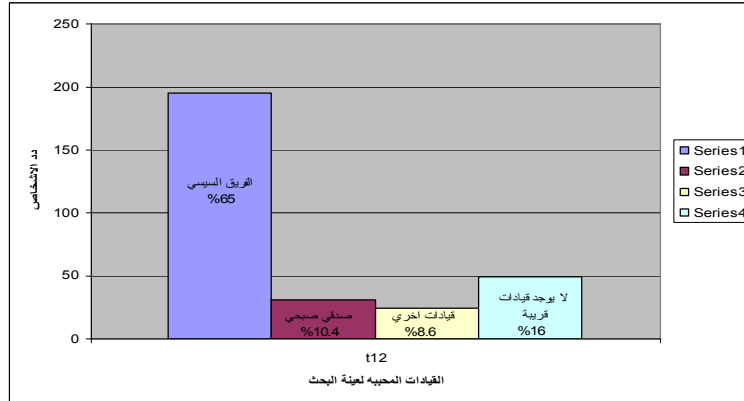
جدول رقم (١٤)

القيادات العسكرية الأكثر قرباً لعينة البحث من الناحيتين النفسية والعقلية

م	القيادات	التكرار	النسبة
١	الفريق أول عبد الفتاح السيسي	١٩٥	٦٥٪
٢	جميع القيادات العسكرية	٣٣	٢,٧٪
٣	الفريق صدقى صبحي "رئيس الأركان"	١٣	١,٧٪
٤	اللواء/ أحمد وصفي قائد الجيش الثانى الميداني "	٤	٠,٣٪
١٥	لا يوجد قيادات	٥٥	١٠,٤٪
-	إجمالي عينة البحث	٣٠٠	١٠٠٪

أشارت النتائج بأن القيادات العسكرية القريبة من عينة البحث من الناحيتين العقلية والنفسية، جاءت كما يلي :- الفريق أول (عبد الفتاح السيسي) فى الترتيب الأول بنسبة ٦٥٪، جميع القيادات العسكرية بنسبة ٢,٧٪، ثم الفريق (صدقى صبحي) رئيس أركان حرب المؤسسة العسكرية المصرية بنسبة بلغت ١,٧٪، ثم اللواء (أحمد وصفي) قائد الجيش الثانى الميداني، بنسبة ٠,٣٪، وأخيراً جاءت نسبة من يرون أن القيادات العسكرية ليست قريبة لديهم بنسبة ١٠,٤٪، تلك النسبة التي ترى أن القيادات العسكرية ارتكبت جرمًا عندما انحازت لقطاع عريض من الشعب المصري فى ٣٠ يونيو، وتفسر أرقام هذا الجدول الدور الذي أداه الفريق أول عبد الفتاح السيسي وزير الدفاع المصري فى (ثورة ٣٠ يونيو)، مما جعله قيادة محبوبة ومفضلة لدى غالبية عينة البحث .





شكل رقم (٢)

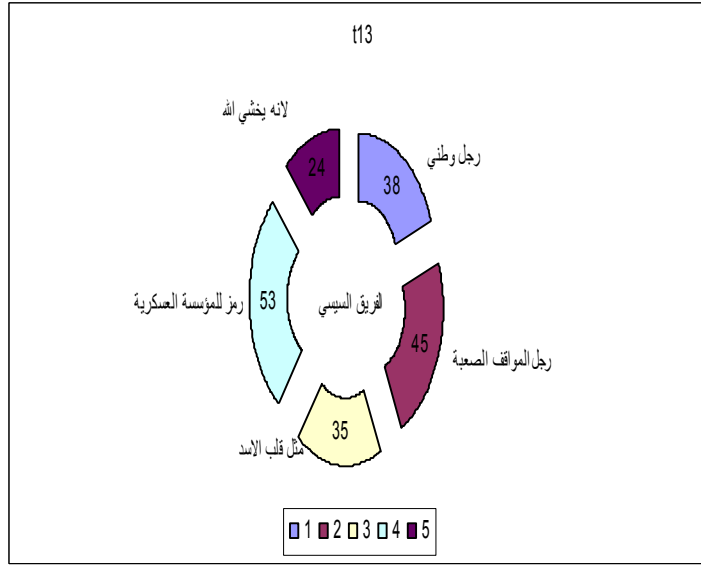
القيادات العسكرية الأكثر قرباً لعينة البحث من الناحيتين النفسية والعقلية

جدول رقم (١٥)

يوضح أسباب قرب القيادة العسكرية (الفريق أول عبد الفتاح السيسي) من عينة البحث

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	لأنه رجل وطني من الدرجة الأولى جعل مصلحة الوطن فوق كل اعتبار ولا يطمع في السلطة	٣٨	١٩,٥%
٢	رجل المواقف الصعبة الذي يتخذ القرارات الوطنية الصحيحة المنضبطة المعبرة عن إرادة الشعب في الأوقات المناسبة	٤٥	٢٣,١%
٣	مثل قلب الأسد حمى مصر من الانهيار وأخونة حكم الدولة والمخطط الأمريكي .	٣٥	١٧,٩%
٤	رمز للمؤسسة العسكرية وقائد محترم لبق وأمين وقوي الشخصية ذات كاريزما مثالية قام بدوره علي أكمل وجه في الحفاظ علي الوطن ولديه القدرة على القيادة وإستعداد ثقة الشعب في المؤسسة العسكرية وقياداتها	٥٣	٢٧,٢%
٥	لا يخشى أحداً سوى الله وأدار المشهد الوطني بشكل موضوعي وحقق مطالب الشعب .	٢٤	١٢,٣%
	المجموع	١٩٥	٦٥%

وأبرزت النتائج أن أسباب قرب القيادة العسكرية (الفريق أول عبد الفتاح السيسي) من عينة البحث، لأنه رمز للمؤسسة العسكرية وقائد محترم لبق وأمين وقوي الشخصية ذات كاريزما مثالية قام بدوره علي أكمل وجه في الحفاظ علي الوطن ولديه القدرة على القيادة وإستعداد ثقة الشعب في المؤسسة العسكرية وقياداتها، بنسبة ٢٧,٢%، ولأنه رجل المواقف الصعبة الذي يتخذ القرارات الوطنية الصحيحة المنضبطة المعبرة عن إرادة الشعب في الأوقات المناسبة، بنسبة ٢٣,١% و لأنه رجل وطني من الدرجة الأولى جعل مصلحة الوطن فوق كل اعتبار ولا يطمع في السلطة، بنسبة ١٩,٥%، وأوضح نسبة ١٧,٩% من عينة البحث أسباب قربهم من الفريق أول عبد الفتاح السيسي لأنه مثل قلب الأسد حمى مصر من الانهيار وأخونة حكم الدولة والمخطط الأمريكي، وأخيراً أنه لا يخشى أحداً سوى الله وأدار المشهد الوطني بشكل موضوعي وحقق مطالب الشعب، بنسبة ١٢,٣% .



شكل رقم (٣) يوضح أسباب قرب القيادة العسكرية (الفريق أول عبد الفتاح السيسي) من عينة البحث جدول رقم (١٦)

يوضح أسباب قرب (جميع القيادات العسكرية) من عينة البحث

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	لأننا نكن لهم الاحترام والتقدير لاتحادهم وقيامهم بدورهم علي أكمل وجه .	١٧	٥,٧%
٢	لأنهم أنقذوا الوطن وحموه من الإرهاب .	١٦	٥,٣%
-	المجموع	٣٣	١١%

أشارت النتائج أن أسباب قرب القيادة العسكرية (جميع القيادات العسكرية) من بعض مفردات عينة البحث، لأننا نحمل لهم الاحترام والتقدير لاتحادهم وقيامهم بدورهم علي أكمل وجه، بنسبة ٥,٧%، ولأنهم أنقذوا الوطن وحموه من الإرهاب، بنسبة ٥,٣%، أي أن نسبة ١١% من إجمالي عينة البحث صورتهم الذهنية إيجابية نحو جميع القيادات العسكرية .

جدول رقم (١٧)

يوضح أسباب قرب الفريق صدقي صبحي من عينة البحث

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	لأنه رجل قوي في قيادة الجيش ويعمل علي حماية المصالح الوطنية	١٣	٤,٣%
-	المجموع	١٣	٤,٣%

كما أبرزت النتائج أن أسباب قرب الفريق (صدقي صبحي) رئيس أركان حرب الجيش المصري من بعض مفردات عينة البحث، لأنه رجل قوي في قيادة الجيش ويعمل علي حماية المصالح الوطنية بنسبة بلغت ٤,٣% .

جدول رقم (١٨)

يوضح أسباب قرب اللواء أحمد وصفي من عينة البحث

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	لإدارته الناجحة في الحرب ضد الإرهاب والتطرف بسيناء والإسماعيلية .	٤	١,٣%
-	المجموع	٤	١,٣%

وأوضحت النتائج أن أسباب قرب (اللواء أحمد وصفي) قائد الجيش الثاني الميداني من بعض مفردات عينة البحث، لإدارته الناجحة في الحرب ضد الإرهاب والتطرف بسيناء والإسماعيلية بنسبة بلغت ١,٣%، ويرى الباحث أن تفوق الفريق أول (عبد الفتاح السيسي) في درجة القرب من مجتمع البحث بنسبة مرتفعة وصلت إلى ٦٥%، يرجع إلى الأسباب الآتية :- تصدره المشهد السياسي بدءاً من ٣٠ يونيو، ونجاحه في تحقيق طموحات قطاع عريض من الجماهير بعد إلقاءه بيان العزل في ٣ يوليو ٢٠١٣م - شخصيته القوية وكلماتها التي خاطبت مشاعر المصريين أثناء تعاقب الأحداث المختلفة، حيث إنهم ربطوا بينه، وبين شخصية الرئيس جمال عبد الناصر - تعهده بمحاربة العنف والتطرف والإرهاب، ونجاحه في ذلك إلى حد كبير - التناول الإعلامي المكثف لدوره في حماية (ثورة ٣٠ يونيو) والعمل على تحقيق الأمن والاستقرار للوطن والمواطنين .

