

الأطر الشكلية وعلاقتها التصميمية في الصحف المصرية اليومية ودورها في تحقيق الجاذبية والانتباه لقضية الإرهاب وعلاقتها باتجاهات القراء نحوها- فى ضوء نظرية الأطر الإخبارية

محمود رمضان أحمد*

المقدمة:

لا يمكن إنكار أن قضية الإرهاب من القضايا المهمة والخطيرة نظراً لتداعياتها الأمنية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية، حتى أنها أصبحت القضية الرئيسية التي يتحدث عنها العالم وتهتم بها الدول والمنظمات فى السنوات الأخيرة، وفى مصر يبدو جلياً بروز هذه المشكلة وتجنيدها الدولة كافة المؤسسات والإمكانات لمحاربة ومواجهة هذه الظاهرة التي تهدد حاضر ومستقبل الوطن، ومن بين الوسائل المستخدمة فى هذه المواجهة يأتى الإعلام فى المقدمة بكل أشكاله وخاصة المطبوع منه.

وخلال تغطية الأحداث ربما ينتقى الصحفى أحداثاً بعينها، أو يقوم بالتركيز على زوايا معينة داخل حدث معين ويعمل على إبرازها وتوضيحها وتكرارها، فى مقابل حذف أو تهميش بعض الوقائع، أو المبالغة فى بعضها، بما يخدم السياسة التحريرية للصحيفة وتوجهها أو اتجاه المحرر صاحب الموضوع وتوجهه الفكرى. فلم تعد الأخبار والموضوعات المختلفة تقدم للقارئ بصورة مجردة حينما يراد إحداث تأثيرات معينة عليه؛ بل أصبحت هناك رؤى متعددة فى عرض وتناول الأخبار والموضوعات المختلفة سواء بالتركيز أو الإهمال، بما يؤدي إلى جذب وانتباه القراء للقضية بشكل معين يريده القائم بالاتصال، وتشكيل رأى أو اتجاه ما حولها.

هذه الأساليب تعرف بالتأطير أو تحديد أطر معينة لإبراز القضايا، بالإبراز والتأكيد والتكرار، وهو ما يهئ القارئ معرفياً ويحدث نوعاً من ترتيب الأهمية أو الأولوية لهذه القضية دون غيرها داخل الصحيفة أو الصفحة الواحدة من بين الموضوعات الأخرى المجاورة لها على نفس الصفحة. وهو ما يهدف إليه هذا البحث من رصد ومعرفة الأطر الشكلية وعلاقتها التصميمية التي تستخدمها صحف الدراسة اليومية فى تقديمها لقضية الإرهاب، وكيف أبرزت هذه القضية خلال فترة الدراسة التحليلية، والمقارنة بينها، وقياس اتجاهات القراء نحوها من خلال الأطر الشكلية المقدمة بها هذه القضية. بالاعتماد على مدخل تحليل الاطار المعرفى، واستخدام منهج المسح وأداتى تحليل المضمون والاستبيان. وقد اختار الباحث ثلاث صحف يومية تمثل ثلاث أنماط ملكية (حكومية، حزبية، خاصة)، وقد ظهر من خلال التحليل للصحف اليومية الصادرة

* مدرس بقسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة بنى سويف.

فى مصر على اختلاف أنماط ملكيتها ومن خلال ملاحظة الباحث والدراسة الاستطلاعية أن صحف (الأخبار، الوفد، الشروق) هى أكثر الصحف اليومية اهتماماً بتناول وعرض قضية الإرهاب، وقد أفردت لها المساحات الأكبر، واستخدمت أساليب وتصميمات عديدة لإبرازها وذلك خلال فترة الدراسة التحليلية التى تركزت فى الفترة من 2013/6/30 إلى 2015/6/30 .

مشكلة البحث:

مما لاشك فيه أن صورة أى قضية أو حدث مثل قضية الإرهاب هى عادة صورة ديناميكية متغيرة وغير نمطية تتأثر بالعديد من المتغيرات وتتفرع إلى أحداث كثيرة، وكل حدث متعلقاً بها يتم تناوله فى الصحافة والإعلام بشكل مستقل وكأن القضية تتجسد من خلاله، وبالتالي فإن هناك ثمة إشكالية بين الصورة التى تقدمها الصحافة المصرية عن قضية الإرهاب، وبين التطورات والأحداث التى تشهدها هذه القضية.

كما أن أى تصميم خاضع لمجموعة من القوى التى تساهم بمجموعها فى إنشاء علاقات تعمل على تأطير بنية العناصر المكونة لذلك التصميم، وإذا ما أصبح هنالك أى خلل فى هذه القوى أو إحداها فإن ذلك يعنى التفكك والركاكة. ومن ثم عدم القدرة على الأداء بالوظيفة المرجوة أو قيامها بالتعبير عن المدى الحقيقى لهذه الوظيفة. وبذلك تتجلى مشكلة البحث فى التعرف على تأثير الأطر الشكلية وعلاقتها التصميمية التى تقدم بها قضية الإرهاب فى جذب وانتباه القراء واتجاهاتهم نحوها وتشكيل اتجاهاتهم ومعارفهم تجاهها. ودراسة التغيرات التى تطرأ على تناول هذه القضية من الناحية الشكلية والتصميمية. وبما أن الصحف فى مصر على وجه الخصوص ليست وحدة واحدة متجانسة فإنه ينبغى دراسة الاختلافات فى عرض الأطر الشكلية والتصميمية فى أكثر من نمط ملكية. وتتمثل المشكلة البحثية فى الإجابة على تساؤل رئيس تطرحه هذه الدراسة وتحاول الإجابة عنه وهو: ما الأطر الشكلية وعلاقتها التصميمية التى يتم من خلالها تقديم قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية، وكيف تشكل هذه الأطر أساساً لجذب وانتباه القارئ لهذه القضية وتشكيل توجهاً معيناً نحوها تقصده الصحيفة، وكيف أنها تعمل على وضعها فى المرتبة الأولى فى اهتماماته من بين القضايا والموضوعات المختلفة.

أهمية الدراسة:

تنطلق أهمية الدراسة من اعتبارات عدة منها:

- تسهم هذه الدراسة فى اختبار دور التصاميم والأطر الشكلية فى تقديم قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية.

- تسليط الضوء على جوانب مهمة فى آليات تشغيل العناصر والأسس الفنية من أجل تحقيق الإنتباه للتصاميم التى تقدم بها قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية.
- تقيس هذه الدراسة تأثير استخدام الصحف محل الدراسة لأسس تصميمية وأطر شكلية معينة فى درجة تقبل أو عدم تقبل، تأييد أو رفض مفهوم الإرهاب الذى تعرضه عليه هذه الصحف، وتهيئته معرفياً نحو تبنى وجهة نظر الدولة فى تفسير مفهوم الإرهاب، وانسحابه على أحداث بعينها، وجعلها من أولويات اهتمام القارئ.
- معرفة مدى اتفاق أو اختلاف الصحف اليومية فى مصر على اختلاف نمط ملكيتها وتوجهاتها الفكرية حول تبنى وجهة نظر معينة فيما يتعلق برويتها لقضية الارهاب.
- اختبار فروض نظرية (الأطر الإعلامية). وهذه الدراسة تعتمد على نظرية الأطر فى بحث الشكل وليس المضمون.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف نجملها فيما يلى:

- 1- اختبار العلاقة بين التصاميم والأطر الشكلية التى تقدم بها قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية وجذب انتباه القراء وتهيئتهم معرفياً نحو هذه القضية وتأثرهم بها.
- 2- الكشف عن العلاقات التصميمية ودورها فى تحقيق الانتباه للموضوعات التى تتناول قضية الإرهاب فى صحف الدراسة.
- 3- اختبار فروض نظرية الأطر حول الأطر الشكلية وانعكاس الأطر التى تعرض بها قضية الارهاب فى التأثير على اتجاهات القراء نحوها.
- 4- دراسة التأثيرات المعرفية الناتجة عن تعرض القراء للتصميم والإطار الشكلى المقدمة به قضية الإرهاب، وانعكاس ذلك على حجم وعيهم بهذه القضية، ومستوياتها وأولوياتها لديهم.
- 5- التعرف على الأساليب الإخراجية والعناصر البنائية المستخدمة فى جذب وانتباه القراء نحو الأخبار والموضوعات المتعلقة بقضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية.

الإطار النظرى للدراسة:

تعتمد الدراسة فى إطارها النظرى على نظرية الأطر الإعلامية من خلال استخدام فرضياتها فى تحديد مشكلة الدراسة، وفى تفسير نتائجها:

وتعد نظرية الأطر من أبرز المفاهيم الحديثة التي تفسر تأثير المعالجة الإعلامية للقضايا المختلفة على أحكام الجمهور تجاه تلك القضايا ومن ثم على اتجاهاتهم نحوها¹. وتعد تلك النظرية أيضاً محور اهتمام كثير من العلوم الأخرى، وخاصة العلوم السياسية والاجتماعية حيث يتم استخدامها للوصول إلى النتائج المرجوة بأكبر قدر من التأثير ومن ثم الإستجابة².

وقد ظهرت تلك النظرية كمدخل حديث بالإعتماد على دراسات وأبحاث الجمهور فى الولايات المتحدة الأمريكية فى الربع الأخير من القرن الماضى، حيث تستمد جذورها من نظريتي (التفاعل الرمزي Symbolic interaction والبناء الإجتماعى للواقع Social Construction of reality وتفترض كلتا النظريتان أن الصور الذهنية والأفكار التى نكونها عن أنفسنا والعالم المحيط بنا هى إحدى العناصر الأساسية التى توجهنا فى تعاملنا مع الأحداث من حولنا³.

أهمية نظرية تحليل الأطر الإعلامية:

1- تتيح دراسة الاطر للباحث التعرف على كلاً من الشكل أى طريقة تقديم القضايا ووضع المضمون فى إطار يحدده وينظمه.

2- تقدم هذه النظرية تفسيراً لدور وسائل الاعلام فى تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة التى تعرضها، وعلاقة ذلك بإستجابات الجمهور نحو تلك القضايا⁴.

3- تركز نظرية الأطر على الإهتمام بالجمهور المتلقى خلال عملية الإتصال الجماهيرية من خلال التعرف على مدى تأثير الأطر الإعلامية على أطر الجمهور⁵.

4- تمكن دراسة الأطر الباحث من خلال توحيد الحدث أو القضية فى أكثر من صحيفة فى نفس الوقت، من التعرف على الأساليب المختلفة التى تستخدمها كل وسيلة فى تقديم الحدث، وذلك من خلال المقارنة بينهم مما يخلق أثر معرفياً على الجمهور يتفق مع تقديم كل وسيلة للقضية.

5- تتسم نظرية الأطر بالمرونة وإمكانية التطوير بما يتلائم مع الوقائع والأحداث وكيفية عرضها من جانب، والتطور الثقافى واللغوى فى المجتمع من جانب آخر. وذلك لأن مؤسسها Goffman كان يؤمن بأن الحياة الاجتماعية هى نظرية متغيرة ومتطوره بشكل دائم⁶.

سمات التأطير وخصائصه:

تعد الأطر الإعلامية أنماطاً ثابتة للمعرفة والتفسير والاختيار والتأكيد والإستبعاد وتمكن هذه الأطر الصحفيين من معالجة كم كبير من المعلومات بسرعة ونظام كما تفيد فى التعرف علي

المعلومات ووضعها في فئات معرفية حتى تقدم إجابة كافية إلى جمهورها حول القضايا المختلفة⁷.

وقد حددت الباحثة ولاء عبد الرحمن فودة مجموعة من الخصائص وسمات للأطر الإعلامية أهمها:⁸

- إن الإطار الإعلامي له القدرة علي تجميع وربط الأحداث وتكوينها بحيث تصبح نصاً خبرياً مؤثراً في إدراك وفهم المستمع أو القارئ أو المشاهد للحدث أو القضية.
- إن لمفهومي الانتقاء والبروز أهمية كبرى في تكوين شكل الإطار الإعلامي ومضمونه حيث يختار المحررون وقائع وأحداث بعينها ويتم إبرازها وإدخالها في نص خبري يمثل إطاراً لهذا الحدث.
- إن الحقائق واحدة ولكن الجانب التفسيري في الإطار يمثل أهمية كبرى في فهم النص حسب الإطار الذي تشكله كل وسيلة إعلامية في سياقها العام.
- إن الأطر الإعلامية غالباً ما تكون ضمنية داخل النص ولا تبدو واضحة لتفسيرات ومعاني اجتماعية ولكنها تبدو كسمات وخصائص أولية لتفسير الأحداث تعكسها فقط التقارير الإعلامية.
- تفرز الأطر صوراً نمطية شائعة فكما ذكرنا من قبل بشأن مفهومي الانتقاء والبروز فإن الأطر تعطي أولوية لبعض الأحداث والحقائق بشكل منتظم مما يكون صورة نمطية للحدث أو القضية .

العوامل المؤثرة في الإطار الإعلامي:⁹

هناك العديد من الباحثين الذين تناولوا العوامل المؤثرة في عملية الإطار الإعلامي وحددوا خمسة عوامل تؤثر في بناء الإطار الإعلامي:

- مدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام: والاستقلال السياسي لوسائل الإعلام لده دور كبير في بناء الإطار الإعلامي، حيث إنه كلما كانت وسائل الإعلام أكثر استقلالية عن النظام السياسي كلما أتاح ذلك الحرية الكاملة للقائمين بالاتصال للاختيار بين الأطر الإعلامية المختلفة. ويختلف إبراز وتأطير قضية الإرهاب في تصميم وشكل معين تبعاً لتصنيف هذه الصحف قومية/حزبية/خاصة.
- مصادر الأخبار ونوعها: تؤثر مصادر الأخبار في بناء الإطار الإعلامي حيث يتأثر القائمون بالاتصال (المخرجون الصحفيون والمنفذون) بمصادر الأخبار والموضوعات، حكومية أو غير حكومية.

- أنماط الممارسة الإعلامية: تؤثر أنماط ممارسة العمل الإعلامي في المؤسسات الصحفية على الأطر الإعلامية (التصميمية والشكلية) التي يتبعها القائم بالاتصال (المخرج الصحفى والمنفذ) فى إبراز القضايا المختلفة، وفقاً للسياسات الخاصة بكل مؤسسة.
- المعتقدات الأيديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال: يتأثر القائم بالاتصال القائمون بالاتصال (المخرج الصحف والمنفذ) أثناء اختياره لإطاره التصميم والشكلى للموضوعات والأخبار التي تتناول قضية الإرهاب ويركز عليها لنقلها لجمهوره بخلفيته الثقافية والمعتقدات الأيديولوجية الخاصة به.
- طبيعة الأحداث ذاتها: فقضية الإرهاب تفرض نفسها على الأحداث وعلى الأطر المشكلة لوعى القائمون بالاتصال (المخرج الصحفى والمنفذ) مما يدفعه لاختيار أطر تصميمية وشكلية عند تقديمها للجمهور.

وتتمثل فروض النظرية فى التالى:

- 1- تركيز وسائل الإعلام فى رسائلها على جوانب بعينها فى القضية دون غيرها أى (تحديد أطر بعينها) يخلق معايير معينة يستخدمها أفراد الجمهور المشاهد فى تقييمهم للقضية¹⁰، أى أن معلومات الجمهور واتجاهاته نحو الأحداث والقضايا المختلفة تتشكل فى ضوء تأثيرهم بالأطر التي تُعالج من خلالها وسائل الإعلام تلك الأحداث¹¹.
 - 2- إن الأحداث لا تتطوى فى حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهما من خلال وضعها فى إطار Frame يحددها وينظمها من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى ويضفى عليها قدراً من الإتساق¹².
 - 3- الاستعانة بالأطر المرجعية Reference points المختلفة فى الرسالة الإعلامية يؤدي بدوره إلى إختلاف الأحكام التي يصدرها الرأى العام تجاه الأحداث والقضايا المختلفة¹³. على أن الهدف الأساسى من تقديم تلك الأطر هو إبراز معان معينة للقضايا والأحداث والتي تؤثر بدورها على إستقبال وفهم الجمهور لها ومن ثم تنشيط أو تقديم معلومات جديدة¹⁴، تؤثر بشكل ما على الأطر الفردية بحيث يُسهّم التفاعل بينهما فى فهم وتنظيم تلك المعلومات للإستفادة منها فى المستقبل¹⁵، وقد اهتم كثير من الباحثين الأجانب بدراسة كيفية تقديم وتغطية القضايا والأطر الإعلامية المختلفة المناسبة لها ومن أبرزهم دراسة إنتمان (1991) Entman، نوريس (1995) Norris، سيمتكو وفولكنبرج (2000) Semetko & Valkenburg¹⁶.
- استخدامات نظرية الإطار الإعلامى:

هناك مستويان رئيسيان لاستخدام الأطر الإعلامية للتأثير على الجمهور¹⁷:

المستوى الأول: وهو يهتم بقياس المحتوى غير الواضح لوسائل الإعلام أو ما يعرف بالمحتوى الضمني، والذي يعنى دراسة دلالات الحدث وما يحتويه من سياق الأحداث والقضايا. المستوى الثانى: وهو المستوى المؤثر فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضية موضوع الدراسة، حيث أن وسائل الإعلام من خلال تركيزها على جوانب معينة تحدد لنفسها أطراً إعلامية تستطيع فى النهاية أن تؤثر على تشكيل معايير الجمهور بشأن بعض القضايا، الأمر الذى ينعكس فى تحديد آراء واتجاهات الجماهير نحو القضايا.