جدو رقم (١٩)

يوضح أسباب عدم قرب القيادات العسكرية من عينة البحث

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	لأن القيادات العسكرية تبحث عن مصالحها الشخصية و تسعى إلى السيطرة على السلطة .	٢٠	٦,٧%
٢	لأنهم متورطون في قتل المتظاهرين .	٢٢	٧,٣%
٣	لا اهتمم بالقيادات لعدم وجود الثقة والمصداقية، ولأن عرضهم للمعلومات غير حقيقي	١٠	٣,٤%
٤	لأنهم أجمعوا على محاربة الإرهاب ونسوا أنهم السبب في وصول الإخوان إلى سدة الحكم	٣	١%
-	المجموع	٥٥	١٨,٣%

وفيما يتعلق بأسباب عدم قرب القيادات العسكرية من بعض مفردات عينة البحث أظهرت النتائج أن الأسباب، كما يلي :- لأن القيادات العسكرية تبحث عن مصالحها الشخصية و تسعى إلى السيطرة على السلطة بنسبة بلغت ٦,٧% من إجمالي عينة البحث، ولأنهم متورطين في قتل المتظاهرين، بنسبة وصلت إلى ٧,٣%، لا اهتمم بالقيادات لعدم وجود الثقة والمصداقية، ولأن عرضهم للمعلومات غير حقيقي بنسبة ٣,٤%، وأخيراً لأنهم أجمعوا على محاربة الإرهاب ونسوا أنهم السبب في وصول الإخوان إلى سدة الحكم، بنسبة بلغت ١%، ويتضح من بيانات الجدول السابق انخفاض نسبة من يأخذون موقف سلبي من القيادات العسكرية، حيث وصلت نسبتهم إلى ١٨,٣%، ويرى الباحث أن معظم هؤلاء من تيار الإسلام السياسي والمتعاطفين معه، وأن هذه نتيجة طبيعية؛ لشعورهم بأن ما حدث في ٣٠ يونيو خروج على الشرعية، وانحياز من جانب القيادات العسكرية لفئات معينة مغايرة لتوجههم السياسي .

جدول رقم (٢٠)

يوضح رضا عينة البحث عن خارطة الطريق التي أعلن عنها الجيش

م	الخيارات	التكرار	النسبة
١	نعم راض عنها	٢١٩	٪٧٣
٢	غير راض عنها	٨١	٪٢٧
-	إجمالي عينة البحث	٣٠٠	٪١٠٠

أشارت النتائج إلي أن ٧٣٪، من إجمالي عينة البحث، راضون عن خارطة الطريق التي أعلن عنها الجيش عقب عزل الرئيس السابق (محمد مرسى) في الثالث من (يوليو ٢٠١٣م)، وأن ٢٧٪، من جملة عينة البحث، غير راضون عنها، ولعل هذا يوضح ارتفاع درجة الرضا عن الإجراءات التي اتبعتها المؤسسة العسكرية المصرية في المشهد السياسي المصري منذ ٣٠ يونيو .

جدول رقم (٢١)

يوضح مبررات رضا عينة البحث عن خارطة الطريق التي أعلن عنها الجيش

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	لأنها أنقذت مصر من حكم الإخوان وأخونة الدولة.	٨٦	٪٢٥
٢	لأنها عطلت دستور ٢٠١٢ المعد بطريقة سريعة غير راض عنها.	٢٤	٪٧
٣	محددة ببرنامج زمني معين.	٢١	٪٦
٤	لأنها أتت بحكومة آداءها متميز يسرت علينا كمواطنين.	١٥	٪٤,٤
٥	لأنها أنقذتنا من رئيس متهور لا يملك مقومات الرئاسة.	٤٩	٪١٤,٢
٦	لأنها أكدت لدينا الثقة بقواتنا المسلحة وقياداتها.	٣٤	٪٩,٩
٧	لأنها استجابة حقيقية لإرادة المصريين وثورتهم (٣٠ يونيو)	٥١	٪١٤,٨
٨	كل ماسبق.	٦٤	٪١٨,٧
-	إجمالي التكرارات	٣٤٤	٪١٠٠

أوضحت النتائج أن مبررات الرضا لدي المؤيدين لخارطة الطريق في عينة البحث، جاءت كما يلي :-  
لأنها أنقذت مصر من حكم الإخوان وأخونة الدولة، بنسبة بلغت ٢٥٪، ولأنها استجابة حقيقية لإرادة المصريين وثورتهم في ٣٠ يونيو، بنسبة ١٤,٨٪، ولأن خارطة الطريق أنقذتنا من رئيس متهور لا يملك مقومات الرئاسة، بنسبة وصلت إلي ١٤,٢٪، لأنها أكدت لدينا الثقة بقواتنا المسلحة وقياداتها، بنسبة ٩,٩٪، ثم لأنها عطلت دستور ٢٠١٢ المعد بطريقة سريعة غير راض عنها بنسبة ٧٪، ومحددة ببرنامج زمني معين بنسبة ٦٪، لأنها أتت بحكومة آداءها متميز يسرت علينا كمواطنين بنسبة بلغت ٤,٤٪، وأخيراً لكل البنود السابقة بنسبة ١٨,٧٪، ويلاحظ الباحث من أرقام الجدول السابق أن المؤيدين لخارطة الطريق من عينة البحث كانوا يرون خطراً علي مصر من حكم جماعة الإخوان، لتحيزهم لكل من ينتمي للجماعة، ورغبتهم في السيطرة والاستحواز علي مؤسسات الدولة، كما أنهم رأوا أن الرئيس السابق د. محمد مرسى فشل في السيطرة علي مؤسسات الدولة، لتسريعه في اتخاذ القرارات، ولعدم امتلاكه مقومات الرئاسة، وأن خارطة الطريق دعمت ثقتهم في المؤسسة العسكرية المصرية، التي استجابت لإرادة غالبية المصريين، ويستنتج الباحث من هذه النتائج المتعلقة برضا المبحوثين عن خارطة الطريق أن الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية المصرية في البعد المعرفي الوجداني لهذه الفئة " إيجابية".

جدول رقم (٢٢)

يوضح مبررات عدم رضا عينة البحث عن خارطة الطريق التي أعلن عنها الجيش

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	لأنها عزلت الرئيس المنتخب وجاءت برئيس غير شرعى.	٢٥	١٤,٥٪
٢	لأنها عوقت العمل بالدستور الشرعى للبلاد.	٢٤	١٤٪
٣	لأنها ممتدة وغير محددة ببرنامج زمنى فعلى.	٢٢	١٢,٨٪
٤	لأنها أتت بحكومة أدائها سيئ لم نشعرنا بتحسن.	٢١	١٢,٢٪
٥	لأنها شوهدت صورة قواتنا المسلحة وقياداتها.	٢٣	١٣,٤٪
٦	لأنها تجاهلت الصندوق الانتخابى والرئيس المنتخب.	٣٣	١٩,٢٪
٧	لأنه كان يفضل إجراء انتخابات رئاسية مبكرة دون خارطة.	٢٤	١٣,٩٪
-	إجمالي التكرارات	١٧٢	١٠٠٪

أوضحت النتائج أن مبررات عدم الرضا لدى المعارضين لخارطة الطريق في عينة البحث، جاءت كما يلي :- لأنها تجاهلت الصندوق الانتخابى والرئيس المنتخب، بنسبة بلغت ١٩,٢٪ لأنها عزلت الرئيس المنتخب وجاءت برئيس غير شرعى، بنسبة ١٤,٥٪، لأنها عوقت العمل بالدستور الشرعى للبلاد، بنسبة وصلت إلى ١٤٪، ولأنه كان يفضل إجراء انتخابات رئاسية مبكرة دون خارطة، بنسبة ١٣,٩٪، ثم لأنها شوهدت صورة قواتنا المسلحة وقياداتها، بنسبة ١٣,٤٪، لأنها ممتدة وغير محددة ببرنامج زمنى فعلى بنسبة ١٢,٨٪، وأخيراً لأنها أتت بحكومة أدائها سيئ لم نشعرنا بتحسن بنسبة بلغت ١٢,٢٪، ويلاحظ الباحث من أرقام الجدول السابق أن المعارضين لخارطة الطريق من عينة البحث كانوا يرون فيها تجاهلاً للصندوق الانتخابى والرئيس الشرعى المنتخب، وأنها شوهدت صورة المؤسسة العسكرية وقياداتها، ويستنتج الباحث من هذه النتائج المتعلقة بعدم رضا بعض المبحوثين عن خارطة الطريق أن الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية المصرية في البعد المعرفى الوجداني لديهم " سلبية "، وهذه النتيجة منطقية لأن (تيار الإسلام السياسى) الذي كان في واجهة الحكم وجد نفسه بشكل مفاجئ؛ ونتيجة لأخطائه السياسية والاقتصادية، ثار الشعب المصري عليه وأسقطه بمساندة المؤسسة العسكرية المصرية وحمائتها، لذلك من المنطقي ألا يكون راضياً عن خارطة الطريق، إضافة إلى ذلك أن هذا التيار نجح في إقناع بعض الناس بأن ما حدث في ٣٠ يونيو ليس ثورة إنما انقلاب على الشرعية .