ومن ثم فالمستوى الثانى يتعلق بالسمات التى تمثل محور الاهتمام فى النص الإعلامى من خلال التكرار والتدعيم، ويتم إبراز إطار بعينه ينطوى على تفسيرات محددة تصبح بدورها أكثر قابلية للإدراك والتذكر من قبل الجمهور والذى يتعرض باستمرار لتلك الوسيلة الإعلامية. وتعد نظرية الأطر إطاراً نظرياً ملائماً لهذه الدراسة للأسباب الآتية:

تأتى أهمية الاعتماد على نظرية الأطر كإطار نظرى للدراسة الحالية من خلال افتراض هذه النظرية أن تركيز وسائل الإعلام فى رسائلها على جوانب بعينها فى الموضوع أو القضية وإهمال غيرها من الجوانب - أى وضع القضية داخل إطار معين- تشكل عاملاً من عوامل الجذب نحو قراءة هذه القضية والاهتمام بها، ومن ثم جاءت ضرورة توظيف هذه النظرية فى موضوع الدراسة، حيث أن تحليل التصاميم والأطر الشكلية ومما تتضمنه من عناصر جذب، من خلال استخدام بعضها واستبعاد البعض الآخر فى عرض قضية الارهاب من الناحية الشكلية، أى وضع قضية الارهاب داخل إطار شكلي يؤدي إلى وجود معايير مختلفة لدى القراء فى تأثرهم وانجذابهم لقراءة الموضوع وتشكيل آراء معينة نحو تلك الأحداث.

لذا يستفيد الباحث من هذه النظرية فى الدراسة الراهنة للتصدي والبحث فى الأطر الشكلية التى تم توظيفها فى الصحف المصرية اليومية، وذلك من خلال اختبار الفرض الرئيس للنظرية، والذي يشير إلى أن الكيفية التى يتم من خلالها تناول وعرض القضايا فى وسائل الإعلام (العناصر الإبرازية وأطرها الشكلية التى تقدم بها القضايا) ستؤثر على مدركات واتجاهات الجمهور تجاه تلك القضايا أو إصدار قرارات معينة نحوها.

الدراسات السابقة:

محور الدراسات التى تتناول تحليل الأطر الإعلامية المستخدمة فى التغطية الصحفية لبعض القضايا:-

دراسة: عيسى عبد الباقي موسى 2013¹⁸: استهدفت الدراسة بحث الأطر التى تم توظيفها فى التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية 2012، واتخاذ القرار التصويتي للناخبين المصريين من خلال دراسة مسحية على عينة من الصحف المصرية بمختلف أنماطها القومية والحزبية

والخاصة، والجمهور المصري، بالتركيز على النص الصحفي لصحف الأهرام والمصري اليوم والوفد، وعينة عشوائية من الجمهور المصري. وتوصلت الدراسة إلي وجود علاقة بين التعرض لأطر التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية بالصحف المصرية واتجاهات المبحوثين نحو التأثيرات الناتجة عن هذا التعرض، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين الاعتماد على الصحف المصرية كمصدر معلومات عن الانتخابات الرئاسية وثقة الناخبين فيها بشأن القضايا الخلافية أثناء الانتخابات.

دراسة: 2012 Barker¹⁹: استهدفت مقارنة أطر التغطية الإخبارية المتعلقة بحرب العراق في وسائل الإعلام الأمريكية والسويدية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تصوير وسائل الإعلام لحرب العراق بشكل مختلف، حيث ركزت وسائل الإعلام الأمريكية على الاستراتيجية العسكرية، وأبرزت جهود الولايات المتحدة في تحرير الشعب العراقي، بينما اهتمت وسائل الإعلام السويدية بوجهة نظر المجتمع الدولي وأوضحت معاناة المدنيين العراقيين.

دراسة: أسامة عبد الرحيم 2012²⁰: دلالة تأطير الصورة الصحفية في تناول الإعلام للحرب على غزة عام 2009م. واهتمت الدراسة بالمقارنة بين تقديم صورة الحرب على غزة 2009، من خلال رصد الأطر المصورة للحرب على غزة التي استخدمتها صحيفتا (الأهرام) و(هيرالد تريبيون) في تغطية الحرب، وأوجه التشابه والاختلاف في تأطير الصور في الصحيفتين، وكيفية استخدام مكونات وعناصر الصورة، والمواد المصاحبة لها في إبراز معان معينة، بهدف الوقوف على دور القائم بالاتصال في استخدام آليات وأدوات انتقاء واختيار الصورة. وتوصلت الدراسة إلى نتائج مهمة منها اختلاف تأطير صور الحرب على غزة في صحيفتي (الأهرام) و(هيرالد تريبيون)، حيث اهتمت (الأهرام) بإطار التفاعلات السياسية في المرتبة الأولى، بينما اهتمت (هيرالد) بإطار الدمار الذي لحق بيوت الفلسطينيين والمؤسسات الفلسطينية والدولية. ووجود مجموعة من العوامل التي أثرت في كيفية تأطير الصورة كالأعراف الاجتماعية، والقيم، والتوجهات السياسية والأيدولوجية للصحيفة.

دراسة: 2012 Xin Xue²¹: اختبرت تأثير التحيز الحزبي على التأطير العرقي لاثنين من المرشحين السود لانتخابات الرئاسة الأمريكية عام 2011 في اثنين من برامج التلفزيون التي تقدم خدماتها إلى المشاهدين عن طريق الكابل، في الفترة من بداية سبتمبر 2010 حتى 3 يناير 2011، واستخدمت الدراسة ثلاثة أطر عرقية هي: مصلحة الأقلية، والاستراتيجية العرقية، والانقسامات العرقية، بجانب إطار الصراع كإطار عام. وانتهت الدراسة إلى قوة تأثير التحيز الحزبي على تأطير المرشحين الرئاسيين، بجانب تأثير التحيز العرقي، والذي تم استخدامه من

أجل تحقيق المرشحين السود، كما تم توظيف الأطر العرقية بصورة انتهازية بهدف دعم المرشح المفضل، أو توجيه الانتقادات إلى المرشح المناوئ.

دراسة: 2010 Garyantes and Murphy²²: استهدفت التعرف على أطر التغطية الإخبارية للانتخابات الوطنية العراقية عبر موقعى CNN والجزيرة، وكشفت نتائج الدراسة عن وضع شبكة CNN لأطر الانتخابات من خلال أيديولوجية الغزو الثقافى والعاطفة الوطنية المرتبطة بالنموذج الديموقراطى الغربى، بينما أظهرت تقارير الجزيرة الريبة والشك نحو الولايات المتحدة ووضعت أطر الانتخابات فى ظل الشكوك والفوضى وعدم وجود الشرعية.

دراسة: 2010 Entman²³: وهدف إلى دراسة تحيز وسائل الإعلام فى إطار تغطية الحملة الانتخابية الرئاسية 2008، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن الأطر تقدم فى كثير من الأحيان جانب على آخر فى الصراعات السياسية، وينتج التأطير المتحيز من خلال التفاعل بين تطورات العالم الحقيقى والمعايير الثقافية وقواعد القرار الصحفى.

دراسة: 2010 Strömbäck and Aelst²⁴: تقارن هذه الدراسة أطر أخبار الانتخابات الرئاسية 2008، وتوضح نتائج الدراسة أن الأطر تقدم فى كثير من الأحيان جانباً فى الصراعات السياسية، وينتج التأطير المتحيز من خلال التفاعل بين تطورات العالم الحقيقى والمعايير الثقافية وقواعد القرار الصحفى.

دراسة: 2009 Sophie Lecheler & Claes De Vreese²⁵: واهتمت ببحث أثر مستوى أهمية القضية التى تتناولها الصحافة (كعامل وسيط) لدى الفرد فى تشكيل تأثير الإطار الإخبارى، وبالتطبيق على 202 مفردة من طلاب الجامعة، وتوصلت نتائجها إلى عدم تأثير متغير مستوى أهمية القضية كعامل وسيط فى تشكيل تأثير الإطار الإخبارى على الفرد وإن أظهرت الدراسة أن القضايا التى يقل اهتمام الفرد بها يكون تأثير الأطر الإخبارية التى تقدم بها أعمق عليه.

دراسة: 2009 Erica Goss²⁶: واهتمت بتحليل التغطية الإخبارية التليفزيونية لانتشار مرض السلامونيا فى ولاية تكساس بالولايات المتحدة الأمريكية عام 2008، وباستخدام نظرية الأطر للكشف عن كيفية تأثير قيم القائم بالاتصال واتجاهاته والأيديولوجيات التى يتبناها والضغط المؤسسية التى يعمل فى إطارها فى بناء الأطر الإخبارية للرسائل التى يقدمها حول هذا المرض تم تحليل التغطية الإخبارية للمرض داخل ثلاث شبكات تليفزيونية أمريكية وكذلك إجراء بعض المقابلات مع القائمين على هذه التغطية. وكشفت النتائج أن أطر "الأخطار الصحية لانتشار

المرض" و"الأثار الإقتصادية والمالية المترتبة على إنتشاره ثم " الترويج لمشاعر الإحباط تجاه الجهود التى تبذلها الجهات الحكومية المعنية بالأزمة " هى أكثر الأطر استخداما فى تغطية المرض. كما كشفت النتائج أيضا عن أن قيم القائمين بالإتصال واتجاهاتهم وايديولوجياتهم قد تؤثر أحيانا فى اختيار الأطر التى يتبنونها فى تغطيتهم الإخبارية وليس فى جميع الأحوال.

دراسة: 2009 ClaesVreese²⁷: سعت هذه الدراسة إلى اختبار التأثير المحتمل للأطر التى تقدم بها الأخبار على الرأى العام تجاه سياسة الاتحاد الأوروبى الدفاعية والأمنية والخارجية، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير للإطار الذى تقدم به الأخبار على جذب تأييد الجمهور لسياسات الاتحاد الأوروبى الدفاعية والأمنية، حيث كان المبحوثون الذين تعرضوا للقصة الإخبارية التى قدمت فى إطار الخطر الذى يتعرض له الاتحاد الأوروبى أكثر دعما لسياسة الاتحاد الأوروبى الدفاعية والأمنية مقارنة بالمبحوثين الذين تعرضوا للقصة الإخبارية فى إطار وجود فرص أمام الاتحاد الأوروبى لعلاج الأزمات بشكل سلمى.

دراسة: 2009 SeonKyoung²⁸: سعت هذه الدراسة إلى تحليل مضمون الأطر الخبرية التى قدمت بها الأزمات خلال عام 2006، وذلك من خلال تحليل 247 قصة إخبارية للتعرف على الإطار الخبرى الذى تعتمد عليه من بين الأطر الخمسة التالية (المسئولية والاهتمام الإنسانى والصراع والإطار الاقتصادى والأخلاقى) ومستوى المسئولية يتمثل فى المستوى الفردى والتنظيمى المستخدم بواسطة وسائل الإعلام وبقائهم الأزمات. وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام تميل إلى الاعتماد على إطار المسئولية فى تغطيتها للأزمات، تلاها استخدام الإطار الاقتصادى لتغطية التأثيرات الاقتصادية للأزمات ثم إطار الصراع.

دراسة: 2008 MihaiMoscovici²⁹: سعت هذه الدراسة إلى دراسة صورة روسيا فى وسائل الإعلام الغربية من خلال وسائل الإعلام الرائدة فى القصص الإخبارية، وكانت عينة الدراسة وسائل الإعلام الغربية السلوكية وخدمات البث الدولى، أية أف بى، بى بى سى، دى دبليو - تم اختيارها وتحليلها باستخدام منهجية تحليل المضمون الذى يقوم على البحث فى الأطر الخبرية لوضع أجددة جدول الأعمال والنظريات. وأظهرت الدراسة الأطر الرئيسية التى استخدمتها وسائل الإعلام الغربية فى دراسة صورة روسيا مثل "الخطر المتزايد، الحرب الباردة، الشراكة". وأوضحت صورة العلاقات الدولية مع روسيا من خلال تناولها القضايا الأمنية الروسية باستخدام تحليل أطر التغطية الإخبارية.

دراسة: 2008 JIM YANG³⁰: وسعت إلى المقارنة بين أربع صحف صينية و مثلها أمريكية من حيث طبيعة الاطر التى تم توظيفها فى التناول الإخبارى لأحداث الحرب على العراق،

وتوصلت النتائج الى وجود تفاوت ما بين المجموعتين فى هذه التغطية فالصحف الصينية ركزت على قضايا فرعية متعلقة بالحرب كالدوافع من وراء إندلاعها والآثار الناجمة عنها لذلك إعتمدت على الأطر ذات الموضوعات الخلفية التى تراعى السياق الإجتماعى الأشمل، بينما ركزت الصحف الأمريكية على الأحداث اليومية للحرب خاصة ما يرتبط منها بالصراع المسلح بين الأطراف وبشكل يفصلها عن سياقها العام ولذلك إعتمدت على الأطر العارضة.

دراسة: عيسى عبد الباقي موسى 2008³¹: انعكاسات الخطاب الصحفي علي تشكيل اتجاهات الجمهور العام والنخبة في مصر نحو قضايا الإصلاح السياسى. واستهدفت التعرف علي الأطر المستخدمة في تناول قضايا الإصلاح السياسى في صحف الأهرام والوفد والأهالي والمصري اليوم، وتأثير هذه الأطر علي اتجاهات الجمهور العام والنخبة نحو قضايا الإصلاح السياسى.

دراسة: رباب عبد الرحمن هاشم خليفة 2008³²: المعالجة التليفزيونية والصحفية لقضايا الإصلاح السياسى في المجتمع المصري ودرها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها. واستهدفت الكشف عن الأطر الخيرية الأساسية التي تقدمها المعالجة الإعلامية لقضية الإصلاح السياسى فى مصر ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الإصلاح السياسى، بالتطبيق علي الصحف والتليفزيون.

دراسة: 2008 Shunichi Take Kawa³³: سعت الدراسة للتعرف على ملامح القومية والديمقراطية والصحافة فى اليابان، وأظهرت الدراسة منافسة كل من صحيفتى أساهى ويوميورى فى تناولهما تحليل المضمون، اتفقت الصحيفتان على أن أساس صياغة الأنباء تتألف من وجهات النظر المتنافسة على الدولة والأمة، وقامت الدراسة بتحليل الافتتاحيات والمقالات، من تحليل المضمون بالصحيفتين على ثلاث مراحل عند تحرير الأخبار وإعداد التقارير، وخلصت الدراسة إلى أن الصحيفتين تلعبان دوراً هاماً فى إنتاج الهوية الوطنية للشعب اليابانى فى مرحلة مابعد الديمقراطية رغم أن صحيفة أساهى ضد الدولة ولكن مع دعاة القومية، وصحيفة يوميورى على عكسها تماماً.

دراسة: ولاء عبد الرحمن فودة 2007³⁴: المعالجة الإخبارية للأحداث والقضايا العربية بإذاعتى سوا الأمريكية ومونت كارلو الفرنسية الموجهتين باللغة العربية. استهدفت هذه الدراسة تحليل أطر المعالجة الإخبارية للأحداث والقضايا العربية بإذاعتى سوا الأمريكية الموجهة باللغة العربية وكذلك مونت كارلو، اعتمدت الدراسة على الراديو ك مجال لتطبيق النظرية والأحداث والأزمات التى مرت بها المنطقة وكانت عصبية، لجأت الدراسة إلى بحث كيفية معالجة هذه الإذاعات للأحداث والقضايا العربية والأسلوب الذى تتبعه إذاعة سوا فى عملها وهو مزج الأخبار

بالترفيه مما يجعلها سهلة الوصول لمرحلة عمرية بعينها من الشباب، عنيت الدراسة بعمل مقارنة بين القضايا التي تناولتها الإذاعتين وتحليل النتائج بهما. وخلصت إلى التعرف على شكل وحجم واتجاه المعالجة الإخبارية للأحداث والقضايا العربية ومدى تأثير الموقف السياسى والعلاقات الدولية على شكل ومضمون الإطار الذى توضع فيه الأحداث والقضايا العربية. والتعرف على مدى تأثير عرض وجهة النظر الأمريكية والفرنسية فى الأحداث والقضايا محل الدراسة على شكل ونمط الإطار الذى يوضع فيه الخبر.

دراسة: CARPENTER 2007³⁵: وعمدت الدراسة لتحليل التغطية الإخبارية للحرب على العراق داخل اثنتين من الصحف الأمريكية الموجهة الى الصفوة وأربعة صحف موجهة لغير الصفوة خلال عام 2003، وقد توصلت النتائج إلى صحة الفرض الرئيسى للدراسة الذى ينص على أنه تختلف الأطر الإخبارية التى تعتمد عليها صحف الدراسة باختلاف طبيعة الصحيفة سواء كانت موجهة للصفوة أو لغير الصفوة من الجمهور العادى، حيث كانت الصحف الموجهة للصفوة أكثر استخداما لإطار الصراع العسكرى، بينما كانت الصحف الموجهة لغير الصفوة أكثر استخداما لإطارى الإهتمامات الإنسانية ومعارضة الحرب.

دراسة: صفاء محمود عثمان 2007³⁶: معالجة القنوات الإخبارية العربية المتخصصة للأحداث السياسية الجارية واتجاهات النخبة المصرية نحوها. واستهدفت التعرف على الدور الذى تقوم به التغطية الإخبارية بالقنوات الإخبارية المتخصصة للأحداث السياسية وأطر التناول الإخبارى لهذه الأحداث، ومعرفة مدى الاتفاق أو الاختلاف فى أطر التناول الإخبارى للأحداث السياسية الجارية لدى القنوات الفضائية وجمهور النخبة المصرية.

دراسة: صابر حمد جابر حماد 2007³⁷: أثر المعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربى السياسية فى إذاعتي صوت العرب وهيئة الإذاعة البريطانية علي اتجاهات الجمهور العربى. عن أثر المعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربى السياسية فى إذاعة صوت العرب وهيئة الإذاعة البريطانية علي اتجاهات الجمهور العربى، وذلك فى ضوء نظرية الأطر الخبرية، بهدف التعرف على الأطر الرئيسية والفرعية التى وظفتها الإذاعتين فى التناول الإخبارى لقضايا الوطن العربى السياسية.

دراسة: حسنى محمد نصر 2007³⁸: التغطية الصحفية المصورة للحرب الاسرائيلية علي لبنان فى المجالات الإخبارية العربية. تناولت هذه الدراسة التغطية الصحفية المصورة التى قدمتها المجالات الإخبارية العربية الأسبوعية للحرب التى شنتها إسرائيل على لبنان فى يوليو 2006 واستمرت

نحو 33 يوماً، وذلك من خلال دراسة كل الصور التي نشرتها العينة المتاحة من هذه المجالات. وانتهى التحليل الدلالي للصور التي نشرتها المجالات الإخبارية العربية عن الحرب في لبنان، أن كل عناصر الدلالة مثل حجم وموقع الصور وحجم اللقطة وزاوية الكاميرا وبؤرة التركيز والإضاءة وتكوين الصور قد عكست دلالات سلبية للجانب الإسرائيلي ودلالات إيجابية للجانب اللبناني، وساهمت هذه الدلالات في دعم وتأكيد الأطر الإخبارية التي استهدفت المجالات الإخبارية العربية تأكيدها في تغطيتها المصورة لهذه الحرب.

دراسة: رانيا حيدر 2006³⁹: الخريطة الإدراكية للرأى العام المصرى تجاه الصراع الأمريكى العراقى(1990-2003). وسعت الى التعرف على العلاقة بين أطر التناول الإعلامى للصراع الأمريكى - العراقى فى صحيفتى الأهرام والوفد فى الفترة من 1990-2003, وبين الخريطة الإدراكية للرأى العام المصرى تجاه الصراع . وتوصلت النتائج الى أن الصحيفتين قد وظفتا كافة إمكانياتهما المتصلة بالشكل (الموقع والمساحة وعناصر الإبراز) وكذلك الإمكانيات المتصلة بامضمون للتأثيرعلى القراء فى سبيل التأكيد على فكرة معينة أو مجموعة من الأفكار فى تناولهما لقضية الصراع وأطرافه , وجاء هناك اتفاق بين التناول الصحفى للصراع وبين الخريطة الإدراكية للرأى العام المصرى تجاه الصراع على مستويين هما المدركات والإتجاهات.

دراسة: سمر إبراهيم أحمد عثمان 2005⁴⁰: دور الأطر الخبرية بالصحف فى تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا السياسية. واستهدفت التعرف على دور الأطر الخبرية فى تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا السياسية، وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين بروز أطر المعالجة الخبرية الرئيسية للقضايا السياسية بالصحف واتجاهات المراهقين نحو تلك القضايا.

دراسة: Kevin M. carragee and Wim reefs 2004⁴¹: وقدمت رؤية نقدية للأبحاث والدراسات التي تناولت أطر وسائل الإعلام، وتأثيرها علي الجمهور، والتي توصلت إلي أن العديد من الدراسات أهملت العلاقة بين أطرووسائل الإعلام والإطارالسياسى والإحتماعى الأوسع للقضايا، وأكدت علي ضرورة الربط بين أطر وسائل الإعلام والواقع السياسي والإجتماعى.

دراسة: Clark & David 2004⁴²: التي سعت للكشف عن أطر المعالجة الإخبارية للقضايا الصحية وتحديد قضيتي "سرطان الثدي" و"أمراض القلب" فى المجالات النسائية وذلك بهدف الفهم على نحو أعمق لكيفية التناول الصحفى لهذه القضايا. وقد كشفت الدراسة أن تلك المجالات

قد إعتمدت بشكل متكرر على إطار "التمكين" The empowerment frame الذى يحاول أن يشجع المرأة على التحكم فى صحتها من خلال تقديم نصائح أو معلومات عن المرض وكيفية الوقاية منه.

دراسة: دينا يحيى 2003⁴³: تأثير أبعاد الإطار الإعلامى للصحف المصرية على معالجة قضايا الرأى العام. واستهدفت التعرف لتعرف على مدى تأثير الأطر الإعلامية فى معالجتها بعض قضايا الرأى العام والتي جاءت من بينها قضية مرض الإلتهاب الرئوى اللانمطى، وبالإعتماد على أسلوب المقارنة المنهجية المنظمة لمعالجات صحيفتى الأهرام والوفد توصلت النتائج إلى وجود إختلاف واضح بين الأطر المستخدمة فى الصحيفتين عكسه أسلوب معالجة هذه القضايا داخل كل منها حيث إعتمدت الأولى على أساليب عرض الجانب الواحد ووضوح الخلاصة والتكرار والتبرير والمساندة والمهادنة والتهدئة، بينما اعتمدت الثانية على أساليب عرض أكثر من جانب والخلاصة الضمنية والهجوم المباشر والمضاد وإثارة المخاوف والإدانة.

دراسة: محمد سعد 2002⁴⁴: الأطر الخبرية للإنتفاضة الفلسطينية وتأثيراتها المعرفية والوجدانية علي قراء الصحف. وقد استهدفت هذه الدراسة التعرف علي تأثير الأطر الخبرية للإنتفاضة الفلسطينية علي أفكار القراء، وذلك من خلال توصيف وتحليل الأطر الإعلامية المستخدمة فى الصحف المصرية لتغطية الإنتفاضة الفلسطينية.

مناقشة الدراسات السابقة

- اتسمت الدراسات السابقة التي اعتمد عليها هذا البحث بالتنوع من ناحية نوع الدراسة والمنهج والأدوات المستخدمة، وتنوعت أيضاً المجالات البحثية التي أجريت عليها هذه الدراسات، وهو ما ساعد الباحث في بلورة المشكلة البحثية، وتحديد نوع الدراسة، واختيار المنهج والأدوات المناسبة لجمع البيانات.

- اهتمت الدراسات السابقة بالتركيز على أطر التغطية الإخبارية في تغطية الانتخابات مثل (دراسة عيسى عبد الباقي 2013، ودراسة Barker 2012، ودراسة Garyantes 2010، ودراسة Erica Goss 2009. ودراسات أخرى اهتمت بالأطر الإخبارية التي قدمت بها الأزمات 2009 SoonKyoung).

- رُصدت بعض الدراسات اهتمت بالعوامل المؤثرة في عملية التأيير مثل دراسة (Xin Xue 2012، ودراسة Entman 2010).

- أيضاً فإن هناك دراسات أخرى بحثت التأثيرات المحتملة للأطر التي تقدم بها الأخبار على الرأى العام، وانعكاسات الخطاب الصحفي على تشكيل اتجاهات الجمهور مثل - (دراسة رباب

عبد الرحمن 2008، ودراسة صابر حماد 2007، ودراسة سحر عثمان 2005)، أو تأثيرات الأطر الخبرية المعرفية والوجدانية مثل دراسة (محمد سعد 2002).

- ركزت الدراسات السابقة على أطر المضمون بأشكاله المختلفة والنصوص الصحفية، وأطر الجمهور، ووجدت دراستان (دراسة أسامة عبد الرحيم 2012، ودراسة حسني نصر 2007) اهتمتا بدراسة الأطر الإخبارية المصورة، ودلالة تأطير الصورة، من خلال بحث التغطية الصحفية المصورة. إلا أنه لم ترصد دراسة واحدة تناولت الأطر الشكلية وعناصرها المختلفة التي تقدم بها الموضوعات والأخبار بالصحف، وهو ما سيتم بحثه من خلال هذه الدراسة التي تعتبر الدراسة الأولى التي تتناول الأطر الشكلية التي تقدم بها الأخبار والموضوعات في الصحف، مع التركيز على تأثير تلك الأطر على اتجاهات الجمهور نحو القضايا المقدمة.

التعريفات الاجرائية:

الأطر الشكلية: مجموعة من الأساليب والعمليات الشكلية التي تستخدمها الصحف لتعمل من خلالها على تشكيل اتجاهات وتعديل تفسيرات الجمهور وتفضيلاتهم نحو قضية الارهاب، من خلال مجموعة من العلاقات التصميمية وعناصر الإبراز وإثارة الانتباه. حيث تؤدي الأطر الشكلية إلى تقديم وطرح القضية أو الحدث وإضفاء أهمية على زوايا أو أفكار محددة فيه، ويحدد الخطط التي تدفع الجمهور على قراءتها ومتابعتها والتفكير فيها، واتخاذ قراراً نحوها بطريقة معينة.

العلاقات التصميمية والبنائية: مجموعة من العناصر والمبادئ الإنشائية المستخدمة في عملية التصميم، وهي مبادئ تكون مختلفة في المعاني وهي في حالة التفرد وتكتسب معاني أخرى وهي مجتمعة، وتتحدد هذه العلاقات في (التوازن المتماثل - التوازن الغير متماثل - التدرج التباين - الانسجام - التناسب - التكرار والإيقاع - السيادة).

عناصر إثارة الانتباه: مجموعة العناصر التي تخلق الرغبة والإقناع من خلال إثارة الحواس إليها، حيث تتداخل هذه العناصر محققة التنوع، وتصبح أقوى منبه حسي يثير انتباه القارئ نحو الموضوع وسط العديد من الموضوعات التحريرية أو الإعلانية المتجاورة.

عناصر الإبراز: العناصر المستخدمة في إبراز الموضوع على الصفحة، من خلال استخدام الصورة أو العنوان أو الأرضيات أو اللون أو الإطارات أو موقع الموضوع داخل الصحيفة وعلى الصفحة نفسها لإبراز قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية.

تساؤلات الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

- 1- التعرف على العلاقة بين التصاميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية وجذب القراء نحو هذه القضية.
- 2- التعرف على دور التصاميم والأطر الشكلية فى تحقيق الانتباه للموضوعات التى تتناول قضية الإرهاب فى صحف الدراسة.
- 3- التعرف على العلاقة بين التصاميم والأطر الشكلية التى تقدم بها قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية وتهيئة القراء معرفياً نحو هذه القضية وتأثرهم بها.
- 4- معرفة انعكاسات الأطر التى تعرض بها قضية الإرهاب فى التأثير على اتجاهات القراء نحوها.
- 5- معرفة التأثيرات المعرفية الناتجة عن تعرض القراء للتصميم والإطار الشكلى المقدمة به قضية الإرهاب، وانعكاس ذلك على حجم وعيهم بهذه القضية، ومستوياتها وأولوياتها لديهم.

ثانياً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

- 1- التعرف على الأطر الشكلية المستخدمة فى جذب وانتباه القراء نحو الأخبار والموضوعات المتعلقة بقضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية.
- 2- التعرف على الأساليب الإخراجية والعناصر البنائية المستخدمة فى عرض الأخبار والموضوعات المتعلقة بقضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية.
- 3- التعرف على أساليب التصميم المستخدمة فى عرض الأخبار والموضوعات المتعلقة بقضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية.
- 4- التعرف على عناصر الإبراز المستخدمة فى عرض الأخبار والموضوعات المتعلقة بقضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية.

فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين أساليب التصميم والأطر الشكلية التى تقدم بها قضية الارهاب وجذب انتباه القراء نحوها.
- الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية بين أساليب التصميم والأطر الشكلية التى تقدم بها قضية الارهاب وتشكيل اتجاهات القراء نحوها.
- الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين أساليب تصميم والأطر الشكلية التى تقدم بها قضية الارهاب وتهيئة القراء معرفياً نحوها.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الارهاب وتبنى القراء وجهة نظر معينة نحوها.

الفرض الخامس: توجد فروق دالة إحصائياً بين توجهات القراء الفكرية المختلفة وتأثرهم بالتصميم والإطار الشكلى الذى تقدم به قضية الارهاب فى الصحف المصرية اليومية.

الفرض السادس: توجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث فى تأثرهم بالتصميم والإطار الشكلى الذى تقدم به قضية الارهاب فى الصحف المصرية اليومية.

الفرض السابع: توجد فروق دالة إحصائياً بين خصائص القراء الديموجرافية وتأثرهم بالتصميم والإطار الشكلى الذى تقدم به قضية الارهاب فى الصحف المصرية اليومية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمى هذه الدراسة إلى نوع البحوث الوصفية التى تتجه إلى جمع البيانات والمعلومات والتعبير عنها كما وكيفاً أو بالاثنتين معاً، بما يوضح خصائص الظاهرة وسماتها⁴⁵. كما أنها تُعنى بحصر العوامل المختلفة المؤثرة في الظاهرة، وقد تتضمن فروضاً مبدئية تربط بين متغيرين أو أكثر⁴⁶، ويسعى هذا البحث إلى دراسة معالجة الصحف المصرية اليومية لقضية الارهاب من الناحية الشكلية والتصميمية، وتأثير طريقة وأطر المعالجة الشكلية على تحقيق الجاذبية والانتباه وتأثيرها على اتجاهاتهم نحو هذه القضية.

وتستخدم الدراسة منهج المسح بشقيه التحليلى والميدانى وذلك:

أ- لتحليل التصاميم والأطر الشكلية التى تقدم بها قضية الإرهاب فى صحف الأخبار والوفد والشروق.

ب- لمسح عينة من القراء لمعرفة مدى تأثرهم بالتصاميم التى تقدم بها قضية الإرهاب فى الصحف اليومية، وانعكاسها على عملية الجذب والانتباه لديهم، وتهيئتهم معرفياً نحوها، وتحديد وترتيب أهميتها لديهم.

عينة الدراسة:

- بالنسبة للدراسة التحليلية فقد تمت بأسلوب الحصر الشامل للأطر الشكلية لكل الموضوعات والأخبار (المضمون التحريرى) التى تناولت قضية الارهاب فى صحف (الأخبار، الوفد، الشروق) خلال الفترة المحددة وباستخدام أداة تحليل المضمون، لمدة 24 شهراً (عامين كاملين) تبدأ من 2013/6/30 وتنتهى فى 2015/6/30، واعتمدت الدراسة على أسلوب

الأسبوع الصناعي فى اختيار العينة، ليصل عدد العينة إلى 246 عدد، بواقع 82 عدد من كل صحيفة بعد استبعاد يوم السبت وهو العدد الأسبوعى لصحيفة الأخبار وتم استبعاد يوم السبت من صحيفتى الوفد والشروق بالتبعية لتحقيق الانسجام فى العينة.

وتم اختيار صحف (الأخبار - الوفد - الشروق) استناداً إلى نتائج الدراسة الإستطلاعية التى كشفت عن اهتمام هذه الصحف بقضية الإرهاب حيث روعى فى اختيار هذه الصحف أن يتوافر فيها ما يلى:

1. أن تحظى بأعلى معدلات اهتمام بالقضية محل الدراسة.
2. أن تنتمي لأكثر من جهة إصدار، حيث تجمع ما بين الصحف القومية (الأخبار)، والحزبية (الوفد)، والخاصة (الشروق).
3. الأكثر اهتماماً باستخدام علاقات التصميم والأطر الشكلية المختلفة لعرض قضية الإرهاب.

4. الأكثر استخداماً لعناصر الإبراز والمحقة للجاذبية والإنتباه نحو قضية الارهاب.

- بالنسبة للدراسة الميدانية فقد تم التطبيق على عينة عشوائية من طلاب الفرقة الرابعة فى أقسام وكليات الإعلام بجامعة (عين شمس، بنى سويف، أسيوط، الأزهر "بنين وبنات")، وبمعدل 100 طالب من كل جامعة، ليصبح حجم العينة (400) مفردة. وقد روعى اختيار طلاب الفرقة الرابعة من طلبة الصحافة أقسام وكليات الإعلام لسهولة فهمهم لمصطلحات الدراسة المتخصصة والتى يصعب على القارئ العادى فهمها.