جدول رقم (٢٣)

يوضح وصف عينة البحث لطلب الفريق أول عبد الفتاح السيسى للشعب بالنزول لتفويضه بمحاربة العنف والإرهاب

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	تأكيد من وزير دفاع مصر بأن القرار للشعب.	١١٣	٢٤,٣٪
٢	تأكيد بأن ما حدث فى ٣٠ يونيو ثورة وليس إنقلاب.	١١٩	٢٥,٥٪
٣	لحماية مصر من العنف والإرهاب.	١٢٥	٢٦,٨٪
٤	أدى إلى فتنه وحرب أهلية.	٥٥	١١,٨٪
٥	لأنه كان يريد غطاءً سياسياً وشعبياً لخطواته وقراراته.	٥٤	١١,٦٪
-	إجمالي التكرارات	٤٦٦	١٠٠٪

أشارت النتائج إلى أن ٢٦,٨٪، من جملة نسبة التكرارات رأت أن طلب الفريق أول عبد الفتاح السيسى للشعب بالنزول لتفويضه بمحاربة العنف والإرهاب، يرون أنه لحماية مصر من العنف والإرهاب، وأن نسبة ٢٥,٥٪، يرون أنه تأكيد بأن ما حدث فى ٣٠ يونيو ثورة وليس إنقلاباً، ثم تأكيد من وزير دفاع مصر بأن القرار للشعب، بنسبة ٢٤,٣٪، ونسبة ١١,٨٪ يرون أن هذا الطلب أدى إلى فتنه وحرب أهلية، وأخيراً لأنه

كان يريد غطاءً سياسياً وشعبياً لخطواته وقراراته، بنسبة بلغت ١١,٦٪، ويستنتج الباحث من أرقام الجدول السابق ارتفاع نسبة التأييد لطلب الفريق أول عبد الفتاح السيسي بالنزول لتفويض الجيش المصري بمحاربة الإرهاب، حيث بلغت هذه النسبة ٧٦,٦٪ من إجمالي التكرارات لعينة البحث، وتدل هذه النتيجة على غضب الجماهير المصرية من حوادث العنف والإرهاب التي تلت إعلان خارطة الطريق، ومن ثم تجاوبها المرتفع مع طلب الفريق عبد الفتاح السيسي لمواجهته .

جدول رقم (٢٤)

يوضح رأي عينة البحث في دور المؤسسة العسكرية منذ ٣٠ يونيو حتى الانتهاء من هذا البحث

م	العبارات	موافق		محايد		معارض		المجموع	
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
١	المؤسسة العسكرية المصرية حمت إرادة المصريين منذ ٣٠ يونيو حتى الآن	٦٨٪	٢٠٤	١٥٪	٤٥	١٧٪	٥١	١٠٠٪	٣٠٠
٢	تجاوزت إرادة المصريين وتآمرت عليها	١٩,٧٪	٥٩	١٢,٣٪	٣٧	٦٨٪	٢٠٤	١٠٠٪	٣٠٠
٣	لها قيم وثوابت وطنية راسخة.	٧٣٪	٢١٩	١٥٪	٤٥	١٢٪	٣٦	١٠٠٪	٣٠٠
٤	تابعة في قراراتها لدول أخرى.	١٢,٧٪	٣٨	١١,٣٪	٣٤	٧٦٪	٢٢٨	١٠٠٪	٣٠٠
٥	واضحة تماماً في عرضها للمعلومات على الشعب.	٥٧٪	١٧١	٢٤,٣٪	٧٣	١٨,٧٪	٥٦	١٠٠٪	٣٠٠
٦	زيفت الحقائق لتحقيق أهداف خاصة.	١٩,٣٪	٥٨	١١٪	٣٣	٦٩,٧٪	٢٠٩	١٠٠٪	٣٠٠
٧	سعت لتحقيق أهداف الشعب في العيش والحرية والعدالة الإجتماعية.	٥٩,٧٪	١٧٩	١٩٪	٥٧	٢١,٣٪	٦٤	١٠٠٪	٣٠٠
٨	سعت للحفاظ على مكتسباتها في حكم مصر منذ ثورة ١٩٥٢م.	٢٦,٧٪	٨٠	٢٨٪	٨٤	٤٥,٣٪	١٣٦	١٠٠٪	٣٠٠
٩	أفرطت في استخدام القوة في التعامل مع المتظاهرين.	٢٠,٣٪	٦١	١٩,٧٪	٥٩	٦٠٪	١٨٠	١٠٠٪	٣٠٠
١٠	حافظت تماماً على أرواح المصريين.	٥٠٪	١٥٠	٢٠,٧٪	٦٢	٢٩,٣٪	٨٨	١٠٠٪	٣٠٠
١١	استهدفت الوصول إلى الحكم.	١٩,٣٪	٥٨	١٤,٧٪	٤٤	٦٦٪	١٩٨	١٠٠٪	٣٠٠
١٢	بعد ثورة ٣٠ يونيو سعت لاستقرار الوطن وتسليمه لرئيس مدنى منتخب.	٦١,٧٪	١٨٥	١٨٪	٥٤	٢٠,٣٪	٦١	١٠٠٪	٣٠٠
١٣	حاربت الإرهابيين فى سيناء.	٦٨,٣٪	٢٠٥	١٥٪	٤٥	١٦,٧٪	٥٠	١٠٠,٥	٣٠٠

الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور المصري بعد ثورة (٣٠ يونيو)

م	العبارات	موافق		محايد		معارض		المجموع	
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
١٤	أفتعلت الأزمات فى سيناء لتحقق مكاسب خاصة.	١٦%	٤٨	١١%	٣٣	٧٣%	٢١٩	١٠٠%	٣٠٠
١٥	فى ٣ يوليو قامت بانقلاب عسكرى.	١٨,٣%	٥٥	١٢,٤%	٣٧	٦٩,٣%	٢٠٨	١٠٠%	٣٠٠
١٦	حمت البلاد من حرب أهلية وساندت إرادة المصريين.	٦٤,٧%	١٩٤	١٥,٧%	٤٧	١٩,٦%	٥٩	١٠٠%	٣٠٠
١٧	موقفها من المعارضين لثورة ٣٠ يونيو فى داخل مصر وخارجها قوى ومشرف.	٦١,٣%	١٨٤	١٦,٧%	٥٠	٢٢%	٦٦	١٠٠%	٣٠٠
١٨	شعرت بالضعف والارتباك من المعارضين والقوى الخارجية.	١٧,٧%	٥٣	١٣,٣%	٤٠	٦٩%	٢٠٧	١٠٠%	٣٠٠
١٩	أشعر بالراحة لوجود المؤسسة العسكرية أثناء المرحلة الانتقالية.	٦٦,٣%	١٩٩	١٤,٣%	٤٣	١٩,٤%	٥٨	١٠٠%	٣٠٠
٢٠	أخشى من مشاركتها فى المرحلة الإنتقالية.	١٩,٧%	٥٩	٢٠%	٦٠	٦٠,٣%	١٨١	١٠٠%	٣٠٠
٢١	حمت الوطن من العناصر الإجرامية المتسللة عبر الحدود.	٧٩,٧%	٢٣٩	١٠,٣%	٣١	١٠%	٣٠	١٠٠%	٣٠٠
٢٢	تحملت كثيراً من المعاناة واستشهاد جنودها من أجل مصر.	٨١,٧%	٢٤٥	٩%	٢٧	٩,٣%	٢٨	١٠٠,٥%	٣٠٠
٢٣	تصدت للأخوان فى محاولتهم للإفراء بالحكم.	٥٩,٧%	١٧٩	٢١,٣%	٦٤	١٩%	٥٧	١٠٠%	٣٠٠
٢٤	تحالفت مع الثورة المضادة ضد النظام.	٢١,٧%	٦٥	١٦,٧%	٥٠	٦١,٦%	١٨٥	١٠٠%	٣٠٠
٢٥	حمت مصر من العنف والتطرف.	٧٠,٧%	٢١٢	١١,٧%	٣٥	١٧,٦%	٥٣	١٠٠%	٣٠٠
٢٦	فضت اعتصامى النهضة ورابعة بالقوة المفرطة.	٢٠,٤%	٦١	١٨,٣%	٥٥	٦١,٣%	١٨٤	١٠٠%	٣٠٠

نتائج هذا الجدول الذي يقيس البعد المعرفي للصورة الذهنية لدي عينة البحث واتجاهاتها نحو دور المؤسسة العسكرية منذ ٣٠ يونيو، جاءت كما يلي :-

شغلت العبارة الإيجابية " تحملت المؤسسة العسكرية كثيراً من المعاناة وفقدان جنودها من أجل مصر " الترتيب الأول من حيث درجة الموافقة بنسبة بلغت ٨١,٧% من إجمالي عينة البحث، والمحايد لها، ٩%، أما المعارضون لها فبلغت نسبتهم، ٩,٣%، أما العبارة الإيجابية " فقد حمت الوطن من العناصر