- تم اختيار الفترة من 2013/6/30 حتى 2015/6/30 لتحليل الأطر الشكلية للموضوعات والأخبار التى تتناول قضية الإرهاب وذلك انطلاقاً من المبررات الآتية: حيث تعد هذه الفترة هى أكثر الفترات التى شغلت فيها قضية الإرهاب اهتمام الرأى العام المصرى والصحافة معاً، وجاءت على قائمة الأجندة الإعلامية وهو ما أبرزته الدراسة الإستطلاعية المسحية لكثافة اهتمام الصحف اليومية بقضية وأحداث الإرهاب فى مصر فى تلك الفترة التى بدأت فيها العمليات الإرهابية فى مصر بعد 2013/6/30 مثل حادث كمين الجورة بشمال سيناء فى 2013/7/4، والهجوم على كمين شرطة الإسكندرية فى 2013/8/21، والهجوم سياراً قوات الأمن المركزى فى 2014/6/28، وحادثة كرم القواديس فى 2014/10/24، وأخيراً (وقت إجرا الدراسة) مقتل النائب العام فى 2015/6/29.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على استمارتى تحليل المضمون (الشكل) والاستبيان*، وذلك على النحو

التالى:

1) استمارة تحليل المضمون (الشكل): وهى من أهم الأدوات المستخدمة فى دراسة مضمون وسائل الاتصال، لذا قام الباحث باستخدام أداة تحليل المضمون (الشكل) الكمية والكيفية للأخبار والموضوعات التى تتناول قضية الارهاب فى صحف الأخبار والوفد والشروق، من خلال وحدات فئات التحليل التى وضعها الباحث لربط نتائج التحليل الكمية والكيفية باستجابات جمهور القراء التى تم جمعها، مما يجعل نتائج التحليل أكثر وضوحاً وأكثر قدرة على الإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فروضها، وكانت عناصر الاستمارة بمثابة وحدات للتحليل فى هذا البحث.

وتكونت صحيفة تحليل المضمون (الشكل) من فئات التحليل التالية:

أ/ العلاقات التصميمية للأطر الشكلية:

- 1- العلاقات البنائية: (التوازن المتماثل - التوازن الغير متماثل - التدرج التباين - الانسجام - التناسب - التكرار والإيقاع - السيادة).
- 2- عناصر إثارة الانتباه المستخدمة فى الأطر الشكلية: (الحجم والمساحة - الموقع - الانفراد. - الشكل والصورة - اللون).

ب/ عناصر الإبراز المحققة للجاذبية والانتباه المستخدمة فى الأطر الشكلية:

- الصورة (فوتوغرافية - رمزية - كاريكاتورية).
- العنوان (ملون - كبير - معالج جرافيكياً - على أرضية - داخل إطار).
- الأرضيات (ملونة - شبكية رمادية - المعكوسة).
- اللون (مع العناوين - مع الأرضيات - مع الصور - مع الإطارات).
- الإطار (نحيف - سميك).
- الموقع على الصفحة (فى المركز البصرى - فى وسط الصفحة - فى أسفل الصفحة).
- الموقع داخل الصحيفة (صفحة أولى - صفحة داخلية - صفحة أخيرة).

2) صحيفة الاستقصاء:

اعتمد الباحث على صحيفة الاستقصاء التى صممت فى ضوء فروض الدراسة وتساؤلاتها انطلاقاً من الدراسات السابقة والإطار النظرى المتمثل فى نظرية الأطر وتطبيقها على عينة الدراسة.

اختبارات الصدق والثبات:

باستخدام أسلوب الصدق الظاهري لاستمارة التحليل والاستبيان تم فحص أداة القياس من خلال عرضها عدد من السادة المحكمين المتخصصين للحكم على صلاحية الإستمارة وقد أقرروا بأن الاستمارة تقيس بالفعل أهداف الدراسة وفروضها بعد إدخال بعض التعديلات على فئاتها.

وبالنسبة لثبات التحليل فتم تحقيقه عن طريق القيام بأسلوب Test Re-Test حيث تم إجراء اختبار ثبات التحليل مع اثنين من الباحثين* على عينة قدرها 10% من مجتمع الدراسة التحليلية بواقع (24 عدداً من الصحف الثلاثة)، وذلك لتحديد نسبة ثبات صحيفة تحليل المضمون، حيث شرح الباحث وحدات التحليل والفئات الخاصة بها وتم تزويدهم بنسخ من صحيفة التحليل والتعريفات الإجرائية وبلغت قيمة معامل الثبات (0.87) وهي نسبة تدل على صلاحية المقياس للتحليل. ولقياس ثبات الاستبيان استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار على 10% من حجم العينة الأصلية بواقع (40) مفردة من إجمالي العينة، بعد مرور أسبوعين من تطبيق الاستمارة، وبلغت قيمة معامل الثبات 94% وهي نسبة عالية تشير إلى ثبات المقياس ودقته في قياس الفروض.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية: تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- اختبار (z) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتيين مئويتين ، وقد اعتبرت قيمة z غير دالة إذا لم تصل 1.96 ، واعتبرت دالة عند مستوي ثقة 95% فأكثر إذا بلغت 1.96 وأقل من 2.58 ، واعتبرت دالة عند مستوي ثقة 99% فأكثر إذا بلغت 2.58 فأكثر.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.

- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر ، أي عند مستوى معنوية (0.05) فأقل .

النتائج العامة للدراسة واختبار صحة الفروض :

أولاً- نتائج الدراسة التحليلية:

أ/ العلاقات التصميمية للأطر الشكلية:

1. العلاقات البنائية ودورها تحقيق الجاذبية والانتباه نحو الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية:

جدول (1)

العلاقات البنائية ودورها فى تحقيق الجاذبية والانتباه فى الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية

الإجمالى		صحيفة الشروق		صحيفة الوفد		صحيفة الأخبار		علاقات التصميم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العلاقات البنائية
19	1281	17	339	20	375	20	567	التدرج والتباين
18	1152	14	300	18	345	18	507	السيادة
16	1078	16	321	16	296	16	461	التوازن الغير متماثل
15	1063	13	263	16	302	17	498	الانسجام
13	930	15	291	13	250	13	389	التناسب
12	815	15	311	10	188	11	316	التكرار والايقاع
7	505	10	212	7	128	5	165	التوازن المتماثل

%100	6824	%100	2037	%100	1884	%100	2903	الإجمالي
------	------	------	------	------	------	------	------	----------

إن لكل بنية تصميمية أسس تقوم عليها تكون السبب في ديمومتها وقوتها، لأن التصميم منظومة مترابطة من العلاقات ترتكز على أسس تدعم قوة العناصر وتماسكها، وتعد هذه الأسس أسساً جمالية في عموم التصميم ثنائى الأبعاد، كما أنها الخطوة الأولى لتشكيل العلاقات في التصميم⁴⁷. وتعد العلاقات البنائية من الأسس المهمة التي يتفرع منها العديد من الأسس التصميمية الأخرى المستخدمة بناء التصميم وتكوين وحدته، بصورة تجعل كل العناصر توليفة متكاملة وظيفياً وتعبيرياً وجمالياً. لذلك تعد العلاقات البنائية من ضرورات التصميم المستقر، لأنها تقوم على أساس تلاؤم كل العناصر البنائية المستخدمة في بناء الموضوع. ويمكن تحقيق العلاقات البنائية في التصميم من خلال توافر التوازن المتماثل وغير المتماثل بين العناصر، والتناسب، والانسجام، والسيادة، والتكرار والإيقاع⁴⁸.

ويتضح من الجدول السابق أن أكثر العلاقات البنائية المحققة للعلاقات التصميمية في عرض موضوع أو قضية الإرهاب في الصحف محل الدراسة التدرج والتباين للعناصر حيث بلغت نسبته 19%، وكانت أكثر صحف الدراسة استخداماً له الأخبار والوفد بنسبة 20% في كل منهما. وبنسبة 18% استخدمت السيادة للعناصر، وكانت أكثر الصحف المحققة له الأخبار والوفد بنسبة 18%، تلاها الوفد في كل منهما. وبنسبة 16% استخدم التوازن الغير متماثل للعناصر، وقد استخدمته الصحف الثلاثة بنسبة متساوية في كل منها. وبنسبة 15% استخدم الانسجام بين العناصر، واستخدم بنسبة 17% في صحيفة الأخبار، وبنسبة 16% في صحيفة الشروق، وبنسبة 13% في كل من صحيفة الوفد. وبنسبة 13% استخدم التناسب بين العناصر، واستخدم بنسبة 15% في صحيفة الشروق، وبنسبة متساوية بلغت 13% في صحيفتي الأخبار والوفد. وبنسبة 12% استخدم التكرار والإيقاع بين العناصر، واستخدم بنسبة 15% في صحيفة الشروق، وبنسبة 11% في صحيفة الأخبار، وبنسبة 10% في صحيفة الوفد. وبنسبة 7% استخدم التوازن المتماثل بين العناصر، واستخدم بنسبة 10% في صحيفة الشروق، وبنسبة 7% في صحيفة الوفد، وبنسبة 5% في صحيفة الأخبار.

2. تحقيق عناصر إثارة الانتباه في الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب في الصحف

المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية:

جدول (2)

عناصر إثارة الانتباه في الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب في الصحف المصرية

اليومية محل الدراسة التحليلية

الإجمالي		صحيفة الشروق		صحيفة الوفد		صحيفة الأخبار		علاقات التصميم عناصر إثارة الانتباه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
34	6879	38	2700	32	1536	32	2643	الشكل والصورة
24	4801	21	1425	25	1215	27	2161	الموقع
20	4044	18	1290	19	918	23	1836	اللون
13	2538	13	918	15	756	10	864	الحجم والمساحة
9	1787	10	704	9	435	8	648	الانفراد
%100	20049	%100	7037	%100	4860	%100	8173	الإجمالي

تأتى أهمية عناصر إثارة الانتباه فى بنية الموضوع على الصفحة من أنها تولد توليفة متماسكة ويدخل معها التنوع بكل معانى التغيير والحركة والتجدد داخل البنية ضمن حدود من حدوث العشوائية، لأن معنى الجمال يكتمل بتوفر عناصر إثارة الانتباه داخل تصميم أو تكوين الموضوع على الصفحة وهو يأتى بعدة أساليب كما أوضح الجدول السابق:

حيث كانت أكثر علاقات التصميم المحققة لإثارة الانتباه فى عرض موضوع أو قضية الإرهاب فى الصحف محل الدراسة من خلال الشكل والصورة بنسبة 34%، وكان أكثر الصحف استخداماً له الشروق بنسبة 38%، وبنسبة متساوية بين صحيفتى الأخبار والوفد بلغت 32%. وبنسبة 24% استخدمت عنصر الموقع فى عرض الموضوع أو القضية على الصفحة، بنسبة 27% فى الأخبار، ونسبة 25% فى الوفد، ونسبة 21% فى الشروق. واستخدم عنصر اللون بنسبة 20%، وبلغت نسبته 23% فى صحيفة الأخبار، وبنسبة 19% فى صحيفة الوفد، وفى صحيفة الشروق بلغت 18%. كما استخدم عنصر الحجم والمساحة فى عرض الموضوعات التى تتناول قضية الإرهاب بنسبة 13%، وكانت أكثر الصحف استخداماً له الوفد بنسبة 1%، فالشروق بنسبة 13%، وأخيراً الأخبار بنسبة 10%. وأخيراً وبنسبة 9% استخدم عنصر الانفراد، وكانت نسبته 10% فى الوفد، و9% فى الشروق، و8% فى الأخبار.

ب/ عناصر الإبراز المحققة للجاذبية والانتباه:

3. استخدام الصورة كعنصر إبراز للموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية:

جدول (3)

استخدام الصورة كعنصر إبراز للموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية

الإجمالي		صحيفة الشروق		صحيفة الوفد		صحيفة الأخبار		عناصر الإبراز الصورة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
86	5931	94	2529	67	1026	90	2376	صورة فوتوغرافية
10	678	6	171	23	348	6	159	صورة كاريكاتورية
4	270	—	—	10	162	4	108	صورة رمزية
%100	6879	%100	2700	%100	1536	%100	2643	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن أكثر الصور المستخدمة في الصحف الثلاثة كعنصر إبراز للموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب هي الصورة الوظيفية وبنسبة عالية جداً بلغت 86%، وكانت أكثر الصحف استخداماً لها الشروق بنسبة 94%، تلاها الأخبار بنسبة 90%، ثم الوفد بنسبة 67%. واستخدمت الصورة الكاريكاتورية بنسبة 10%، تفوقت الوفد في استخدام الكاريكاتير بنسبة 23%، تلاها الأخبار والشروق بنسبة 6%. واستخدمت الصورة التعبيرية بنسبة 4%، وبلغت نسبتها في الوفد 10%، و 4% في الأخبار.

4. استخدام العنوان كعنصر إبراز للموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية:

جدول (4)

استخدام العنوان كعنصر إبراز للموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية

الإجمالي	صحيفة الشروق	صحيفة الوفد	صحيفة الأخبار	عناصر الإبراز
----------	--------------	-------------	---------------	---------------

العنوان		ك	%	ك	%	ك	%	
عنوان كبير	595	22	648	36	1242	49	2485	35
عنوان ملون	918	34	486	27	594	23	1998	28
عنوان على أرضية	1134	42	270	15	432	17	1836	26
عنوان معالج جرافيكياً	51	2	219	12	270	11	540	8
عنوان حوله إطار	—	—	165	10	—	—	165	3
الإجمالي	2698	%100	1782	%100	2538	%100	7018	%100

يتضح من الجدول السابق أن أكثر العناوين المستخدمة لإبراز الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب في الصحف الثلاثة جاء استخدام العنوان الكبير في مقدمتها بنسبة 35%، وبلغت نسبته في الشروق 49%، وفي الوفد 36%، وفي الأخبار 22%. تلاه العنوان الملون بنسبة 28%، وبلغت نسبته في الأخبار 34%، و 27% في الوفد، و 23% في الشروق. تلاه العنوان الموضوع على أرضية بنسبة 26%، وبلغت نسبته 42% في الأخبار، و 17% في الشروق، و 15% في الوفد. تلاه العنوان المعالج جرافيكياً بنسبة 8%، وبلغت نسبته 12% في الوفد، و 11% في الشروق، و 2% في الأخبار. وأخيراً العنوان المؤطر واستخدم فقط في صحيفة الوفد بنسبة 3%.

5. استخدام الأرضيات كعنصر إبراز للموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية:

جدول (6)

استخدام الأرضيات كعنصر إبراز للموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية

عناصر الإبراز		صحيفة الأخبار		صحيفة الوفد		صحيفة الشروق		الإجمالي	
الأرضيات		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ملونة		167	27	278	50	154	27	599	35

33	551	50	270	21	117	28	164	شبكة رمادية
32	552	23	111	29	166	45	275	المعكوسة
%100	1702	%100	535	%100	561	%100	606	الإجمالى

يتضح من الجدول السابق أن أكثر الأرضيات المستخدمة لإبراز الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب فى الصحف الثلاثة جاءت الأرضيات الملونة فى المرتبة الأولى بنسبة 35%، بنسبة عالية فى الوفد بلغت 50%، و 27% فى صحيفتى الأخبار والشروق. تلاها الأرضيات الشبكية الرمادية بنسبة 33%، وبلغت نسبتها فى الشروق 59% وهى نسبة عالية، وبلغت نسبتها فى الأخبار 28%، وفى الوفد 18%. تلاها الأرضيات المعكوسة على أرضية سوداء أو ملونة أو رمادية بنسبة 32%، وبلغت نسبتها فى الأخبار 45% وهى نسبة عالية أيضاً، وبلغت نسبتها 25% فى كل من الوفد والشروق.

6. استخدام اللون كعنصر إبراز للموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية:

جدول (6)

استخدام اللون كعنصر إبراز للموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية

الإجمالى		صحيفة الشروق		صحيفة الوفد		صحيفة الأخبار		عناصر الابرار اللون
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
49	1998	46	594	53	486	50	918	ألوان مع العنوان
34	1382	39	500	14	131	41	751	ألوان مع الصورة
15	599	12	154	30	278	9	167	ألوان مع الأرضيات
2	65	3	42	3	23	—	—	ألوان مع الإطارات
%100	4044	%100	1290	%100	918	%100	1836	الإجمالى

يتضح من الجدول السابق أن أكثر الألوان المستخدمة لإبراز الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب فى الصحف الثلاثة جاءت مع العنوان بنسبة 49% فى المرتبة

الأولى، بنسبة بلغت 50% فى الوفد، وبنسبة 53% فى الأخبار، وبنسبة فى 46% فى الشروق. تلاها استخدام الألوان مع الصورة بنسبة 34%، وبلغت نسبتها فى الأخبار 41%، و39% فى الوفد، وبنسبة قليلة فى الشروق بلغت 14%. تلاها استخدام الألوان مع الأرضيات بنسبة 15%، وكانت أكثر الصحف استخداماً لها الوفد وبلغت نسبتها 30%، وبنسبة 12% فى الشروق، وبنسبة 9% فى الأخبار. وأخيراً وبنسبة قليلة جداً بلغت 2% جاء استخدام الألوان مع الإطارات، واستخدمت بنسبة 3% فى كل من صحيفتى الوفد والشروق، ولم تستخدم فى الأخبار.