الإجرامية المتسللة عبر الحدود، شغلت الترتيب الثاني من حيث درجة الموافقة بنسبة بلغت ٧٩,٧٪، والمحايدون لها ١٠,٣٪، أما المعارضين لها، فإن نسبتهم ١٠٪، وجاءت العبارة الإيجابية " لها قيم وثوابت وطنية راسخة " في الترتيب الثالث بنسبة بلغت ٧٣٪، أما المحايدون ١٥٪، والمعارضين ١٢٪، واحتلت العبارة الإيجابية " حمت مصر من العنف والتطرف " الترتيب الرابع من حيث درجة الموافقة، حيث بلغت نسبتها ٧٠,٧٪، والمحايدون ١١,٧٪، أما المعارضون لها ١٧,٦٪، وأتت العبارة " المؤسسة العسكرية حاربت الإرهابيين في سيناء " في الترتيب الخامس، بنسبة بلغت ٦٨,٣٪، أما المحايدون ١٥٪، والمعارضون لها ١٦,٧٪، وشغلت العبارة " المؤسسة العسكرية المصرية حمت إرادة المصريين منذ ٣٠ يونيو وما تلاها " الترتيب السادس من حيث درجة الموافقة، حيث بلغت نسبتها ٦٨٪، في حين جاء المحايدون بنسبة بلغت ١٥٪، أما المعارضون ١٧٪، وبرزت العبارة " أشعر بارتياح لوجود المؤسسة العسكرية أثناء المرحلة الإنتقالية " بالترتيب السابع، فقد بلغت نسبتها ٦٦,٣٪، أما المحايدون ١٤,٣٪، والمعارضون لها ١٩,٤٪، وجاءت في الترتيب الثامن العبارة " حمت البلاد من حرب أهلية وساندت إرادة المصريين "، بنسبة بلغت ٦٤,٧٪، والمحايدون ١٥,٧٪، أما المعارضون ١٩,٦٪، أما العبارة " بعد ثورة ٣٠ يونيو سعت لاستقرار الوطن وتسليمه لرئيس مدني منتخب " جاءت في الترتيب التاسع بنسبة بلغت ٦١,٧٪، والمحايدون ١٨٪، أما المعارضون لها ٢٠,٣٪، وشغلت العبارة " موقفها من المعارضون لثورة ٣٠ يونيو في داخل مصر وخارجها قوى ومشرف " الترتيب العاشر بنسبة بلغت ٦١,٣٪، أما المحايدون ١٦,٧٪، في حين جاء المعارضون لها بنسبة بلغت ٢٢٪، وجاءت العبارة " تصدت للإخوان في محاولتهم للإفراد بالحكم " الترتيب الحادي عشر، حيث بلغت نسبتها ٥٩,٧٪، أما المحايدون ٢١,٣٪، والمعارضون ١٩٪، وشغلت العبارة " سعت لتحقيق أهداف الشعب في العيش والحرية والعدالة الإجتماعية " الترتيب الثاني عشر، بنسبة بلغت ٥٩,٧٪، أما المحايدون ١٩٪، في حين جاء المعارضون بنسبة بلغت ٢١,٣٪، وجاءت العبارة " واضحة تماماً في عرضها للمعلومات على الشعب " الترتيب الثالث عشر، بنسبة بلغت ٥٧٪، أما المحايدون ٢٤,٣٪، والمعارضون ١٨,٧٪، أما العبارة " حافظت تماماً على أرواح المصريين " شغلت الترتيب الرابع عشر، بنسبة بلغت ٥٠٪، والمحايدون ٢٠,٧٪ أما المعارضون ٢٩,٣٪، وشغلت العبارة السلبية " سعت للحفاظ على مكتسباتها في حكم مصر منذ ثورة ١٩٥٢م " من حيث درجة الموافقة نسبة بلغت، ٢٦,٧٪، والمحايدون ٢٦,٧٪، أما المعارضون ٤٥,٣٪، وقد جاءت العبارة " تحالفت مع الثورة المضادة ضد النظام " من حيث درجة الموافقة، بنسبة بلغت ٢١,٧٪، والمحايدون ١٦,٧٪، أما المعارضون لهذه العبارة، فقد بلغت نسبتهم ٦١,٦٪، وشغلت العبارة، " أخشى من مشاركتها في المرحلة الإنتقالية " من حيث درجة الموافقة، نسبة بلغت ١٩,٧٪، والمحايدون ٢٠٪، أما المعارضون لهذه العبارة، فقد بلغت نسبتهم، ٦٠,٣٪ من إجمالي عينة البحث، أما العبارة " أفرطت في استخدام القوة في التعامل مع المتظاهرين " من حيث درجة الموافقة بلغت نسبتها، ٢٠,٣٪، أما المحايدون، ١٩,٧٪، في حين جاء المعارضون لهذه العبارة ٦٠٪، وقد شغلت العبارة، " في ٣ يوليو قامت بانقلاب عسكري " من حيث درجة الموافقة ١٨,٣٪، في حين جاء المحايدون ١٢,٤٪، أما المعارضون، فقد بلغت نسبتهم ٦٩,٣٪، وجاءت العبارة " إستهدفت الوصول إلى الحكم، من حيث درجة الموافقة بنسبة بلغت ١٩,٣٪، أما المحايدون، فبلغت نسبتهم ١٤,٧٪، والمعارضون لهذه العبارة وصلت نسبتهم إلى ٦٦٪، وشغلت العبارة " فضت اعتصامى النهضة ورابعة بالقوة المفرطة " من حيث درجة الموافقة، ٢٠,٤٪، والمحايدون ١٨,٣٪، في حين بلغت نسبة المعارضون لهذه العبارة ٦١,٣٪، وجاءت العبارة " زيفت الحقائق لتحقيق أهداف خاصة " من حيث درجة الموافقة بنسبة بلغت ١٩,٣٪، في حين بلغت نسبة المحايدون ١١٪، أما المعارضون لهذه العبارة، فقد بلغت نسبتهم ٦٩,٧٪، أما العبارة " تجاوزت إرادة المصريين وتأمرت عليها " بلغت نسبتها من حيث درجة الموافقة ١٩,٧٪، والمحايدون ١٢,٣٪، في حين جاء المعارضون لهذه العبارة بنسبة بلغت ٦٨٪، " وفيما يتعلق بالعبارة " شعرت بالضعف والارتباك من المعارضين والقوي الخارجية " من حيث درجة الموافقة، بلغت نسبتها ١٧,٧٪، أما المحايدون ١٣,٣٪ ن في حين جاءت نسبة المعارضون ٦٩٪، وجاءت العبارة " افتعلت الأزمات في سيناء لتحقيق مكاسب خاصة "، من حيث درجة الموافقة ١٦٪، والمحايدون ١١٪، أما المعارضون لهذه العبارة، فقد جاءت نسبتهم ٧٣٪، أما العبارة الأخيرة " تابعة في قراراتها لدول أجنبي " فقد شغلت من حيث درجة الموافقة، نسبة بلغت ١٢,٧٪، والمحايدون ١١,٣٪، أما المعارضون لهذه



العبارة، فقد جاءت نسبتهم ٧٦٪، وبالقراءة الدقيقة لأرقام الجدول السابق يستنتج الباحث عدة نقاط تحقق الهدف الأول للبحث، وهو التعرف على طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية المصرية لدى عينة البحث، وهي كما يأتي :- شغلت العبارات الإيجابية نحو المؤسسة العسكرية المصرية، وعددها (١٤) عبارة نسبياً مرتفعة من حيث موافقة المبحوثين عليها، وتأييدهم لها، وقد شغلت العبارة الإيجابية " تحملت المؤسسة العسكرية الكثير من المعاناة واستشهاد جنودها من أجل مصر " الترتيب الأول من حيث درجة الموافقة، ويدل هذا على تقدير عينة البحث للدور الذي قامت به المؤسسة العسكرية والجهد الذي بذلته في حماية الوطن خارجياً والعمل على استقراره داخلياً، كما يدل على تعاطفهم مع المؤسسة العسكرية التي ضحت بأبنائها لمكافحة الإرهاب من أجل الوطن والمواطنين -، وقد بلغت العبارات السلبية نحو المؤسسة العسكرية المصرية، وعددها (١٢) عبارة نسب منخفضة من حيث الموافقة عليها، والتأييد لها من قبل المبحوثين، وقد بلغت نسبة العبارة السلبية التي شغلت الترتيب الأول " سعت للحفاظ على مكتسباتها في حكم مصر منذ ثورة ١٩٥٢ " ٢٦،٧٪، و العبارة الأخيرة " تابعة في قراراتها لدول أخرى " فقد شغلت من حيث درجة الموافقة، نسبة بلغت ١٢،٧٪، ويدل هذا على أن نسبة منخفضة من عينة البحث ترى أن المؤسسة العسكرية تدخلت في توجيه أحداث ٣٠ يونيو لمصلحتها، وليس لمصلحة الجمهور المصري ومطالبه، ويتضح من العرض السابق أن " البعد المعرفي " لدي غالبية عينة البحث يوضح طبيعة الصورة الذهنية التي يحملونها نحو المؤسسة العسكرية المصرية، وهي صورة إيجابية " حيث إن المتوسط الحسابي<sup>(\*)</sup> arithmetic mean لقيم العبارات الإيجابية مجتمعة بلغ ١٩٧،٥٪ مقارنة بقيم العبارات السلبية التي بلغت ٥٧،٩٪ .

ثالثاً: التساؤلات الخاصة بالعوامل والمصادر التي أدت إلى تشكيل هذه الصورة:-

#### جدول رقم (٢٥)

يوضح أكثر المصادر تأثيراً في إمداد عينة البحث بمعلومات عن الجيش المصري وقياداته

م	المصادر	التكرار	النسبة من جملة التكرارات	النسبة من إجمالي العينة
١	الفترة التي أدت فيها الخدمة العسكرية.	٤٤	٤,٤٪	١٤,٧٪
٢	الانترنت.	١٧١	١٦,٩٪	٥٧٪
٣	التلفزيون.	١٩٢	١٩٪	٦٤٪
٤	السينما.	٦٧	٦,٦٪	٢٢,٣٪
٥	الصحف والمجلات	١٢٩	١٢,٨٪	٤٣٪
٦	الإذاعة.	٩٣	٩,٢٪	٣١٪
٧	في أثناء مراحل التعليم من الكتب.	٦٧	٦,٦٪	٢٢,٣٪
٨	الإحتكاك المباشر بالجيش.	٣٤	٣,٤٪	١١,٣٪
٩	الزملاء والأصدقاء والجيران.	٨١	٨٪	٢٧٪
١٠	المحاضرات والندوات.	٥٩	٥,٨٪	١٩,٧٪
١١	كل ما سبق.	٧٣	٧,٣٪	٢٤,٣٪
-	جملة التكرارات	١٠١٠	١٠٠٪	(٣٠٠)

(\*) رياضياً، يحسب المتوسط الحسابي بجمع قيم عناصر المجموعة المراد إيجاد وسطها، ويقسم المجموع على عدد العناصر.