7. استخدام الإطارات كعنصر إبراز للموضوعات التى تتناول قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية:

جدول (7)

استخدام الإطارات كعنصر إبراز للموضوعات التى تتناول قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية

الإجمالى		صحيفة الشروق		صحيفة الوفد		صحيفة الأخبار		عناصر الابرار الإطارات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
64	900	86	648	65	252	—	—	إطار نحيف
36	508	14	105	35	132	100	271	إطار سميك
%100	1408	%100	753	%100	384	%100	271	الإجمالى

يتضح من الجدول السابق أن أكثر الإطارات المستخدمة لإبراز الموضوعات التى تتناول قضية الإرهاب فى الصحف الثلاثة جاءت الإطار النحيف بنسبة عالية بلغت 64%، بنسبة 86% فى الشروق، وبنسبة 65% فى الوفد، ولم تستخدم فى الأخبار. تلاها الإطار السميك بنسبة 36%، وبلغت نسبته 100% فى الأخبار، و 35% فى الوفد، و 14% فى الشروق.

8. استخدام الموقع على الصفحة كعنصر إبراز للموضوعات التى تتناول قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية:

جدول (8)

استخدام الموقع على الصفحة كعنصر إبراز للموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية

الإجمالي		صحيفة الشروق		صحيفة الوفد		صحيفة الأخبار		عناصر الابرار الموقع على الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
37	2346	38	726	27	486	42	1134	فى المركز البصرى
35	2236	30	560	45	812	32	864	فى وسط الصفحة
28	1803	32	604	28	497	26	702	فى أسفل الصفحة
%100	6385	%100	1890	%100	1795	%100	2700	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن المواقع المستخدمة لإبراز الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب في الصحف الثلاثة جاء ترتيبها كالتالى: نسبة 37% فى المركز البصرى للصفحة. وكانت أكثر الصحف استخداماً له الأخبار بنسبة 42%، تلاها الشروق بنسبة 38%، تلاها الوفد بنسبة 27%. تلاها نسبة 35% فى وسط الصفحة. وبنسبة 45% فى الوفد، ونسبة 32% فى الأخبار، ونسبة 30% فى الشروق. تلاها نسبة 28% فى أسفل الصفحة. بنسبة 32% فى الشروق، ونسبة 28% فى الوفد، ونسبة 26% فى الأخبار.

9. استخدام الموقع داخل الصحيفة كعنصر إبراز للموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية:

جدول (9)

استخدام الموقع داخل الصحيفة كعنصر إبراز للموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية محل الدراسة التحليلية

الإجمالي		صحيفة الشروق		صحيفة الوفد		صحيفة الأخبار		عناصر الابرار الموقع داخل الصحيفة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
75	4801	75	1425	68	1215	80	2161	صفحة داخلية

19	1204	21	397	27	483	12	324	صفحة أولى
6	380	4	68	5	97	8	215	صفحة أخيرة
%100	6385	%100	1890	%100	1795	%100	2700	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن المواقع داخل الصحيفة المستخدمة لإبراز الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب في الصحف الثلاثة جاء ترتيبها كالتالي: نسبة 75% في الصفحات الداخلية. وكانت أكثر الصحف استخداماً لها الأخبار بنسبة 80%، تلاها الشروق بنسبة 75%، تلاها الوفد بنسبة 68%. تلاها نسبة 19% في الصفحة الأولى. بنسبة 27% في الوفد، ونسبة 21% في الشروق، ونسبة 12% في الأخبار. تلاها نسبة 28% في الصفحة الأخيرة. بنسبة 8% في الأخبار، ونسبة 5% في الوفد، ونسبة 4% في الشروق.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية

10. معدل قراءة المبحوثين للصحف المصرية اليومية:

جدول (10)

معدل قراءة المبحوثين للصحف المصرية اليومية وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة معدل القراءة
%	ك	%	ك	%	ك	
26.8	107	29.0	60	24.4	47	دائماً
52.0	208	51.7	107	52.3	101	أحياناً
21.3	85	19.3	40	23.3	45	نادراً
100.0	400	100.0	207	100.0	193	الإجمالي

قيمة كا² = 1.578 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.454

الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن 26.8% من المبحوثين بالصحف المصرية اليومية (بصفة دائمة)، بينما يقرؤها 52.0% منهم (أحياناً)، وفي المقابل يقرؤها 21.3% منهم نادراً.

وبحساب قيمة كاسبلغت (1.578) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومعدل قراءتهم للصحف المصرية اليومية.

11. ترتيب أهم الصحف المصرية اليومية حسب متابعة المبحوثين للموضوعات والقضايا المهمة بها:

جدول (11)

ترتيب أهم الصحف المصرية اليومية حسب متابعة المبحوثين للموضوعات والقضايا المهمة بها

الوزن المرجح		الثالث	الثاني	الأول	الترتيب الصحف
وزن منوي	النقاط				
44	1056	45	54	301	الأخبار
29.5	708	136	220	44	الشروق
26.5	636	219	126	55	الوفد
2400		مجموع الأوزان المرجحة			

يتضح من الجدول السابق: أن أهم الصحف المصرية اليومية التي يتابع بها المبحوثون الموضوعات والقضايا المهمة جاء ترتيبها كالتالي: صحيفة الأخبار بمجموع نقاط ترجيحية (1056) ووزن نسبي (44)، ثم صحيفة الشروق بمجموع نقاط ترجيحية (708) ووزن نسبي (29.5)، ثم صحيفة الوفد بمجموع نقاط ترجيحية (636) ووزن نسبي (26.5).

12. درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة قضية الارهاب فى الصحف المصرية اليومية:

جدول (12)

درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة قضية الارهاب فى الصحف المصرية اليومية وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة درجة الاهتمام
%	ك	%	ك	%	ك	
44.0	176	44.0	91	44.0	85	بدرجة كبيرة

48.0	192	47.8	99	48.2	93	بدرجة متوسطة
8.0	32	8.2	17	7.8	15	بدرجة منخفضة
100.0	400	100.0	207	100.0	193	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 1.016$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.951

الدلالة = غير دالة

يكشف الجدول السابق: أن درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة قضية الإرهاب جاءت كالتالي: أن المبحوثين يهتمون بمتابعة قضية الإرهاب بدرجة متوسطة بنسبة 48%، ويهتمون بدرجة كبيرة بنسبة 44%، ويهتمون بدرجة منخفضة بنسبة 8%.

وبحساب قيمة χ^2 بلغت (1.016) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ودرجة اهتمامهم بمتابعة قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية.

13. مدى تأثير الشكل الاخراجى للخبر أو الموضوع الذى يتناول قضية الإرهاب على مدى اهتمام المبحوثين بقراءته أو متابعتها من وجهة نظرهم:

جدول (13)

مدى تأثير الشكل الاخراجى للخبر أو الموضوع الذى يتناول قضية الإرهاب على مدى اهتمام المبحوثين بقراءتها أو متابعتها من وجهة نظرهم وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة مدى التأثير
%	ك	%	ك	%	ك	
38.8	155	37.7	78	39.9	77	بدرجة كبيرة
48.8	195	49.3	102	48.2	93	بدرجة متوسطة
12.5	50	13.0	27	11.9	23	بدرجة منخفضة
100.0	400	100.0	207	100.0	193	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 2.491$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.175

الدلالة = غير دالة

يظهر الجدول السابق: أن درجة تأثير الشكل الإخراجي للخبر أو الموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب على مدى اهتمام المبحوثين بقراءتها أو متابعتها جاءت كالتالي: يؤثر الشكل الإخراجي بدرجة متوسطة بنسبة 48.8%، ويؤثر بدرجة كبيرة بنسبة 38.8%، ويؤثر بدرجة منخفضة بنسبة 12.5%.

وبحساب قيمة كاسي (2.491) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورؤيتهم لتأثير الشكل الإخراجي للخبر أو الموضوع على درجة اهتمامهم بمتابعة قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية.

14. أهم العناصر والدوافع الأكثر جذباً للانتباه نحو قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (14)

أهم العناصر والدوافع الأكثر جذباً للانتباه نحو قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة العناصر
%	ك	%	ك	%	ك	
30.5	122	30.4	63	30.6	59	الشكل
21.8	87	20.8	43	22.8	44	حديث الساعة
27.5	110	29.5	61	25.4	49	المضمون
20.3	81	19.3	40	21.2	41	يقع ضمن أولويات اهتمامي
100.0	400	100.0	207	100.0	193	الإجمالي

قيمة كاسي = 1.890 درجة الحرية = 3 مستوى المعنوية = 0.596

الدلالة = غير دالة

الانتباه هو عملية تركيز وتوجيه الحواس إلى الشيء أو الفكرة التي جذبت الانتباه مع ترك المؤثرات والمنبهات الأخرى جانباً بحيث لا تصل إلى الشعور في الفترة التي يتم فيها التركيز والتوجيه⁴⁸.

ويتضح من الجدول السابق: أن أكثر العناصر والدوافع جذباً نحو قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية جاءت كالتالي: جاء الشكل بنسبة 30.5%، تلاه المضمون بنسبة 27.5%، تلاه أن القضية حديث الساعة بنسبة 21.8%، وأخيراً أن الدافع لقراءة ومتابعة هذه القضية أنها تقع ضمن أولويات اهتمام القارئ بنسبة 20.3%. وهو ما يعني أن للشكل دور كبير في جذب انتباه القراء نحو الموضوعات المنشورة بالصحف، باعتباره أول ما يلتفت انتباه القارئ إلى أي موضوع أو خبر.

وبحساب قيمة كاي² بلغت (1.890) عند درجة حرية = (3)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورؤيتهم حول أكثر العناصر والدوافع المؤثرة على درجة اهتمامهم بمتابعة قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية.

15. درجة علاقة التصميم والشكل الاخراجي للخبر أو الموضوع بقراءة المبحوثين لقضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية:

جدول (15)

درجة علاقة التصميم والشكل الاخراجي للخبر أو الموضوع بقراءة المبحوثين لقضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة درجة العلاقة
%	ك	%	ك	%	ك	
34.5	138	34.3	71	34.7	67	يجذب انتباهي لقراءة الموضوع
21.0	84	21.7	45	20.2	39	يؤثر في اتجاهاتي نحو القضية
28.0	112	29.5	61	26.4	51	يهيئني معرفياً نحو القضية
16.5	66	14.5	30	18.7	36	يدفعني لتبنى وجهة نظر معينة
100.0	400	100.0	207	100.0	193	الإجمالي

قيمة كاي² = 4.922 درجة الحرية = 3 مستوى المعنوية = 0.784

الدالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن درجة علاقة التصميم والشكل الإخراجي للخبر أو الموضوع بقراءة المبحوثين لقضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية جاءت كالتالي: أن 34.5% يرون أن التصميم والشكل الإخراجي يجذب انتباههم لقراءة الموضوع، و 28% يرون أنه يهيئهم معرفياً نحو القضية. و 21% يرون أنه يؤثر في اتجاهاتهم نحو القضية، و 16.5% يرون أنه يدفعهم لتبني وجهة نظر معينة فيما يتعلق بقضية الإرهاب. ومما سبق يتبين مدى التأثير الذي يحدثه الشكل والتصميم في القارئ نحو الموضوع، حيث اشتملت عملية التأثير على مراحل التأثير علي المسوي الشخصي وأبعادها المختلفة، فبعد تحقيق الجاذبية ينتقل إلي التأثير على النواحي المعرفية⁴⁹، ثم على المواقف والاتجاهات⁵⁰، وأخيراً التأثير على السلوك وتبني وجهات نظر معينة⁵¹.

وبحساب قيمة χ^2 بلغت (4.922) عند درجة حرية = (3)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورؤيتهم حول درجة علاقة التصميم والشكل الإخراجي للخبر أو الموضوع بقراءة المبحوثين لقضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية.

16. درجة علاقة التصميم والشكل الإخراجي للخبر أو الموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب في الصحف اليومية بمدى وعي المبحوثين بالقضية:

جدول (16)

درجة علاقة التصميم والشكل الإخراجي للموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب في الصحف اليومية بمدى وعي المبحوثين بالقضية وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة الدرجة
%	ك	%	ك	%	ك	
50.5	202	49.8	103	51.3	99	درجة كبيرة
32.5	130	32.4	67	32.6	63	درجة متوسطة
17.0	68	17.9	37	16.1	31	درجة منخفضة
100.0	400	100.0	207	100.0	193	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 2.136$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.628

الدالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن درجة علاقة التصميم والشكل الإخراجي للموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب في الصحف اليومية بمدى وعي المبحوثين بالقضية جاءت كالتالي: أن 50.5% يرون أن التصميم والشكل الإخراجي يؤثر على درجة وعيهم بالقضية بدرجة متوسطة، و 32.5% يرون أنه يؤثر بدرجة كبيرة. و 17% يرون أنه يؤثر بدرجة منخفضة. وهذا يعطينا مؤشراً على أن التصميم والشكل الإخراجي المقدمة به قضية الارهاب يؤثر على وعي المبحوثين بهذه القضية.

وبحساب قيمة كابلغت (2.136) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورؤيتهم حول درجة علاقة التصميم والشكل الإخراجي للموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب في الصحف اليومية بمدى وعي المبحوثين بالقضية.

17. درجة علاقة التصميم والشكل الإخراجي للموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب في الصحف اليومية بالتأثير على توجهات المبحوثين نحو القضية من ناحية القبول:
جدول (17)

درجة علاقة التصميم والشكل الإخراجي للموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب في الصحف اليومية بالتأثير على توجهات المبحوثين نحو القضية من ناحية القبول وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		الدرجة
%	ك	%	ك	%	ك	
38.0	152	36.2	75	39.9	77	بدرجة متوسطة
28.0	112	29.5	61	26.4	51	بدرجة كبيرة
34.0	136	34.3	71	33.7	65	بدرجة منخفضة
100.0	400	100.0	207	100.0	193	الإجمالي

قيمة كابلغت = 3.837 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.951

الدالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن درجة علاقة التصميم والشكل الإخراجي للموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب في الصحف اليومية بالتأثير على توجهات المبحوثين نحو القضية من

ناحية القبول جاءت كالتالى: أن 38% يرون أن التصميم والشكل الإخراجى يؤثر على توجهاتهم نحو قبول القضية بدرجة متوسطة، و34% يرون أنه يؤثر بدرجة منخفضة. و28% يرون أنه يؤثر بدرجة كبيرة. ويؤكد ذلك على أن التصميم والشكل الإخراجى المقدمة به قضية الإرهاب يؤثر على توجهات المبحوثين المبحوثين نحو قبول القضية. حيث أن تغيير الاتجاهات المعرفية المخزونة في الذاكرة يقترن بالمعلومات الجديدة التي تفرض نفسها وتتغلب على الدفاعات المقاومة التي أبدتها الأفكار والمعتقدات السابقة، فالمعلومات الجديدة تزيح المعلومات القديمة كما يتحدث أرسطو على استعداد الجمهور نفسياً لتقبل الأفكار والأشكال برفضها أو تحريفها⁵³.

وبحساب قيمة χ^2 بلغت (3.837) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورؤيتهم حول درجة علاقة التصميم والشكل الإخراجى للموضوع الذى يتناول قضية الإرهاب فى الصحف اليومية بالتأثير على توجهات المبحوثين نحو القضية من ناحية القبول.

18. درجة علاقة التصميم والشكل الإخراجى للموضوع الذى يتناول قضية الإرهاب فى الصحف اليومية بالتأثير على توجهات المبحوثين نحو القضية من ناحية الرفض:

جدول (18)

درجة علاقة التصميم والشكل الإخراجى للموضوع الذى يتناول قضية الإرهاب فى الصحف اليومية بالتأثير على توجهات المبحوثين نحو القضية من ناحية الرفض وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة الدرجة
%	ك	%	ك	%	ك	
34.0	136	33.3	69	34.7	67	بدرجة كبيرة
43.5	174	44.0	91	43.0	83	بدرجة متوسطة
22.5	90	22.7	47	22.3	43	بدرجة منخفضة
100.0	400	100.0	207	100.0	193	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 3.680$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.154

الدالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن درجة علاقة التصميم والشكل الإخراجي للموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب في الصحف اليومية بالتأثير على توجهات المبحوثين نحو القضية من ناحية الرفض جاءت كالتالي: أن 43.5% يرون أن التصميم والشكل الإخراجي يؤثر على توجهاتهم نحو رفض القضية بدرجة متوسطة، و 34% يرون أنه يؤثر بدرجة كبيرة. و 22.5% يرون أنه يؤثر بدرجة منخفضة. وهو ما يعني أن التصميم والشكل الإخراجي المقدمة به قضية الارهاب يؤثر على توجهات المبحوثين نحو رفضهم لقضية الإرهاب.