أشارت نتائج الجدول السابق أن أكثر المصادر إمداداً لعينة البحث بالمعلومات عن الجيش المصري، هي بالترتيب :- التلفزيون في الترتيب الأول، بنسبة ٦٤٪ من إجمالي عينة البحث، يليه في الترتيب الثاني، الإنترنت، بنسبة بلغت ٥٧٪، ثم الصحف والمجلات في الترتيب الثالث، بنسبة بلغت ٤٣٪، ثم الإذاعة في الترتيب الرابع بنسبة بلغت ٣١٪، وجاءت (الجماعات المرجعية) الزملاء والأصدقاء والجيران في الترتيب الخامس، بنسبة بلغت ٢٧٪ من إجمالي عينة البحث، ثم كل ماسبق من وسائل بنسبة بلغت ٢٤،٣٪، يليها السينما ومراحل التعليم من الكتب في الترتيب السابع مكرر، بنسبة بلغت ٢٢،٣٪، ثم المحاضرات والندوات، بنسبة بلغت ١٩،٧٪، ثم فترة قضاء الخدمة العسكرية، بنسبة بلغت ١٤،٧٪، وفي الترتيب الأخير الإحتكاك المباشر بالجيش، بنسبة بلغت ١١،٣٪، ويستنتج الباحث من أرقام الجدول السابق أن أكثر الوسائل تأثيراً في تزويد عينة البحث بالمعلومات عن الجيش المصري، هي وسائل الإعلام الجماهيري (التلفزيون - الإنترنت - الصحف والمجلات - الإذاعة) ورغم تقدم الإنترنت إلا أن التلفزيون احتل الصدارة، نظراً لما يتميز به من صوت وصورة وحركة وراحة في الاستخدام والمشاهدة، ويتضح من أرقام الجدول أيضاً أن العلاقات الاجتماعية والترابط بين المصريين متمثلاً في الجماعات المرجعية التي ينتمون إليها - الزملاء والأصدقاء والجيران - يمثل عاملاً مهماً في تلقي المعلومات عن الجيش المصري، كما يظهر من الأرقام أن هناك وسائل تحتاج إلى تنشيط؛ لتصبح أكثر إيجابية في إمداد الجمهور بالمعلومات عن جيشه الوطني، وأهمها المحاضرات والندوات ومراحل التعليم المختلفة التي من المفترض أن تحتل الترتيب الأول في تزويد الجماهير بالمعلومات الموضوعية الصادقة عن جيشهم الوطني، وحتى لا تقع هذه الجماهير فريسة لوسائل غير وطنية تنشر أو تبث معلومات ربما تكون غير حقيقية فتؤثر على العلاقة الحميمة بين الجمهور المصري وجيشه الوطني .

#### جدول رقم (٢٦)

يوضح أكثر الوسائل الإعلامية تأثيراً في إمداد عينة البحث بمعلومات عن الجيش المصري وقياداته

م	الوسيلة	التكرار	النسبة من جملة التكرارات	النسبة من إجمالي العينة
١	قناة c.b.c	١١٠	١٣،٢٪	٣٦،٧٪
٢	قناة الحياة	١٠٠	١٢٪	٣٣،٣٪
٣	القناة الأولى المصرية	٣٥	٤،٢٪	١١،٧٪
٤	قناة الجزيرة	٧٠	٨،٤٪	٢٣،٣٪
٥	قنوات دريم	٤٠	٤،٨٪	١٣،٣٪
٦	قناة النهار	٣٠	٣،٦٪	١٠٪
٧	قناة ON tv	٥٠	٦٪	١٦،٧٪
٨	جريدة الأهرام	٢٠	٢،٤٪	٦،٧٪
٩	جريدة الجمهورية	١٤	١،٧٪	٤،٧٪
١٠	قناة المحور	١١	١،٣٪	٣،٧٪
١١	موقع اليوم السابع	٢٢	٢،٦٪	٧،٣٪
١٢	قناة النيل للأخبار	٩	١٪	٣٪
١٣	قناة القاهرة والناس	١٤	١،٧٪	٤،٧٪
١٤	قناة الفراعين	١٨	٢،١٪	٦٪
١٥	قناة التحرير	٦	٠،٧٪	٢٪
١٦	جريدة المصري اليوم	٦	٠،٧٪	٢٪
١٧	جريدة الوطن	٦	٠،٧٪	٢٪
١٩	قناة أحرار ٢٥ يناير	١٥	١،٨٪	٥٪
٢٠	قناة اليرموك	١٥	١،٨٪	٥٪
٢١	موقع الفيس بوك	٦٩	٨،٢٪	٢٣٪

م	الوسيلة	التكرار	النسبة من جملة التكرارات	النسبة من إجمالي العينة
٢٢	قناة العربية	١٥	١٠,٨%	٥%
٢٣	مواقع وزارة الدفاع علي الانترنت	٢٧	٣,٢%	٩%
٢٤	قناة MBC	٣	٠,٣%	١%
٢٥	موقع اليوتيوب	٣٣	٤%	١١%
٢٦	قناة القدس	١٣	١,٦%	٤,٣%
٢٧	البرنامج العام	٣٥	٤,٢%	١١,٧%
٢٨	جريدة الأخبار	١٥	١,٨%	٥%
٢٩	قناة صدى البلد	٤	٠,٤%	١,٣%
٣١	قناة الشرعية	٢	٠,٢%	٠,٧%
٣٢	الأفلام السينمائية الوطنية	٢٠	٢,٤%	٦,٧%
٣٣	جريدة الشعب	١	٠,١%	٠,٣%
٣٤	مجلة الشروق	١	٠,١%	٠,٣%
٣٥	كتب تاريخية عن الجيش	١	٠,١%	٠,٣%
٣٦	قناة B.B.C Arabic	١	٠,١%	٠,٣%
٣٨	موقع تويتر	١	٠,١%	٠,٣%
٣٩	موقع مصراوي للأخبار	١	٠,١%	٠,٣%
	جملة التكرارات	٨٣٣	١٠٠%	١٠٠%

أشارت نتائج الجدول السابق أن في مقدمة الوسائل الإعلامية الأكثر تأثيراً في إمداد عينة البحث بمعلومات عن الجيش المصري وقياداته القنوات التلفزيونية الخاصة، حيث شغلت نسب مرتفعة مقارنة بالوسائل الأخرى، فجاءت قناة cbc في الترتيب الأول، بنسبة بلغت ٣٦,٧%، من إجمالي حجم العينة، يليها في الترتيب قناة الحياة، بنسبة بلغت ٣٣,٣%، ثم قناة on tv، بنسبة بلغت ١٦,٧%، وقناة دريم بنسبة بلغت ١٣,٣%، ثم قناة النهار بنسبة بلغت ١٠%، ثم قناة الفراعين بنسبة بلغت ٦%، وجاءت بنسب منخفضة قنوات، المحور والنيل للأخبار، والقاهرة والناس، والتحرير، أما بالنسبة لقناة الجزيرة الفضائية، فقد جاءت في الترتيب الأول للقنوات غير المصرية، والترتيب الثالث بشكل عام بنسبة بلغت ٢٣,٣%، أما التلفزيون المصري، القناة الأولى، فقد احتلت نسبة بلغت ١١,٧%، وفيما يتعلق بالإنترنت والمواقع الإلكترونية، فقد جاء موقع الـ facebook في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٢٣%، من إجمالي حجم العينة، يليه مواقع وزارة الدفاع بنسبة بلغت ٩%، ثم موقع اليوم السابع بنسبة بلغت ٧,٣%، وفيما يتعلق بالصحف والمجلات، فقد جاءت جريدة الأهرام في الترتيب الأول من حيث تزويد عينة البحث بالمعلومات عن المؤسسة العسكرية المصرية بنسبة بلغت ٦,٧%، يليها جريدة الأخبار بنسبة بلغت ٥%، ثم جريدة الجمهورية بنسبة بلغت ٤,٧%، وفيما يتعلق بالإذاعة، فقد جاء البرنامج العام بنسبة بلغت ١١,٧%، أما السينما، فقد جاءت الأفلام السينمائية التاريخية بنسبة بلغت ٦,٧%، ويستنتج الباحث من الأرقام السابقة التفوق الملحوظ للقنوات الفضائية الخاصة، في تلقي المعلومات الخاصة بالمؤسسة العسكرية المصرية منها، وعدم ظهور قنوات التلفزيون المصري المختلفة في اختيارات الباحثين ما عدا القناة الأولى. كما أن الإذاعة المصرية لم يظهر منها في خيارات الباحثين إلا البرنامج العام، وبشكل عام اتضح أن غالبية الجمهور المصري يلجأ للقنوات والوسائل الإعلامية المصرية في استقائه للمعلومات المتعلقة بالجيش المصري.