وبحساب قيمة كابلغت (3.680) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورؤيتهم حول درجة علاقة التصميم والشكل الإخراجي للموضوع الذي يتناول قضية الارهاب في الصحف اليومية بالتأثير على توجهات المبحوثين نحو القضية من ناحية الرفض.

19. الأساليب التصميمية الأكثر جذباً للإنتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (19)

الأساليب التصميمية الأكثر جذباً للإنتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

الدالة	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة الأساليب
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	1.456	38.5	154	39.1	81	37.8	73	التدرج التباين
غير دالة	1.132	32.8	131	31.9	66	33.7	65	التوازن الغير متماثل
غير دالة	1.204	37.3	149	37.7	78	36.8	71	التوازن المتماثل
غير دالة	1.507	28.5	114	28.5	59	28.5	55	الانسجام
غير دالة	1.714	31.3	125	30.4	63	32.1	62	التناسب
غير دالة	1.504	31.0	124	26.6	55	35.8	69	التكرار والإيقاع
غير دالة	0.552	22.3	89	20.8	43	23.8	46	السيادة
		400		207		193		جملة من سئلا

تعد البنية المظهر الحسي الذي يتجلى في الموضوع الجمالي، وهذه البنية تعبر عن حركة باطنية هي مظهر من مظاهر التوجه لفهم العلاقات القائمة في التصميم⁵⁴. ولقيام العلاقات لابد من وجود عناصر تتحد مع بعضها وفق أسلوب معين. فالتصميم شكل، والشكل بناء، والبناء مجموعة من العلاقات عبارة عن تداخل كل العناصر البنائية والمبادئ الانشائية. فالتصميم يبندئ بها وينتهي عندها. وإن أهم العلاقات البنائية هي الوحدة التي تضي التماسك بين العناصر، فضلاً عن الوحدة هناك التباين الذي يكمل معنى الوحدة وما ينتج عنهما من علاقات أخرى والتي تكون مختلفة المعانى وهي في حالة التفرّد وتكتسب معاني أخرى وهي مجتمعة⁵⁵.

ويتضح من الجدول السابق: أن (التدرج والتباين) جاء في مقدمة الأساليب التصميمية الأكثر جذباً للانتباه نحو الموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 38.5% حيث أنهما يعملان على الربط بين المتناقضات وبكافة الصفات المظهرية، وصولاً إلى حالة التناغم. فالتدرج قد يكون بطيئاً أو سريعاً يحدث التباين الذي يقوم على أساس الربط بين العناصر التيبوغرافية والجغرافية⁵⁶. ويستخدم التدرج والتباين أيضاً وخصوصاً في الألوان والأحجام لخلق الراحة للعين وتتبعات حالة الهدوء لكسر حدة التضاد الذي يستخدم كذلك لجذب القراء إلا أن شدته تؤثر في سهولة القراءة والرؤيا عند استخدامه في العناوين والمضامين⁵⁷.

ثم (التوازن المتماثل) في المرتبة الثانية بنسبة 37.5%، ثم (التوازن غير المتماثل) في المرتبة الثالثة بنسبة 32.8%، ويتأثران من خلال استخدام العناصر المتشابهة بالصفات والموقع عند توزيع العناصر على جانبي المحور العمودي أو الأفقي بما يخلق وحدة شكلية متماثلة، ومن ثم خلق التوازن الشكلي بأبسط أنواعه. أو من خلال توزيع العناصر قريباً وبعداً عن مركز النقل (الهندسي والبصري) في بنية (الموضوع الشكل التصميم) ويكون توازناً لاشكلي بسبب توازن شكل كبير مع شكل صغير أو أقل منه بالقيمة الضوئية⁵⁸.

ثم (التناسب) في المرتبة الرابعة بنسبة 31.3% ويرى (صلاح: 1998) أنه من العناصر المهمة جداً فهو يعمل على تقسيم الفراغ بين العناصر البنائية لغرض الحصول على تأثير بصري مستمر⁵⁹.

ثم (التكرار والإيقاع) في المرتبة الخامسة بنسبة 31% حيث يرى (إسماعيل: 1999) أن تكرار العناصر داخل البنية يخلق وحدة تقوم على أساس جمع العناصر التيبوغرافية والجغرافية ضمن نسق واحد. وقد يكون التكرار تام يشمل الخصائص البصرية والفواصل، أو غير تام باختلاف العناصر وصفاتها. لذلك يتم استثمار التكرار لإنشاء أكثر من شكل في صيغ مختلفة للوحدة⁶⁰.

ثم (الانسجام) في المرتبة السادسة بنسبة 28.5%، وهو يعني ملائمة كل عنصر تيبوغرافي أو جغرافيك مع العناصر الأخرى الموجودة داخل بنية (التصميم الشكل الموضوع) من ناحية الحجم أو الصنف⁶¹.

وأخيراً (السيادة) بنسبة 22.3%، ويؤكد (عبد الفتاح: 1973) أن سيادة أحد العناصر بصرياً على العناصر الأخرى يتيح للمصمم إيصال رسالة ونقل المتلقى من أجزاء التصميم ككل، والتقليل بين العناصر، وصولاً إلى المرحلة النهائية الخاصة بفهم الرسالة المرئية الموجهة. كما أن السيادة

تحقق التوازن أو الأيحاء به من خلال جعل أحد العناصر مركز العمل تتموضع حوله باقى العناصر الأخرى⁶².

وهذه النتيجة أثبتتها الدراسة التحليلية (جدول 2)، حيث جاء مبدأ التدرج والتباين في مقدمة العلاقات البنائية، كما جاءت متوافقة في بعض المبادئ مثل التوازن غير المتماثل والتكرار والإيقاع، واختلفت في الترتيب في بقيتها، غير أن هذه النتيجة تثبت أهمية الاعتماد على العلاقات التصميمية البنائية لتحقيق الإستقرار للتصميم.

20. العناصر الشكلية الأكثر إثارة للإنتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (20)

العناصر الشكلية الأكثر إثارة للإنتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة العناصر
%	ك	%	ك	%	ك	
24.0	96	24.6	51	23.3	45	حجم ومساحة الموضوع أو الخبر
20.8	83	19.8	41	21.8	42	موقع الموضوع أو الخبر
19.3	77	20.3	42	18.1	35	انفراد الموضوع أو الخبر
18.5	74	17.9	37	19.2	37	شكل وصور الموضوع أو الخبر
17.5	70	17.4	36	17.6	34	اللون المصاحب للموضوع أو الخبر
100.0	400	100.0	207	100.0	193	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 4.680$ درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية = 0.154

الدلالة = غير دالة

لضمان نجاح الإطار الشكلى المقدمة به قضية الإرهاب لابد أن يكون هذا الإطار متميزاً بالقدرة الكبيرة على جذب الإنتباه لاىصال الرسالة وسط عالم المتغيرات الملئ بالعديد من الموضوعات التحريرية أو الإعلانية المتجاورة، والحاوى على العديد من عوامل الجذب. لذلك وجب على المصمم اختيار الأفكار المناسبة والتي تخلق الرغبة والاقناع من خلال إثارة الحواس إليها⁶³. لذلك فإن الإنتباه هو عملية تركيز الشعور فى شئ ما، ولكن المرء لا ينتبه إلى جميع

المنبهات المحيطة به بل يختار منها ما يهيمه معرفته أو عمله. كما أن الشكل يحتاج إلى قيمة انتباه تكفى للإطلاع على موضوعه بطريقة مختصرة وبسيطة⁶⁴.

ويتضح من الجدول السابق: أن (حجم ومساحة الموضوع أو الخبر) جاء في مقدمة العناصر الشكلية الأكثر إثارة للانتباه نحو الموضوع الذي يتناول قضية الارهاب من وجهة نظر الباحثين بنسبة 24%، حيث يرى (صالح: 1998) أن حجم الموضوع ومساحته يلعب دوراً كبيراً في جذب انتباه القارئ، لأن كبر حجم الموضوع وزيادة مساحته يزيد من درجة وضوحه، ومن ثم وضوح العناصر التيبوغرافية والجرافيكية الموجودة فيه، فالموضوع الذي يحتل صفحة كاملة أو نصف صفحة يكون أقدر على جذب الانتباه من الموضوع الذي يحتل مساحة أقل من ذلك⁶⁵. كما أنه يعد أحد اللغة المرئية في التصميم الذي يجري تحليله على أساس تحديد النسبة والتناسب وتقسيم مقادير الأبعاد الخارجية مع أحجام العناصر الموجودة داخل التصميم، كما أن التفاوت الحجمي الحاصل بين العناصر المستخدمة يؤدي دوراً في إثارة الإحساس بالحركة ووجود الأعماق الفضائية داخل بنية التصميم⁶⁶.

ثم (موقع الموضوع أو الخبر) في المرتبة الثانية بنسبة 20.8%، ويرى (حسين: 1973) أن الموقع يعد أحد العناصر المهمة في جذب الإنتباه، حيث تتنافس المادة التحريرية والصور والعناوين. لذلك يعد أهم موقع يتم التركيز عليه هو الصفحات الأولى والأخيرة لما لها من قيمة كبيرة في التذكر وجذب الانتباه⁶⁷.

ثم (انفراد الموضوع أو الخبر) في المرتبة الثالثة بنسبة 20.3%، فقد أثبت (صابات: 1969)⁶⁸ أن الاختلاف من سائر ما هو موجود يشد النظر ومن ثم جذب الإنتباه "ويمكن تحقيق خاصية الانفراد ومن خلال مستويين هما: ما بين الموضوع والموضوعات المجاورة على نفس الصفحة، وإما بين مكونات الموضوع ذاته.

ثم (شكل وصور الموضوع أو الخبر) في المرتبة الرابعة بنسبة 17.9%، وقد قام المصمم هنا بإثارة الانتباه من خلال الشكل والصورة وفق علاقات التراكب، التلاحم، التقارب، التداخل، التماس. ومن خلال اللون وفق الشفافية، التدرج اللوني، الألوان المنفصلة والمركبة. وأخيراً من خلال علاقة الحركة بالخط لامتلاكه شحنة كبيرة للتعبير وفق وضعيته العمودية أو الأفقية.

وأخيراً (اللون المصاحب للموضوع أو الخبر) بنسبة 17.4%، فقد أكد (كلينين ورايموند: 1967)⁶⁹ أن اللون يعطينا الإحساس باللمس المرتبط بالإيهام البصري، وذلك من خلال ملمس

العنصر إيهامياً مطابقاً للملمس الحقيقي والذي وجوده مرتبط باللون الذي هو أساساً مرتبط باللون، فاللون هو الرمز الرئيس الواضح ليميز الجسم بواسطة مظهره التركيبي.

وقد اختلفت هذه النتيجة بعض الشيء عن الدراسة التحليلية في ترتيب أهم العناصر إثارة للانتباه نحو الموضوع أو القضية، حيث ركز المبحوثون على حجم ومساحة المضموع وموقعه وانفراده على الصفحة ويأتي بعدها الشكل واللون. في حين أن الدراسة التحليلية (جدول 2) أظهرت أن الاعتماد أكثر على الشكل والموقع واللون ويأتي بعدها الحجم والانفراد، إلا أنها في النهاية لا تخرج عن كونها تعمل معاً على تحقيق الانتباه من خلال التنوع والحركة في التصميم بعيداً عن العشوائية وعدم الاستقرار والتداخل.

وبحساب قيمة كاسبلغت (4.680) عند درجة حرية = (4)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورؤيتهم حول العناصر الشكلية الأكثر إثارة للانتباه نحو قضية الإرهاب.

21. نوع الصورة الأكثر جذباً للانتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (21)

نوع الصورة الأكثر جذباً للانتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة الصورة
%	ك	%	ك	%	ك	
23.3	93	23.2	48	23.3	45	الصور الفوتوغرافية
36.0	144	37.2	77	34.7	67	الصور الرمزية
40.8	163	39.6	82	42.0	81	الصور الكاريكاتيرية
100	400	100	200	100	200	الإجمالي

قيمة كاسبلغت = 3.976 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.219

الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن (الصورة الكاريكاتيرية) جاءت في مقدمة الصور الأكثر جذباً للانتباه نحو الموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 40.8%، ثم (الصور الرمزية) في المرتبة الثانية بنسبة 36%، وأخيراً (الصورة الفوتوغرافية) بنسبة 23.3%.

وهو ما يعني أن تفضيل القراء للصور الكاريكاتورية جاء علي العكس مما أثبتته الدراسة التحليلية (جدول 3) التي جاءت بها الصور الفوتوغرافية في المقدمة ثم الكاريكاتورية ثم الرمزية. وقد ظهرت هنا أهمية الصورة وإمكانية الاستغناء عن الكلمات لما لها من قدرة تعبيرية وخصوصاً إذا ما قدم الخبر أو الموضوع معتمداً عليها. "لذلك يجب أن تكون الصورة المستخدمة تخدم الموضوع وفكرته الأساسية لأنها قد تفهم بأسلوب عكسي وتعطي نتائج عكسية، وبالتالي يظهر دورها في توصيل الرسالة بطريقة سريعة ومؤثرة، وخلق استجابة لدي الجماهير عند إضفاء صفة الواقعية والصدق في التصوير"⁷⁰، إضافة إلى أنها تزيد من الإثراء الدلالي للمادة الخبرية لما تتميز به من قوة إثارة تحقق عوامل النجاح والجاذبية للموضوع⁷¹.

وبحساب قيمة كا² بلغت (3.976) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورؤيتهم حول نوع الصور الأكثر جذباً للإنتباه نحو قضية الإرهاب.

22. نوع العنوان الأكثر جذباً للإنتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (22)

نوع العنوان الأكثر جذباً للإنتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		نوع العنوان
%	ك	%	ك	%	ك	
38.0	152	36.2	75	39.9	77	العنوان الكبير
33.0	132	34.3	71	31.6	61	العنوان الملون
29.0	116	29.5	61	28.5	55	العنوان المعالج جرافيكياً
100.0	400	100.0	207	100.0	193	الإجمالي

قيمة كا² = 3.544 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.170

الدالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن (العنوان الكبير) جاء في مقدمة العناوين الأكثر جذباً للإنتباه نحو الموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 38%، ثم (العنوان الملون) في المرتبة الثانية بنسبة 33%، وأخيراً (العنوان المعالج جرافيكياً) بنسبة 29%. وهو ما أكدته الدراسة التحليلية (جدول 4) من أن العنوان الكبير والملون والمعالج جرافيكياً ظهرت كأكثر

العناوين المستخدمة لإبراز الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب، في حين لم المبحوثون باختيار الموضوعة علي أرضية أو التي حولها إطار. وتؤكد أهمية استخدام العنوان الكبير في تحقيق الجاذبية والانتباه يتفق مع دراسة (أبو طالب: 1990)⁷² الذي أشار إلى أن شكل الحجم الكبيرة لحروف العناوين تحقق اليسر والمقروئية وثباتية العنصر لتحقيق الوحدة في التصميم.

وبحساب قيمة كا² بلغت (3.544) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورؤيتهم حول نوع العنوان الأكثر جذباً للانتباه نحو قضية الإرهاب.

23. نوع الأرضيات الأكثر جذباً للانتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (23)

نوع الأرضيات الأكثر جذباً للانتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة نوع الأرضيات
%	ك	%	ك	%	ك	
33.0	132	34.3	71	31.6	61	الأرضية الملونة
41.0	164	40.1	83	42.0	81	الأرضية الشبكية الرمادية
26.0	104	25.6	53	26.4	51	الأرضية الشبكية المعكوسة
100.0	400	100.0	207	100.0	193	الإجمالي

قيمة كا² = 4.820 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.541

الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن (الأرضية الرمادية) جاءت في مقدمة الأرضيات الأكثر جذباً للانتباه نحو الموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 41%، ثم (الأرضية الملونة) في المرتبة الثانية بنسبة 33%، وأخيراً (الأرضية الشبكية المعكوسة) بنسبة 26%. وهي نتيجة تتوافق مع من نتيجة الدراسة التحليلية (جدول 5).

وبحساب قيمة كا² بلغت (4.820) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورؤيتهم حول نوع الأرضيات الأكثر جذباً للانتباه نحو قضية الإرهاب.

24. نوع الإطارات الأكثر جذباً للانتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (24)

نوع الإطارات الأكثر جذباً للانتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة الإطارات
%	ك	%	ك	%	ك	
38.3	153	40.1	83	36.3	70	الإطارات السمكية
61.8	247	59.9	124	63.7	123	الإطارات النحيفة
100.0	400	100.0	207	100.0	193	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 0.223$ درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية = 0.377

الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن (الإطارات النحيفة) جاءت في مقدمة الإطارات الأكثر جذباً للانتباه نحو الموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 61.8%، ثم (الإطارات السمكية) في المرتبة الثانية بنسبة 38.8%. وهي نتيجة تتفق مع ما ذهب إليه (رمزي: 2009)⁷³ من الإطارات النحيفة البسيطة أفضل من الإطارات السمكية، لأنه من المستحسن أن يكون هدف الإطار لتحديد نغمة ومسار التصميم، ومن أجل لفت الانتباه البصري إلى التصميم وتحسين الرسالة النصية وليس الهدف لفت الانتباه إلى الإطار نفسه كما هو الحال بالنسبة للإطار السميك أو المزخرف. وهي نتيجة تتوافق مع نتيجة الدراسة التحليلية (جدول 7).

وبحساب قيمة χ^2 بلغت (0.223) عند درجة حرية = (1)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورؤيتهم حول نوع الإطارات الأكثر جذباً للانتباه نحو قضية الإرهاب.

25. أهم العناصر التي يفضل المبحوثون استخدام اللون معه عند قراءة القضية:

جدول (25)

أهم العناصر التي يفضل المبحوثون استخدام اللون معه عند قراءة القضية وفقاً للنوع

الإجمالي	الإناث	الذكور	العينة
----------	--------	--------	--------

العنصر		ك	%	ك	%	ك	%
العناوين		62	32.1	70	33.8	132	33.0
الأرضيات		45	23.3	51	24.6	96	24.0
الصور		53	27.5	51	24.6	104	26.0
الإطارات		33	17.1	35	16.9	68	17.0
الإجمالي		193	100.0	207	100.0	400	100.0

قيمة $\chi^2 = 5.820$ درجة الحرية = 3 مستوى المعنوية = 0.781

الدالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن (العناوين) جاءت في مقدمة أهم العناصر التي يفضل المبحوثون استخدام اللون معه عند قراءة القضية بنسبة 33%، وهي نتيجة تتفق مع ما أشار إليه (رمزي: 2009) من "أن الهدف من العناوين وخاصة الرئيس منها هو لفت الانتباه، فالعنوان المتقن قادر على تحريض القارئ على متابعة القراءة والبحث عن المزيد"، ثم (الصور) في المرتبة الثانية بنسبة 26%، ثم (الأرضيات) في المرتبة الثالثة بنسبة 24%، وأخيراً (الإطارات) بنسبة 17%، وجاءت هذه النتيجة متفقة كذلك مع الدراسة التحليلية (جدول 6) وإن اختلفت في كون المبحوثين اختاروا الأرضيات كعنصر تالي للعنوان من بين العناصر التي يفضلون استخدام اللون معها. ويتأكد من ذلك أهمية استخدام اللون مع العناصر المختلفة علي الصفحة، حيث يؤدي دوراً أساسياً في عرض الخبر أو الموضوع، نظراً للتأثير الكبير الذي تمارسه الألوان في جذب انتباه القارئ تجاه الخبر أو الموضوع، وعلي النواحي النفسية المتعلقة بالقارئ، مما يؤدي إلى تأثره بالرسالة وزيادة درجة تقبله للفكرة. كما أن اللون يرتبط ارتباطاً بمعاني ومشاعر سيكولوجية حيث يميل العديد من الناس في وصفهم للأشياء إشارة إلي لونها⁷⁴.

وبحساب قيمة χ^2 بلغت (5.820) عند درجة حرية = (3)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورؤيتهم حول العناصر التي يفضل استخدام ألوان معها عند قراءة الموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب.

26. أفضل المواقع (على الصفحة) لنشر الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب والأكثر

جذباً للانتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (26)

أفضل المواقع (على الصفحة) لنشر الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب والأكثر جذباً
للإنتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة	المواقع
%	ك	%	ك	%	ك		
46.5	186	45.9	95	47.2	91	في المركز البصري	
42.5	170	43.0	89	42.0	81	في منتصف الصفحة	
11.0	44	11.1	23	10.9	21	في أسفل الصفحة	
100.0	400	100.0	207	100.0	193	الإجمالي	

قيمة كا² = 1.841 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.251

الدالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن (المركز البصري) جاء في مقدمة المواقع (على الصفحة) الأفضل لنشر الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب والأكثر جذباً للإنتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 46.5%، ثم (في منتصف الصفحة) في المرتبة الثانية بنسبة 42.5%، وأخيراً (في أسفل الصفحة) بنسبة 11%، ثم (الإطارات السمكية) في المرتبة الثانية بنسبة 38.8%. وهي نتيجة تتوافق مع من نتيجة الدراسة التحليلية (جدول 8). وقد أشارت دراسة (هدى: 2012) إلى أن عملية التوزيع للكتل النصية الحروفية والصورية، للعناصر التصميمية المتمركزة ضمن المساحة الفضائية المخصصة للموضوع على الصفحة. وهذا التوزيع تحكمه القوانين والنظم الإخراجية المستمدة من المدارس الإخراجية بجميع مذاهبها أو تنظيماتها والمزاوجة فيما بينها، المعتمدة على قوة التحكم والسيطرة الإبداعية للمصمم والمخرج الصحفي، وتحريك تلك العناصر البنائية بشكل متوازن متمركز بنقطة الجذب أو البؤرة البصرية أو ما تسمى بالمركز البصري. والإعتماد على تركيز تلك العناصر البنائية الصماء لتتحول إلى مثيرات بصرية جاذبة، يعمل المصمم على توزيع تلك العناصر على المراكز الهندسية والتي منها تتكون المراكز البصرية التي تقع أسفل وأعلى نقطة التقاطع الهندسي لمحاور الصفحة.

وبحساب قيمة كا² بلغت (1.841) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورؤيتهم حول المواقع على الصفحة الأفضل لنشر الموضوع والأكثر جذباً للإنتباه نحو قضية الإرهاب.

27. أفضل المواقع (داخل الصحيفة) لنشر الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب والأكثر جذباً للانتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين:
جدول (27)

أفضل المواقع (داخل الصحيفة) لنشر الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب والأكثر جذباً للانتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة	المواقع
%	ك	%	ك	%	ك		
67.5	270	71.0	147	63.7	123	الصفحة الأولى	
23.0	92	22.7	47	23.3	45	الصفحة الداخلية	
9.5	38	6.3	13	13.0	25	الصفحة الأخيرة	
100.0	400	100.0	207	100.0	193	الإجمالي	

قيمة $\chi^2 = 2.011$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.412

الدالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن (الصفحة الأولى) جاء في مقدمة المواقع (داخل الصحيفة) الأفضل لنشر الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب والأكثر جذباً للانتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 67.5%، ثم (صفحة داخلية) في المرتبة الثانية بنسبة 23%، ثم (الصفحة الأخيرة) في المرتبة الثالثة بنسبة 9.5%. وهي نتيجة تتوافق مع من نتيجة الدراسة التحليلية (جدول 9). وهي نتيجة طبيعية نظراً للأهمية الكبيرة التي تمثلها الصفحة الأولى باعتبارها واجهة الصحيفة وأكثر الصفحات جذباً للانتباه القارئ، واعتبار أن الصفحات الداخلية المساحة الأكبر التي تعتمد عليها الصحف في نشر الموضوعات والأخبار.

وبحساب قيمة χ^2 بلغت (2.011) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ورؤيتهم حول المواقع داخل الصحيفة الأفضل لنشر الموضوع والأكثر جذباً للانتباه نحو قضية الإرهاب.

ثالثاً: نتائج اختبار صحة الفروض

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وجذب انتباه القراء نحوها.

جدول (28)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الإرتباط بين أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وجذب انتباه القراء نحوها

انتباه القراء لقضية الإرهاب		المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	
0.01	*0.286	أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الارهاب

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وجذب انتباه القراء نحوها، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (0.286)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01).

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وتشكيل اتجاهات القراء نحوها.

جدول (29)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الإرتباط بين أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وتشكيل اتجاهات القراء نحوها

تشكيل اتجاه القراء نحو قضية الإرهاب		المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	
0.01	*0.345	أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الارهاب

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وتشكيل اتجاهات القراء نحوها، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (0.345)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01).

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين أساليب تصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وتهيئة القراء معرفياً تجاهها.

جدول (30)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الإرتباط بين أساليب تصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وتهيئة القراء معرفياً تجاهها

تهيئة القراء معرفياً تجاه قضية الإرهاب		المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	

0.01	*0.412	أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الارهاب
------	--------	--

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين أساليب تصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وتهيئة القراء معرفياً تجاهها، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (0.412)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01).

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وتبنى القراء وجهة نظر معينة نحوها.

جدول (31)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الإرتباط بين أساليب تصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وتهيئة القراء معرفياً تجاهها

تبنى القراء وجهة نظر معينة تجاه قضية الإرهاب		المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	
0.01	*0.316	أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الارهاب

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وتبنى القراء وجهة نظر معينة نحوها، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (0.316)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01).

الفرض الخامس: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات القراء عينة الدراسة علي مقياس تأثير التصميم والإطار الشكلي الذي تقدم به قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية تبعاً لتوجهاتهم الفكرية.

جدول (32)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات القراء عينة الدراسة علي مقياس تأثير التصميم والإطار الشكلي الذي تقدم به قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية تبعاً لتوجهاتهم الفكرية

العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدالة
ينتمي لحزب	99	10.5684	2.66822	3.506	0.001
لا ينتمي لحزب	301	9.5877	2.11949		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي وجود فروق بين متوسطات درجات القراء عينة الدراسة علي مقياس تأثير التصميم والإطار الشكلي الذي تقدم به قضية الإرهاب في الصحف المصرية

اليومية تبعاً لتوجهاتهم الفكرية، حيث بلغت قيمة "ت" (3.506) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.001).

الفرض السادس: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات القراءة عينة الدراسة علي مقياس تأثير التصميم والإطار الشكلى الذى تقدم به قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية تبعاً للنوع

جدول (33)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات القراءة عينة الدراسة علي مقياس تأثير التصميم والإطار الشكلى الذى تقدم به قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية تبعاً للنوع

العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدلالة
ذكور	193	11.3215	2.51240	3.010	0.01
إناث	207	10.4152	2.21412		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى وجود فروق بين متوسطات درجات القراءة عينة الدراسة علي مقياس تأثير التصميم والإطار الشكلى الذى تقدم به قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية تبعاً للنوع، حيث بلغت قيمة "ت" (3.010) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) لصالح الذكور.

الفرض السابع: بين توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات القراءة عينة الدراسة علي مقياس تأثير التصميم والإطار الشكلى الذى تقدم به قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية تبعاً للجامعة

جدول (34)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادى لدلالة الفروق بين متوسطات درجات القراءة عينة الدراسة علي مقياس تأثير التصميم والإطار الشكلى الذى تقدم به قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية تبعاً للجامعة

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	16.761	2	8.381	1.439	غير دلة
داخل المجموعات	1980.096	397	5.824		
المجموع	1996.857	399			

تشير نتائج تطبيق اختبار "تحليل التباين الأحادى": إلى عدم وجود فروق بين متوسطات درجات القراءة عينة الدراسة علي مقياس تأثير التصميم والإطار الشكلى الذى تقدم به قضية

الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية تبعاً للجامعة ، حيث بلغت قيمة "ف" (1.439)، وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

مناقشة نتائج الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على الأطر الشكلية المستخدمة فى الصحف المصرية اليومية فى عرض وتقديم قضية الإرهاب ، وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو هذه القضية، عن طريق دراسة تحليلية لعينة من الصحف القومية والحزبية والخاصة، ودراسة ميدانية لعينة عمدية من طلبة أقسام الصحافة فى كليات وأقسام الإعلام فى الجامعات المصرية، كما استهدفت الدراسة التعرف على حدود تأثير الأطر الشكلية التى استخدمت فى عرض الأخبار والموضوعات التى تتناول قضية الإرهاب على اتخاذ الجمهور اتجاهات معينة نحو هذه القضية، ودورها فى تهيئتهم معرفياً نحوها ووضعها فى مرتبة متقدمة فى اهتماماته من بين القضايا والموضوعات المختلفة، من خلال اختبار الفرض الرئيس لنظرية الأطر، والذى يرى أن تأطير القضايا -الكيفية التى يتم من خلالها تناول القضايا فى وسائل الإعلام - ستؤثر على تشكيل وتفسير الجمهور وتفضيلاتهم واتجاهاتهم من خلال عناصر الإبراز نحو تلك القضايا، وقد انتهت الدراسة إلى عدد من النتائج، تتلخص فيما يلى:

- كشفت نتائج الدراسة التحليلية أن تحقيق التدرج والتباين كان أكثر العلاقات البنائية المحققة للعلاقات التصميمية للشكل والمستخدم فى عرض الأخبار والموضوعات التى تتناول قضية الإرهاب فى الصحف المصرية اليومية، تلاها سيادة الموضوع، تلاها التوازن غير المتماثل فى الشكل، تلاها الانسجام، والتناسب بين العناصر المختلفة، تلاها التكرار والإيقاع، وأخيراً التوازن الشكلي المتماثل.
- أظهرت الدراسة التحليلية أن الشكل والصورة جاء أكثر عناصر إثارة الانتباه المستخدمة، تلاها موقع الخبر أو الموضوع، تلاها اللون المستخدم مع الخبر أو الموضوع، تلاها حجم ومساحة الموضوع، وأخيراً جاء إنفراد الموضوع وتميزه على الصفحة.
- أوضحت الدراسة التحليلية أن استخدام العنوان جاء أكثر العناصر المحققة للجاذبية والانتباه، تلاه استخدام الصورة، تلاه استخدام الموقع، تلاه استخدام اللون، فالأرضيات، ثم الإطارات.
- أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن أبرز العناوين استخداماً هو العنوان الكبير، وأن أكثر الصور المستخدمة الصورة الفوتوغرافية. وأن أكثر المواقع داخل الصحيفة هي

الصفحات الداخلية، وأكثر المواقع على الصفحة في المركز البصري، وأن أكثر استخدام للألوان كان مع العناوين، وأكثر الأرضيات بروزاً هي الأرضيات الملون، وأخيراً جاء الإطار النحيف الأكثر استخداماً مع الأخبار والموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب.

• جات صحيفة الأخبار في مقدمة الصحف اليومية التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة الموضوعات والقضايا المهمة، تلتها الوفد، ثم الشروق. وبرزت قضية الإرهاب من بين القضايا المهمة التي يتابعها المبحوثون بدرجة متوازنة مع قضايا أخرى.

• أوضحت النتائج أن أكثر العناصر والدوافع جذباً نحو قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية هو: الشكل، تلاه المضمون، تلاه أن القضية حديث الساعة، وأخيراً أن الذى يدفعه لهذه القضية أنها تقع ضمن أولويات اهتمام القارئ.

• أوضحت النتائج تأثير الشكل الإخراجي للأخبار أو الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية على مدى إهتمام المبحوثين بقراءة هذه القضية ومتابعتها.

• أظهرت النتائج أن هناك علاقة بين التصميم والشكل الإخراجي للخبر أو الموضوع بقراءة المبحوثين لقضية الإرهاب، وجاء في مقدمتها أن التصميم والشكل الإخراجي يجذب انتباههم لقراءة الموضوع، ويؤثر في اتجاهاتهم نحو القضية، ويهيئهم معرفياً نحو القضية، كما أنه يدفعهم لتبنى وجهة نظر معينة فيما يتعلق بقضية الإرهاب.

• كشفت نتائج الدراسة أن هناك علاقة بين التصميم والشكل الإخراجي للموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب في الصحف اليومية بمدى وعى المبحوثين بالقضية.

• كشفت نتائج الدراسة أن هناك علاقة بين التصميم والشكل الإخراجي للموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب في الصحف اليومية بالتأثير على توجهات المبحوثين نحو القضية من ناحية قبولهم أو رفضهم لها.

• أظهرت نتائج الدراسة أن التدرج والتباين جاء أكثر الأساليب التصميمية جذباً نحو الموضوع الذى يتناول قضية الإرهاب، تلاه التوازن المتماثل، تلاه التوازن غير المتماثل، تلاه التناسب، تلاه التكرار والإيقاع، تلاه الانسجام، ثم سيادة الموضوع على الصفحة.

• أظهرت نتائج الدراسة أن حجم ومساحة الموضوع أو الخبر جاء في مقدمة العناصر الشكلية الأكثر إثارة للانتباه نحو الموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب، تلاه موقع الموضوع أو الخبر، تلاه انفراد الموضوع أو الخبر، تلاه شكل وصور الموضوع أو الخبر، تلاه التكرار والإيقاع، ثم اللون المصاحب للموضوع أو الخبر.