جدول رقم (٢٧)

يوضح معارف عينة البحث عن المؤسسة العسكرية المصرية

م	العبارات	التكرار	النسبة من جملة التكرارات	النسبة من إجمالي العينة
١	درع الوطن في الداخل والخارج.	٢٢١	٢٣,٩%	٧٣,٧%
٢	مؤسسة وطنية لتخريج الرجال الأبطال.	١٥٦	١٦,٩%	٥٢%
٣	من أقدم المؤسسات وأعرقها.	١٥٣	١١٦,٧%	٥١%
٤	تسهم في تنمية الوطن بالمشروعات المختلفة.	١١٩	١٢,٩%	٣٩,٧%
٥	صاحبة انتصارات عظيمة على أعداء الوطن.	١٨٥	٢٠%	٦١,٧%
٦	مؤسسة ضعيفة.	٤٤	٤,٨%	١٤,٧%
٧	مؤسسة تعتمد على أساليب تقليدية في التدريب.	١٣	١,٤%	٤,٣%
٨	تحتاج وقت لبنائها بشكل قوى.	٢٤	٢,٦%	٨%
٩	تمثل عبئاً على الميزانية لأنها غير منتجة.	٤	٠,٤%	١,٣%
١٠	لم تحقق انتصارات عظيمة.	٤	٠,٤%	١,٣%
-	جملة التكرارات	٩٢٣	١٠٠%	٣٠٠

أبرزت نتائج الجدول السابق المتعلقة بمعارف عينة البحث عن المؤسسة العسكرية المصرية، أن العبارات المتعلقة بالمعرفة الإيجابية هي السائدة بنسب مرتفعة لدي عينة البحث عنها، حيث جاءت العبارة الإيجابية " درع الوطن في الداخل والخارج " في الترتيب الأول لدي عينة البحث، بنسبة بلغت ٧٣,٧٪، يليها في الترتيب أنها " صاحبة انتصارات عظيمة على أعداء الوطن " بنسبة بلغت ٦١,٧٪، ثم إنها مؤسسة وطنية لتخريج الرجال الأبطال، بنسبة بلغت ٥٢٪، و" من أقدم المؤسسات وأعرقها " بنسبة بلغت ٥١٪، وأخيراً " تسهم في تنمية الوطن بالمشروعات المختلفة " بنسبة بلغت ٣٩,٧٪، أما العبارات السلبية، فقد لاقت تأييداً منخفضاً من قبل عينة البحث عن المؤسسة العسكرية المصرية، وجاءت كما يلي : - " مؤسسة ضعيفة " في الترتيب الأول بالنسبة للعبارات السلبية بنسبة بلغت ١٤,٧٪، يليها في الترتيب أنها " تحتاج وقت لبنائها بشكل قوى، بنسبة بلغت ٨٪، ثم " مؤسسة تعتمد على أساليب تقليدية في التدريب " بنسبة بلغت ٤,٣٪، " تمثل عبئاً على الميزانية لأنها غير منتجة " و " لم تحقق انتصارات عظيمة " بنسبة واحدة بلغت ١,٣٪، ويتضح للباحث من أرقام الجدول السابق أن الوسط الحسابي \* arithmetic mean لقيم العبارات الإيجابية بلغ ٥٥,٦٢ ٪ مقارنة بقيم العبارات السلبية التي بلغت ٥,٩٢٪، وهذا يدل على أن الصورة الذهنية عن المؤسسة العسكرية المصرية لدي " البعد المعرفي " لغالبية المبحوثين " إيجابية "

جدول رقم (٢٨)

يوضح مدى تأثير عينة البحث بأغنية "تسلم الأيادي" وغيرها من الأغاني الوطنية المتعلقة بثورة ٣٠ يونيو

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	نعم	٢٢٥	٧٥%
٢	لا	٧٥	٢٥%
-	إجمالي عينة البحث	٣٠٠	١٠٠%

أوضحت نتائج الجدول السابق أن ٧٥٪ من عينة البحث تأثروا بالأغاني الوطنية، وبخاصة أغنية " تسلم الأيادي "، وأن ٢٥٪ من نسبة إجمالي المبحوثين لم يتأثروا بها



شكل رقم (٤)

يوضح مدي تأثر عينة البحث بأغنية "تسلم الأيادي" وغيرها من الأغاني الوطنية المتعلقة بثورة ٣٠ يونيو

جدول رقم (٢٩)

يوضح لماذا تتأثر عينة البحث بأغنية "تسلم الأيادي" وغيرها من الأغاني الوطنية المتعلقة بثورة ٣٠ يونيو؟

م	العبارات	التكرار	النسبة للتكرار
١	أشعر مع سماعها بالحب والانتماء للمؤسسة العسكرية المصرية.	٨٦	٢٥,١%
٢	أشعر بسعادة بالغة عند سماعها.	٥٣	١٥,٥%
٣	تعبر عن المؤسسة وقياداتها بوضوح ومصداقية.	٣١	٩%
٤	تجعلني أفخر بالمؤسسة العسكرية المصرية.	٤٩	١٤,٣%
٥	معبرة عن ثورة ٣٠ يونيو التي أعتز بها.	٤١	١٢%
٦	كل ما سبق.	٨٣	٢٤,١%
-	جملة التكرارات	٣٤٣	١٠٠%

وأشارت النتائج أن أسباب التأثير للأغاني الوطنية، وبخاصة " أغنية تسلم الأيادي " في عينة البحث " لأنهم يشعرون مع سماعها بالحب والانتماء للمؤسسة العسكرية المصرية " بنسبة بلغت ٢٥,١% من إجمالي التكرارات، ولأنهم " يشعرون بسعادة بالغة عند سماعها " بنسبة بلغت ١٥,٥%، ثم لأنها " تجعلهم يفخرون بالمؤسسة العسكرية المصرية " بنسبة بلغت ١٤,٣%، ولأنها " معبرة عن ثورة ٣٠ يونيو التي أعتز بها " بنسبة بلغت ١٢%، ولأنها " تعبر عن المؤسسة وقياداتها بوضوح ومصداقية " بنسبة بلغت ٩%، وأخيراً " كل ما سبق " بنسبة بلغت ٢٤,١%، ويستنتج الباحث من أرقام الجدول السابق أن الأغنية الوطنية " كبعد وجداني للصورة الذهنية تؤدي دوراً مهماً في تحسينها، وفي التأثير الوجداني الإيجابي علي المبحوثين نحو المؤسسة .

جدول رقم (٣٠)

يوضح لماذا لم تتأثر عينة البحث بأغنية "تسلم الأيادي" وغيرها من الأغاني الوطنية المتعلقة بثورة ٣٠ يونيو

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	لأننى لا أشعر بالانتماء للمؤسسة العسكرية المصرية.	١٤	٪١٤
٢	لا أشعر بمشاعر إيجابية عند سماعها.	١٩	٪١٩
٣	لأن المطربين دون مستوى التعبير عن المؤسسة العسكرية.	٢١	٪٢١
٤	لأنها أثارت لدى المعارضين ل ٣٠ يونيو شعور غير طيب.	٢٦	٪٢٦
٥	غير معبرة عن الثورة ٣٠ يونيو بل تزييف الحقائق.	١٦	٪١٦
٦	كل ما سبق.	٤	٪٤
٧	أظهرت إعداء الوطن وفرقت بين الشعب وأنها أغنية عنصرية أدت إلى الفتنة وليس الوحدة. -- الجيش له قيمة غالية فى قلوبنا لكن ليس له الحق فى قتل المتظاهرين المدنيين وعليه حماية الوطن والحدود.	٨	
المجموع		١٠٠	٪١٠٠

وأوضحت النتائج أن أسباب عدم التأثر بالأغاني الوطنية، وبخاصة " أغنية تسلم الأيادي " لدي عينة البحث " لأنها أثارت لدى المعارضين ل ٣٠ يونيو شعور غير طيب " بنسبة بلغت ٪٢٦ من إجمالي التكرارات، ولأن " المطربين دون مستوى التعبير عن المؤسسة العسكرية " بنسبة بلغت ٪٢١، ثم " لا أشعر بمشاعر إيجابية عند سماعها " بنسبة بلغت ٪١٩، ولأنها " غير معبرة عن ثورة ٣٠ يونيو بل تزييف الحقائق " بنسبة بلغت ٪١٦، ولأننى لا أشعر بالانتماء للمؤسسة العسكرية المصرية " بنسبة بلغت ٪١٤ من إجمالي التكرارات .

رابعاً: التساؤلات الخاصة بمدى ثقة الجمهور المصري فى المؤسسة العسكرية:-

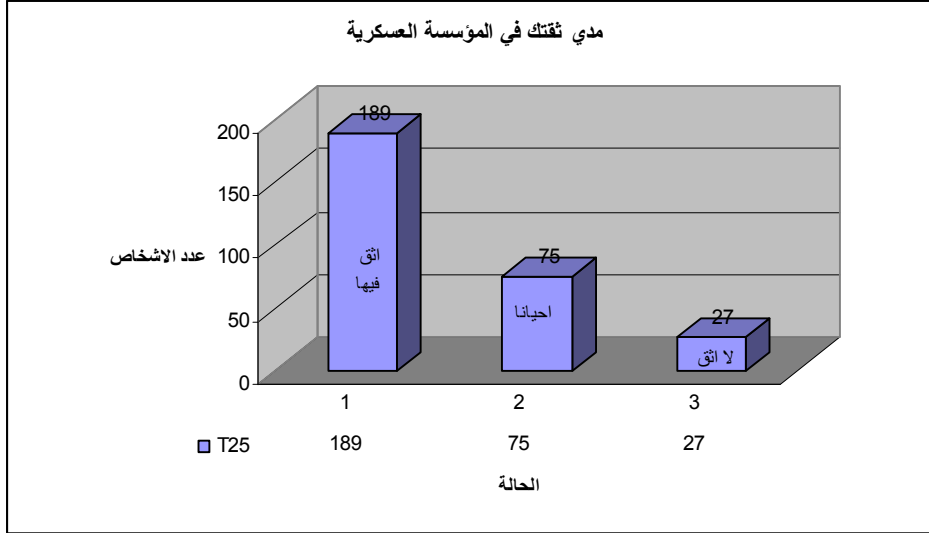
جدول رقم (٣١)

يوضح مدى الثقة فى المؤسسة العسكرية وقياداتها

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	أثق فيها بشكل دائم.	١٨٩	٪٦٣
٢	أحياناً	٧٥	٪٢٥
٣	لا أثق.	٢٧	٪٩
-	إجمالي عينة البحث	٣٠٠	٪١٠٠