- أوضحت النتائج أن الصور الكاريكاتورية جاءت فى مقدمة الصور الأكثر جذباً للانتباه نحو الموضوع الذى يتناول قضية الإرهاب ، تلتها الصور الرمزية، ثم الصور الفوتوغرافية.
- أوضحت النتائج أن العنوان الكبير جاء في مقدمة العناوين الأكثر جذباً للانتباه نحو الموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب، تلاه العنوان الملون، ثم العنوان المعالج جرافيكياً.
- أوضحت النتائج أن الأرضيات الشبكية الرمادية جاءت فى مقدمة الأرضيات الأكثر جذباً للانتباه نحو الموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب، تلتها الأرضيات الملونة، ثم الأرضيات الشبكية المعكوسة.
- أوضحت النتائج أن الإطارات النحيفة جاءت في مقدمة الإطارات الأكثر جذباً للانتباه نحو الموضوع الذي يتناول قضية الإرهاب، ثم الإطارات السمكية.
- أوضحت النتائج أن العناوين جاءت فى مقدمة أهم العناصر التى يفضل المبحوثون استخدام اللون معه عند قراءة القضية، تلتها الصور، ثم الأرضيات، ثم الإطارات.
- أظهرت النتائج أن المركز البصرى جاء أفضل المواقع (على الصفحة) لنشر الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب والأكثر جذباً للانتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين، تلاه وسط الصفحة، ثم أسفل الصفحة.
- أظهرت النتائج أن الصفحة الأولى جاءت أفضل المواقع (داخل الصحيفة) لنشر الموضوعات التي تتناول قضية الإرهاب والأكثر جذباً للانتباه نحو القضية من وجهة نظر المبحوثين، تلتها الصفحات الداخلية، ثم الصفحة الأخيرة.
- أثبتت نتائج الدراسة صحة الفرض الأول بوجود علاقة ارتباطية بين أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وجذب انتباه القراء نحوها.
- أثبتت نتائج الدراسة صحة الفرض الثاني بوجود علاقة ارتباطية بين أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وتشكيل اتجاهات القراء نحوها.
- أثبتت نتائج الدراسة صحة الفرض الثالث بوجود علاقة ارتباطية بين أساليب تصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وتهيئة القراء معرفياً تجاهها.
- أثبتت نتائج الدراسة صحة الفرض الرابع بوجود علاقة ارتباطية بين أساليب التصميم والأطر الشكلية التي تقدم بها قضية الإرهاب وتبني القراء وجهة نظر معينة نحوها.
- كشفت نتائج الدراسة صحة الفرض الخامس بوجود فروق بين القراء عينة الدراسة فيما يتعلق بتأثير التصميم والإطار الشكلي الذي تقدم به قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية تبعاً لتوجهاتهم الفكرية.

- كشفت نتائج الدراسة صحة الفرض السادس بوجود فروق بين القراء عينة الدراسة فيما يتعلق بتأثير التصميم والإطار الشكلي الذي تقدم به قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية تبعاً للنوع لصالح الذكور.
- كشفت نتائج الدراسة صحة الفرض السابع بوجود فروق بين القراء فيما يتعلق بتأثير التصميم والإطار الشكلي الذي تقدم به قضية الإرهاب في الصحف المصرية اليومية تبعاً لنوع الجامعة المنتمي إليها الطالب عينة الدراسة.

- ¹ صابر حمد جابر حماد، أثر المعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربي السياسية في إذاعتى صوت العرب وهيئة الإذاعة البريطانية على إتجاهات الجمهور العربي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007، ص54.
- ² Christine Janssen, "Creating Higher Education in Southern Nevada: A framing Study of Local Newspaper Coverage", Unpublished MA Thesis, University of Nevada, Las Vegas, 2006, p. 27.
- ³ Christine Janssen, "Creating Higher Education in Southern Nevada: A framing Study of Local Newspaper Coverage", Unpublished MA Thesis, University of Nevada, Las Vegas, 2006, p. 27.
- ⁴ Lyengar, Shanto, "Television News and Citizen's Explanations of National Affairs", American Political Science Review, Vol. 81, No. 3, 1981, p. 3.
- ⁵ Stanley J. Baran & Dennis K. Davis, "Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and .8Future" 3rd Ed, Canada: Wads Worth, 2003, p. 27
- ⁶ Ibid, p. 274.
- ⁷ Kosicki ,Gerald . Problems and Opportunities in Agenda setting Research ,Journal of Mass Communication , Vol .43, No.2 1993 P.112.
- ⁸ ولاء عبد الرحمن عبد الغفار فودة، المعالجة الإخبارية للأحداث والقضايا العربية بإذاعتى سوا الأمريكية ومونت كار لو الفرنسية الموجهتين باللغة العربية: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2007، ص68.
- ⁹ حسن عماد مكاوى، ليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 199، ص35.
- ¹⁰ Vincent Price, David Tewksbury & Elizabeth Powers, Op.cit, 1997 p. 481.
- ¹¹ عادل عبد الغفار، علاقة مشاهدة نشرات الأخبار التى يقدمها التلفزيون المصرى بتشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الأزمة العراقية"، المؤتمر العلمى السنوى العاشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثانى، مايو 2004، ص467.
- ¹² William Gamson, 1989, Op.cit, p. 157.
- ¹³ Shanto Lyengar, "Television News and Citizen's Explanations of National Affairs", American Political Science Review, Vol. 81, No. 3, 1981, p. 816.
- ¹⁴ David Tewksbury, Jennifer Jones, & Others, "The interaction of News and advocate frames: Manipulating Audience Perceptions of a local Public Policy Issue", Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol. 77, No. 4, 2000, p. 804.
- ¹⁵ William A. Gamson, "Talking Politics", Great Britain: Cambridge University Press, 1992.
- ¹⁶ Claes H. De Vreese, Jochen Peter & Holli A. Semetko, 2001, Op.cit, p. 107.
- ¹⁷ إيناس منصور كامل، مرجع سابق، ص159.
- ¹⁸ عيسى عبد الباقي موسى، أطر التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية في الصحف المصرية وعلاقتها بقرار الناخبين - دراسة مسحية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع والأربعون يوليو/سبتمبر 2013.
- ¹⁹ Barker, G. G., Cultural influences on the news: Portayals of the Iraq war by Swedish and American media, Gazette, 74 (1), 2012, pp. 3-22.
- ²⁰ أسامة عبيد الرحيم، دلالة تأطير الصورة الصحفية في التناول الإعلامى للحرب على غزة عام 2009م - دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتى الأهرام المصرية وهيرالد تريبيون الأمريكية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الحادي عشر، العدد الثاني أبريل/يونيو 2012.
- ²¹ Xin Xue., Testing the effects of partisan bias on racial framing of presidential candidates: Coverage of Barrack Obama and Herman Cain by Fox and MSNBC in 2011, unpublished Master,s Thesis, Iowa State University, 2012.
- ²² Garynates, D. M, Marphy, P. J., Success or Chaos?: Framing and Ideology in News Coverag of the Iraqi National Election Gazett, Vol. 72 (2), 2010.
- ²³ Ettman, R. M., Media framing biases and political power: Explaining slant in news of campaign 2008, Journalism, 11(4), 2010.
- ²⁴ Strömbäck, J, van Alest., p, Exploring Some Antecedents of the Media,s Framing of Election News: A Comparison of Swedish and Begain Election News, International Journal of Press/Politics, 1 (1), 2010.
- ²⁵ Sophie Lecheler and Claes De Vreese "Issue importance as modernator of framing effects" communication research, VOL 36,N3,june 2009.
- ²⁶ Erica Gross IrIbeck "A case study and framing analysis of 2008 Salmonella outbreak:A dissertation submitted to the graduate faculty of Texas University , 2009.
- ²⁷ Claes De VReese, Jochen peter and Holli Semetko, Framing politics at the launch of Euro : Cross - National. cooperative study of frames in the news , Political Communication , Vol. 18 , No. 2 ,2009.

²⁸ Ana ,SeonKyoung&Gower , Karla K. How do the news media frame crises ? A content analysis of crisis news coverage . In : Public Relation Review 35 (2009) 107 – 112.available on :www.sciencedirect.com

²⁹ MihaiMoscovici, Russia`s Portrayal in the Western Media :AQuantative Analysis of Leading Media Agency News Stories in 2007,The University of Texas at Arlington, 2008.

³⁰ JIM YANG "U.S Chinese newspapers frame Iraq war differently NRJ ", editors' comments,vol.29 ,no3,summer 2008.

³¹ عيسى عبد الباقي موسي، انعكاسات الخطاب الصحفي علي تشكيل اتجاهات الجمهور العام والنخبة في مصر نحو قضايا الإصلاح السياسي - دراسة مسحية، رسالة دكتوراة، غير منشورة، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2008.

³² رباب عبد الرحمن هاشم خليفة، المعالجة التليفزيونية والصحفية لقضايا الإصلاح السياسي في المجتمع المصري ودرها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها، رسالة دكتوراة، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2008.

³³ Shunichi Take Kawa, Nationalism, Democracy , and the Press in Japan :How Asahi and Yomiuri Frame News to Comete with Each Other , University of Hawai`I at Manoa, 2008

³⁴ ولاء عبد الرحمن عبد الغفار فودة، مرجع سابق.

³⁵ Serena Carpenter "US Elite newspapers portrayal of the Iraq war :A comparison of frames and source use", journalism and mass communication quarterly, VOL84,N4,winter 2007.

³⁶ صفاء محمود عثمان، معالجة القنوات الإخبارية العربية المتخصصة للأحداث السياسية الجارية واتجاهات النخبة المصرية نحوها، رسالة دكتوراة، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2007.

³⁷ صابر حمد جابر حماد، أثر المعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربي السياسية في إذاعي صوت العرب وهيئة الإذاعة البريطانية علي اتجاهات الجمهور العربي- دراسة مسحية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2007.

³⁸ حسنى محمد نصر، التغطية الصحفية المصورة للحرب الإسرائيلية علي لبنان فى المجلات الإخبارية العربية، دراسة تحليلية ودلالية فى ضوء نظرية الأطر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، 2006.

³⁹ رانيا محمد علي حيدر، " الخريطة الإدراكية للرأى العام المصرى تجاه الصراع الأمريكى العراقى(1990-2003) ، رسالة ماجستير - غير منشورة- قسم الصحافة ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، 2006.

⁴⁰ سمر إبراهيم أحمد عثمان، دور الأطر الخبرية بالصحف في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا السياسية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2005.

⁴¹ Kevin M. Carragee and wim Reefs, The neglect of power in recent framing research, journal of communication, Vol. 54, No. 2, June 2004.

⁴² Clark, David A."A framing analysis of breast cancer and heart health coverage in woman's magazines from 2001-2004, Research paper thesis, Ball State University, 2004.

⁴³ دينا يحيى مرزوق، تأثير أبعاد الإطار الإعلامي للصحف المصرية علي معالجة قضايا الرأى العام - دراسة في إطار نظرية الأطر الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، مركز بحوث الرأى العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع، العدد الرابع ديسمبر 2003.

⁴⁴ محمد سعد، الأطر الخبرية للإنتفاضة الفلسطينية وتأثيراتها المعرفية والوجدانية علي قراء الصحف، المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو 2002.

⁴⁵ السيد أحمد عمر، البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط2، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2002، ص210.

⁴⁶ عبد الباسط محمد حسن. أصول البحث الاجتماعي، ط6، القاهرة: مكتبة وهبة، 1977، ص190.

*السادة المحكمون وهم مرتبون أبجدياً وحسب الدرجة العلمية:

أ.د ثروت فتحى، أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام - جامعة بنى سويف.

أ.د. عزة عبد العزيز، أستاذ الصحافة - رئيس قسم الإعلام - جامعة سوهاج.

أ.د على نجادات، أستاذ الصحافة، كلية الإعلام، جامعة اليرموك بالأردن.

أ.د فوزى عبد الغنى، أستاذ الصحافة - عميد كلية الإعلام - جامعة فاروس.

أ.د.م محمد الفقيه، أستاذ مشارك - كلية الإعلام والاتصال - جامعة الامام بالرياض.

أ.د.م سحر وهبى، أستاذ الصحافة المساعد - قسم الإعلام - جامعة سوهاج.

د. عادل صالح، مدرس الصحافة - قسم الإعلام - جامعة سوهاج.

د. محمود جمال، مدرس الصحافة - كلية الإعلام - جامعة بنى سويف.

د. منى هاشم جابر، مدرس الصحافة - كلية الإعلام - جامعة بنى سويف.

د. نسرين حسام الدين، مدرس الصحافة - كلية الإعلام - جامعة بنى سويف.

د. هيثم جودة محمد، أستاذ مساعد بكلية الإعلام والاتصال - جامعة الامام بالرياض.

أ. محمد الحداد، مدير تحرير جريدة أخبار اليوم - دار أخبار اليوم الصحفية.

أ. عصام السودانى، رئيس قسم سكرتارية التحرير الفنية بجريدة الرياض، السعودية.

* الباحثان هما:

- كريم محمد عادل: المعيد بقسم الصحافة، كلية الإعلام جامعة بني سويف.
- إسرائ عبد الرحمن: المعيدة بقسم الصحافة، كلية الإعلام جامعة بني سويف.

⁴⁷ زكريا إبراهيم، مشكلة الفن، القاهرة، دار الطباعة الحديثة، دت، ص33.

⁴⁸ عباس حمود الربيعي، الشكل والحركة والعلاقات الناتجة في العمليات التصميمية ثنائية الأبعاد، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، 1999، ص233، 233.

⁴⁸ زكريا إبراهيم، مشكلة الفن، القاهرة، دار الطباعة الحديثة، دت، ص149.

⁵⁰ William, J. Mcguire., Theoretical Foundations of Campaign. In: Political Communication Campaigns, ed Ronald E. Rice and Charles K. Atkin. New buryPark, CA: Sage, 989, 43-66.

⁵¹ Brewer, Paul R., Graf, Joseph, and Willant, Lars. Priming or framing: Media influence on attitudes toward foreign countries. Gazette, 2003, Vol. 65 (6), 493-508.

⁵² Hopkins, Liza., Youth work: Increasing youth participation through media production. Journal of sociology, June, 2011, Vol. 47. 2, pp. 181-1197.

⁵³ عصام سليمان الموسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، ص6، مطبعة إثراء للنشر والتوزيع، بغداد، 2009، ص180.

⁵⁴ زكريا إبراهيم، مرجع سابق، ص33.

⁵⁵ عباس حمود الربيعي، الشكل والحركة والعلاقات الناتجة في العمليات التصميمية ثنائية الأبعاد، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، 1999، ص233، 233.

⁵⁶ Graves, Maitland: The Art of Color and Design, Me, Grow, hill book, company, INC, London, 1951. P. 41.

⁵⁷ Arnheim, R., Art and Visual Perception, University of California, Press, U.S.A , 1969, p. 118, 119.

⁵⁸ شوقي إسماعيل، الفن والتصميم، جامعة حلوان، كلية الفنون التطبيقية، 1999، ص23.

⁵⁹ محمد صالح، تصميم الإعلان التجاري في الطرق ودوره في خدمة التنمية القومية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، 1998، ص54.

⁶⁰ شوقي إسماعيل، مرجع سابق، ص225.

⁶¹ محمد صالح، تصميم الإعلان التجاري في الطرق ودوره في خدمة التنمية القومية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، 1998، ص54.

⁶² رياض عبد الفتاح، التكوين في الفنون التشكيلية، القاهرة، دار النهضة العربية، 1973، ص187.

⁶³ شوقي إسماعيل، مرجع سابق، ص206.

⁶⁴ زكريا إبراهيم، مرجع سابق، ص149.

⁶⁵ محمد صالح، مرجع سابق، ص36.

⁶⁶ Ching, D.K., Fracis., Architecture, Form, Space and Reinhold Company, New York, 1997, p. 50.

⁶⁷ سمير حسين، مداخل الإعلان، القاهرة، دار مطابع الشعب، 1973، ص37.

⁶⁸ خليل صابات، الإعلان: تاريخه وقواعده، فنونه، وأخلاقياته، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1969، ص197.

⁶⁹ تشارلز كلينين، وريموند ال، الطباعة العامة: فنونها وصناعاتها، ترجمة أنور شاول، تقديم عبد اللطيف حمزة، نيويورك، مؤسسة فرانكلين للطبع والنشر، 1967، ص540.

⁷⁰ محمد صالح باسم، تصميم الإعلان التجاري في الطرق ودوره في خدمة تنمية القومية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، بغداد، 1998، ص61-62.

⁷¹ هدى فاضل عباس، توظيف المثيرات البصرية لتحقيق الجذب في تصاميم وإخراج أغلفة المجلات العربية، مجلة كلية التربية الأساسية، العدد 26، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2012، ص529.

⁷² محمد سعيد أبوظالب، علم النفس الفني، جامعة بغداد، مطابع التعليم العالي والموصل، 1990، ص161.

⁷³ رمزي محمد العربي، التصميم الجرافيكي، ط1، الأردن، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2009، ص199.

⁷⁴ زكريا إبراهيم، مرجع سابق، ص21.