أشارت نتائج الجدول السابق الخاص، بمدى الثقة فى المؤسسة العسكرية وقياداتها، أن من يتقون فى المؤسسة العسكرية وقياداتها بشكل دائم، بلغت نسبتهم ٪٦٣، من إجمالي عينة البحث، فى حين جاءت نسبة من يتقون " أحياناً " ٪٢٥، أما من لا يتقون فى المؤسسة العسكرية وقياداتها، جاءوا بنسبة بلغت ٪٩، ويتضح من الأرقام أن نسبة الثقة فى الجيش المصري لدى عينة البحث مرتفعة ولذلك فإن الصورة الذهنية فى بعدها " الإجرائي أو السلوكي نحو المؤسسة العسكرية المصرية " إيجابية "، لأن الجيش المصري " جيش وطني " يتكون من أبناء الوطن ويتشكل منه، كما أن تاريخ الجيش المصري حافل بالمواقف الإيجابية الكامنة فى وجدان المصريين، والباحث يرى أن فئة أحياناً، ربما كانت تنضم لفئة الثقة الدائمة، لتصبح نسبة الثقة الدائمة ٪٨٨، إلا أن الأحداث التي مرت بها مصر منذ ٢٥ يناير، التي فرضت على الجيش التدخل فيها لحماية الأمن القومي المصري، شابها بعض الأخطاء من المجلس العسكري من وجهة نظر المحللين السياسيين، وربما تكون هي السبب فى تراجع الثقة .

وقد بلغت نسبة من لا يتقون في الجيش وقياداته ٩٪، وهي نسبة منخفضة، وترجع من وجهة نظر الباحث إلى قناعة بعض التيارات السياسية وتفسيراتهم بأن ما حدث في ٣٠ يونيو، هو " انقلاب عسكري " قادته المؤسسة العسكرية وقياداتها .



شكل رقم (٥)

يوضح مدى الثقة في المؤسسة العسكرية وقياداتها

جدول رقم (٣٢)

يوضح رأي عينة البحث في شعار "يسقط يسقط حكم العسكر"

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	إيجابي، لأن العسكر يجب أن يبتعدوا عن الحكم، كما يري الثوار الأحرار.	٦٥	٢١,٧٪
٢	سلبي، لأنه يسئ لقيادات جيش الوطن، الذي يجب احترامه حتى لا تسقط الدولة .	٢٣٥	٧٨,٣٪
-	إجمالي عينة البحث	٣٠٠	١٠٠٪

أبرزت نتائج الجدول السابق، الخاص برأي عينة البحث في شعار "يسقط يسقط حكم العسكر " أن، ٢١,٧٪ يرون أنه إيجابي " لأن العسكر يجب أن يبتعدوا عن الحكم، كما يري الثوار الأحرار " في حين أن من رأوا أنه سلبي بلغت نسبتهم ٧٨,٣٪ " وعللوا ذلك بأن هذا الشعار " يسئ لقيادات جيش الوطن، الذي يجب احترامه حتى لا تسقط الدولة "

جدول رقم (٣٣)

يوضح من المروج لهذا الشعار والمستفيد منه من وجهة نظر عينة البحث

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	الولايات المتحدة الأمريكية.	١٠٦	١٦,٣%
٢	جماعة الإخوان المسلمين.	١٧٧	٢٧,٢%
٣	حركة ٦ أبريل.	٦١	٩,٤%
٤	قناة الجزيرة القطرية.	١١٧	١٨%
٥	العملاء والخونة.	١٠٧	١٦,٤%
٦	الوطنيون الذين لا يريدون للمؤسسة العسكرية ممارسة السياسة.	٨٣	١٢,٧%
-	جملة التكرارات	٦٥١	١٠٠%

أشارت نتائج الجدول السابق أن، المروج لهذا الشعار والمستفيد منه من وجهة نظر عينة البحث، جماعة الإخوان المسلمين في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٢٧,٢٪، يليها، قناة الجزيرة القطرية، بنسبة بلغت ١٨٪، ثم العملاء والخونة، بنسبة بلغت ١٦,٤٪، والولايات المتحدة الأمريكية، بنسبة بلغت ١٦,٣٪، والوطنيون الذين لا يريدون للمؤسسة العسكرية ممارسة السياسة، بنسبة بلغت ١٢,٧٪، وأخيراً حركة ٦ أبريل بنسبة بلغت ٩,٤٪

جدول رقم (٣٤)

يوضح هل تظاهرت عينة البحث بعد ثورة ٣٠ يونيو ضد المؤسسة العسكرية وقياداتها

م	العبارات	التكرار	النسبة
١	نعم، تظاهرت ضدها.	٣٧	١٢,٣%
٢	لم أتظاهر، لأنني مع المؤسسة العسكرية وقياداتها.	٢١٣	٧١%
٣	لم أتظاهر، ولكنني ضد القرارات الخاصة بثورة ٣٠ يونيو.	٥٠	١٦,٧%
-	مجموع عينة البحث	٣٠٠	١٠٠%

أوضحت نتائج الجدول السابق أن نسبة من تظاهروا ضد المؤسسة العسكرية المصرية بلغت ١٢,٣٪، وأن نسبة من لم يتظاهروا ضدها، بل أنهم يؤيدون المؤسسة العسكرية وقياداتها، بلغت ٧١٪، وأخيراً بلغت نسبة من لم يتظاهروا، ولكنهم ضد القرارات الخاصة بثورة ٣٠ يونيو العملاء والخونة، بنسبة بلغت ١٦,٧٪، ويستنتج الباحث من هذه الأرقام أن الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية المصرية في بعدها الإجرائي أو السلوكي للمبحوثين " إيجابية "، فلم يتجاوز السلوك السلبي نحوها ١٢,٣٪، وهي نسبة منخفضة، مقارنة بالسلوك الإيجابي نحوها .



## مناقشة النتائج :-

(١) من الواضح للباحث أن طبيعة الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور المصري للمؤسسة العسكرية " إيجابية "، حيث عبر ٨٢،٣٪ عن شعورهم الإيجابي الطيب نحوها، وذلك لأنهم يرون أنها مؤسسة وطنية، وموافقها إيجابية وواضحة نحو متطلبات الشعب المصري، إضافة إلى دقتها وموضوعيتها في التعامل مع الأحداث، كما أن غالبية المبحوثين يرون أنها أدت دورها بشكل جيد، ومنضبط، وأدعت للسلطة وكانت أمينة في التعامل معها، لذلك جاء اتجاههم نحوها " إيجابياً " بنسبة مرتفعة

وينظر ٨١،٧٪ من المبحوثين إلى المؤسسة العسكرية وقادتها، بأنهما كيان واحد منضبط ومتماسك، ويحكمهما ثوابت في اتخاذ القرار، وعبر غالبية المبحوثين عن قربهم النفسي والعقلي من القيادات العسكرية، وجاء في مقدمة القيادات القريبة من المبحوثين، الفريق أول عبد الفتاح السيسي وزير الدفاع المصري، ويرى الباحث أن هذه النتيجة جاءت، لدوره الملحوظ في مساندة مظاهرات المصريين العارمة في ٣٠ يونيو، كما أن غالبية المبحوثين، عبروا عن رضاهم للإجراءات التي سلكتها المؤسسة العسكرية، التي تمثلت في خارطة الطريق، وقد أوضحت آراء غالبية المبحوثين أن صورتهم الذهنية تجاه المؤسسة العسكرية " إيجابية " بنسبة مرتفعة .

(٢) يبدو من استعراض نتائج البحث الدور البارز لوسائل الإعلام في إمداد المبحوثين بالمعلومات المتعلقة بالمؤسسة العسكرية، وجاءت القنوات الفضائية الخاصة في مرتبة متقدمة في هذا الجانب، كما اتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك تحديداً - يؤدي دوراً مهماً في هذا الشأن، وكذلك الصحف القومية، والبرنامج العام بالإذاعة، والقناة الأولى بالتلفزيون المصري .

كما شغلت قناة الجزيرة نسبة مرتفعة في إمداد المبحوثين بالمعلومات المتعلقة بالجيش المصري، والباحث يرى أن هناك تقصيراً من جانب الإعلام القومي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات عن جيشه الوطني بطريقة شيقة وجذابة، تغلق الباب أمام أية قنوات أو وسائل خارجية تؤدي هذا الدور؛ فلم يؤثر من الإعلام القومي سوي القناة الأولى بالتلفزيون المصري، والبرنامج العام بالإذاعة المصرية، علي الرغم وجود عديد من القنوات المصرية الإذاعية والتلفزيونية .

عبر غالبية المبحوثين عن رؤيتهم في المؤسسة العسكرية، واتضح أن غالبيتها رؤية إيجابية تدل علي ارتباط الجمهور المصري الوثيق بالجيش الوطني، ويبدو أيضاً أن الأغاني الوطنية أدت دوراً مهماً في التأثير الإيجابي علي غالبية المبحوثين .

(٣) عبر غالبية المبحوثين أنهم يتقون في المؤسسة العسكرية، وأن ٧٨،٣٪ منهم يرفضون شعار " يسقط يسقط حكم العسكر "، ويرون أنه شعار سلبي يستهدف إسقاط الجيش والوطن، وأن هناك جهات تروج لهذا الشعار، وهي الولايات المتحدة الأمريكية، وجماعة الإخوان المسلمين، وقطر، وقناة الجزيرة القطرية، وحركة ٦ أبريل، إضافة للعملاء والخونة، أو مايسمي إعلامياً بالطابور الخامس، ويتفق هذا الطرح مع التفسيرات التي تقول بأن هناك مخططات تحاك للشرق الأوسط عامة، ومصر بخاصة .

وقد أوضح غالبية المبحوثين أنهم يؤيدون المؤسسة العسكرية المصرية في خطواتها ، من خلال نتائج البحث وهذه المناقشة يتضح أن طبيعة الصورة الذهنية التي يحملها مجتمع البحث عن الجيش المصري، " إيجابية " بعد ثورة ٣٠ يونيو، وأن هناك عوامل كثيرة أدت إلى تشكيل هذه الصورة، منها الإعلامية، ومنها الخبرات الشخصية، وأن مجتمع البحث نتيجة لهذه الصورة الذهنية التي يحملها للجيش؛ فإنه يثق فيه، ويؤيده بنسبة كبيرة .

### قائمة المراجع<sup>(\*)</sup>

- (١) إبراهيم الداوقوي (٢٠٠١م): صورة الأتراك لدي العرب، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية).
- (٢) أحمد ولد دادة (٢٠٠٢ م): الجيش والسلطة والسياسة في الوطن العربي، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية).
- (٣) بلال خلف (٢٠١٢م): أخلاقيات العمل وأثرها في إدارة الصورة الذهنية في منظمات الأعمال، بحث منشور بمجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الثالث والثلاثون.
- (٤) جريدة الأهرام (٢٠١٤م) مغالطات غربية تجاه مصر " رأي الأهرام " الجمعة ٢٤ يناير.
- (٥) خالد الصوفي (٢٠١٢م) دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للحكام العرب لدي الشباب اليمني بعد ثورات الربيع العربي، بحث منشور بالمؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر " الإعلام وبناء الدولة الحديثة " (جامعة القاهرة، كلية الإعلام).
- (٦) خالد شاكر جاويش (٢٠٠٧م) الصورة الذهنية للولايات المتحدة الأمريكية وعلاقتها بتقييم المستهلك لمنتجاتها، بحث منشور بالمجلة المصرية لبحوث الإعلام، مجلد ٢٨، أكتوبر - ديسمبر (جامعة القاهرة، كلية الإعلام).
- (٧) خالد عبد الحميد كامل (٢٠٠٨م): صورة الشرطة في الصحافة المصرية، ماجستير غير منشورة (جامعة المنوفية، كلية الآداب، قسم الإعلام).
- (٨) ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم (٢٠١٠م): أساليب البحث العلمي، الأسس النظرية والتطبيق العملي، ط٤، (عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع).
- (٩) رفعت عارف الضبع (٢٠١٠ م): صورة الأستاذ الجامعي في الصحافة العربية " دراسة ميدانية في ضوء نظرية الغرس الثقافي، بحث منشور بالمجلة العلمية لبحوث الصحافة التي تصدر عن مركز التوثيق والتراث الصحفي (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثاني العدد الثالث والرابع أبريل - يونيه).
- (١٠) سلوي يحيى العوادلي (٢٠٠٤م): صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدي الشباب الجامعي بعد أحداث ١١ سبتمبر، المجلة العربية لبحوث الإعلام، العدد الرابع عشر (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يناير - مارس)
- (١١) سليمان صالح (٢٠٠٥م): وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية، (الإمارات، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع).
- (١٢) صالح خليل ابو إصبع (١٩٩٧م): إدارة المؤسسات الإعلامية، (عمان، دار آرام للطباعة والنشر).
- (١٣) عبد الوهاب الكيالي (١٩٩١ م): موسوعة السياسة، (بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر).
- (١٤) عبد الناصر زيدان (٢٠١٣ م): حلقة بعنوان الرياضة والسياسة، (قناة دريم، برنامج العاشرة مساءً، ٢٥ / ٨ / ٢٠١٣م).

<sup>(\*)</sup> التزم الباحث في الاستشهادات المرجعية بمعايير جمعية علم النفس الأمريكية

- (١٥) عديل الشрман (٢٠٠٦) الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى المواطن العربي، بحث منشور بمؤتمر عن الإعلام الأمني، (الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية).
- (١٦) عزمي بشارة (٢٠١١ م): دراسة بعنوان: في الثورة والقابلية للثورة، (المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، معهد الدوحة، الدوحة أغسطس).
- (١٧) علي جبار الشمري (٢٠٠٨ م): الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي، مجلة الباحث الإعلامي، العددان الثالث والرابع، جامعة بغداد، كلية الإعلام).
- (١٨) علي عجوة (٢٠٠٥ م): العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط٣، (القاهرة، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع).
- (١٩) عمار ظاهر (٢٠٠٧ م): دور التلفزيون في تشكيل صورة الجندي الأمريكي عند طلبة الجامعات العراقية، بحث منشور بمجلة كلية التربية الأساسية العدد ٥١، (جامعة بغداد، كلية الإعلام).
- (٢٠) فاطمة عبد الكاظم حمد، سالم جاسم محمد (٢٠١١ م): صورة الصحفي لدى الجمهور العراقي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ١٣، جامعة بغداد، كلية الإعلام).
- (٢١) كرم شلبي (١٩٨٩ م) معجم المصطلحات الإعلامية، (القاهرة، دار الشروق).
- (٢٢) كمال يحيى الكسار (٢٠٠٥ م) دور وسائل الاتصال في تكوين الصورة الذهنية لقطاع الشرطة في المجتمع اليمني، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية).
- (٢٣) محمد لطفي زكريا (٢٠١٠ م) دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات السياسية بالتطبيق علي مجالس الوزراء والشوري والشعب، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام).
- (٢٤) محمد منير حجاب (٢٠٠٣ م) الموسوعة الإعلامية، المجلد الرابع، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع).
- (٢٥) محمود يوسف (٢٠٠١ م): الصورة الذهنية للمسلمين في الإعلام الغربي، المجلة العربية لبحوث الإعلام، العدد الثاني عشر، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام).
- (٢٦) ميرال مصطفى عبد الفتاح (٢٠١١ م): صورة العرب كما تعكسها القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية وعلاقتها باتجاهات الجمهور الأجنبي نحوها، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام).
- (٢٧) ميسون قطب، فانتن فاروق (٢٠٠٧ م): الصورة الذهنية للعلاقات التجارية بين العولمة وتحديات العصر، ورقة مقدمة إلى مؤتمر فيلادلفيا الثاني عشر بعنوان ثقافة الصورة (القاهرة، جامعة حلوان، كلية الآداب).
- (٢٨) نافذ محمد بركات (٢٠٠٧ م) التحليل الإحصائي باستخدام برنامج Spss، (غزة، الجامعة الإسلامية).
- (٢٩) نبيل أحمد اسماعيل خليل (٢٠١٢ م): دور الصحافة في تشكيل الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى الرأي العام الفلسطيني، ماجستير غير منشورة (جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية).

- (٣٠) نجوان عبد المعبود محمد (٢٠١٠م): الصورة الذهنية، التشكل والتغير، دراسة ميدانية عن صورة أوروبا عند المثقف المصري، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية).
- (٣١) هبة شاهين (٢٠٠٨م): دور تليفزيون الواقع في تشكيل صورة ذهنية عن العلاقة بين الجنسين لدى الشباب الجامعي: دراسة حالة لبرنامج " ستار أكاديمي " بحث منشور بالمؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر، الإعلام بين الحرية والمسئولية (جامعة القاهرة، كلية الإعلام).
- (٣٢) هناء فاروق صالح (٢٠١٠م): دور الإعلام في تشكيل صورة منظمات المجتمع المدني لدى الرأي العام المصري، بحث منشور في المجلة العلمية لبحوث الصحافة، المجلد الأول - العدد الأول والثاني (جامعة القاهرة، كلية الإعلام).
- (٣٣) هناء فاروق صالح (٢٠١٠م): دور الإعلام في تشكيل صورة منظمات المجتمع المدني لدى الرأي العام المصري، بحث منشور في المجلة العلمية لبحوث الصحافة، المجلد الأول - العدد الأول والثاني (جامعة القاهرة، كلية الإعلام).
- (٣٤) وزارة الإسكان والمرافق والتنمية العمرانية (٢٠٠٨م): استراتيجية التنمية لمحافظات الجمهورية، الهيئة العامة للتخطيط العمراني، جمهورية مصر العربية).
- (٣٥) وفاء علي داود (٢٠١٣م): التأصيل النظري لمفهوم الثورة، والمفاهيم المرتبطة بها " ملف العدد "، (مجلة الديمقراطية، العدد رقم ٥٢).
- (36) Anton karl (2007): Islam, muslims , and arabs in the popular hollywood cinema , comparative Islamic studies , vol. 3 , no, 2 .
- (37) Caterina Cathy (2003) : Boragina Hollywood heroes : A Critical Approach to Viewing Teachers in Film ,), MA. Thesis,University of tornto Canada .
- (38) Catherine seda (2005 using search for public relations and reputation management , available at : [http // search eng / newatch.com](http://searcheng/newatch.com) .
- (39) Dina Nekrassova (2007 comparative analysis of cultural stereotypes of native people from the Russian far east and Alaska , paper presented to the annual meeting of the international communication association , , usa , san Francisco .
- (40) Merriam websters collegiate Dictionary (2003): , usa : massachsettes , library ofcongress, 11 th , edition
- (41) morin jean Michel (1997): précis de sociologie , france : Nathan.
- (42) Noshina saleem (2007 us media framing of foreign countries image , journal of media studies, vol. 2 , no, 1 .

- (43) Travis Dixon (2007): whois the victim here , : the psychological effects of over representing white victims and black perpetrators on television . News journalism, vol , 9 , no,5 .
- (44) Yuki Fujioka(2007): Television Portayals and African American Stereotypes : Examination of Television Effects when Direct contact is lacking , in : journalism and mass communication Quarterly, Vol,76,No,1.