دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التثقيف السياسي للشباب المصري

دراسة ميدانية

محمد رضا محمد حبيب

باحث دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة

مقدمة:

يقوم الإعلام بدور مؤثر في تشكيل الثقافة السياسية للرأي العام، ومن بينهم الشباب عن طريق تزويد الأفراد بالمعلومات السياسية كما يسهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافته السياسية من خلال المناقشات السياسية غير الرسمية التي تساعد على نشر ثقافة سياسية تدفع المواطن للمشاركة، هذا إلى جانب أنماط التنشئة السياسية التي تكسب الأفراد قيماً ومبادئ واتجاهات سياسية تسهم في تكوين سمات الشخصية بالنسبة للمواطن[1].

كما يقوم الإعلام السياسي بشكل خاص بدور أساسي في تدعيم المفاهيم السياسية بشكل عام والربط بين الجماهير وتطبيق السياسة في صور الإطار العام لخدمة المجتمع، وهو ما أكده كارل دويتش من أن عملية الاتصال تعد بمثابة الجانب المحوري في أي نظام سياسي على أساس نموذجه الذي أشار فيه إلى أن المعلومات تساعد الأفراد على اتخاذ قرار يترجم إلى أفعال تنفيذية فيما بعد[2].

وتتعدد المؤسسات الاتصالية التي تساهم في تشكيل الوعي السياسي للشباب، سواء كانت مؤسسات مباشرة ينتمي إليها الشباب مثل الأسرة، والجامعة، والمؤسسات الدينية، ومؤسسات العمل والأحزاب السياسية أو مؤسسات اتصالية غير مباشرة مثل وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة[3].

وتقوم وسائل الاتصال في هذا الإطار

دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التثقيف السياسي للشباب المصري. المجلد الثاني، العدد ٤، أكتوبر ٢٠١٣، ص ص٩١ – ١٣٤.

بالعديد من الأدوار منها أنها تلعب دورا سياسيا كمصدر يستقي منه الفرد معلوماته السياسية إلى جانب دورها في التنشئة السياسية حيث تعمل على تعديل الاتجاهات وأحيانا تغيرها وتشارك في تكوين القيم، إضافة إلى كونها قنوات اتصال بين النخبة والجماهير وتساعد الأفراد على إدراك الموضوعات السياسية، ومن ثم تزيد وعيهم السياسي من خلال زيادة حجم ونوع المعلومات المتوافرة لدى الأفراد والقادرة على توسيع الآفاق وزيادة الطموح الشخصي[٤].

وفي هذا الإطار تقوم وسائل الإعلام بتكوين رأي عام من خلال تزويد الجمهور بالأخبار ومن خلال استخدامها كقنوات للتبصير السياسي، ونشر الأفكار، الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى خلق شعور بالولاء والوحدة الوطنية من خلال نشر قيم موحدة، ذلك لأن الصحافة والإعلام جزأ لا يتجزأ من الحياة السياسية في أي بلد وأنها تصدر وتنشر عندما تعبر عن آراء ومصالح أوسع وأكبر لقوى وتيارات اجتماعية[٥].

وتؤدي الصحف المطبوعة دورا هاما في عملية التنشئة السياسية؛ إذ تزود الفرد بالمعلومات السياسية وتشارك في تكوين وترسيخ قيمة السياسة، كما تقوم الصحافة في المجتمعات المتقدمة بنقل المعلومات عن قرارات وسياسات النخبة الحاكمة إلى الجماهير، ونقل المعلومات عن مطالب وردود فعل الجماهير إلى النخبة، وهذا التدفق المستمر للمعلومات من أعلى إلى أسفل وبالعكس من شأنه العمل على تأكيد قيمة الثقافة السياسية السائدة، وقد عمدت القيادات السياسية في الدول النامية إلى تطوير الصحافة المطبوعة لتسهم في تشكيل الثقافة السياسية الجديدة[٦]. وإذا كانت مختلف الدراسات تؤكد دور وسائل الإعلام في إمداد الفرد بالمعلومات وأن التعرض لتلك الوسائل خاصة المرئية يزيد من معلومات الأفراد بوجه عام وأن التليفزيون يتفوق على وسائل الإعلام الأخرى كمصدر من مصادر المعرفة والحصول على الأخبار والمعلومات، فإن دخول تكنولوجيا الحاسبات الشخصية إلى المجال الاتصالي يمثل إحدى نقاط التحول المهمة في مراحل تطور عملية الاتصال الجماهيري، وزيادة وعي وثقافة الأفراد وتزويدهم

بالمعلومات والمعرفة وذلك من حيث قدرته على تذويب الحدود الفاصلة بين وسائل الاتصال التقليدية، وذلك من خلال أنظمة الوسائل الاتصالية المتعددة حيث تم دمج كافة الوسائل الاتصالية في إطار جهاز اتصالي واحد هو الكمبيوتر[٧]. وتوجد عوامل توضح عدم قدرة وسائل الإعلام التقليدية على التفاعل مع جماهيرها، ويمكن أن نحدد هذه العوامل فيما يلي[٨]:

١- أن وسائل الإعلام التقليدية ليست لديها القدرة التكنولوجية الكبيرة التي تتيح الفرصة لمشاركة الجمهور وتبادل الرسائل والمضامين الإعلامية.

٢- أن هذه الوسائل التقليدية للاتصال تقدم رسائلها بشكل تتجاهل فيه سيطرة الجمهور الذي يتم توجيه هذه الرسائل له.

٣- أن هذه الوسائل لا تستطيع أن تشبع الدوافع الاتصالية لكل الجماهير المختلفة نظرا لمحدودية إمكاناتها ومضامينها.

٤- أن الجمهور التقليدي لوسائل الإعلام التقليدية لا يمتلك فرصا كبيرة للمشاركة في إنتاج مضمون وسائل الإعلام التقليدية، كما أن النقاش في هذه الوسائل يكون مقصورا على الصفوة السياسية والثقافية.

٥- أن السيطرة على العملية الاتصالية تتم وفقا لرغبة المرسل الذي يُعد المتحكم الأول في طبيعة المضامين الإعلامية الموجهة للجمهور وفي وقت تعرض الجمهور لهذه المضامين.

وتعد الصحف الإلكترونية ومواقع الإنترنت أحد مصادر الثقافة السياسية للجمهور من خلال حرية تدفق الآراء والأفكار، بالإضافة إلى حرية الممارسة الإعلامية في تلك الصحف والمواقع مقارنة بالصحف الورقية الأمر الذي ينعكس على معارف جمهورها السياسية في النهاية[٩]. وشكلت الإنترنت في السنوات الأخيرة أداة مهمة من أدوات التعبير والاتصال وتضاعف عدد مستخدمي الشبكة الدورية للمعلومات لاسيما من الشباب العربي الذي وجد فيه وسيلة مناسبة للتعبير عن احتياجاته للتواصل مع العالم وتحول الشباب إلى قوة ناشطة في مجالات عدة، فبواسطته تمت

تعبئة الرأي العام وقيادة تظاهرات ضد الغزو الأمريكي للعراق، كما تم تنظيم حملات ضخمة لمقاطعة السلع الأمريكية، وقد مكنت الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة كافة الأفراد والهيئات والمؤسسات من إرسال واستقبال المعلومات عبر أي مسافة في أي وقت وفي أي مكان، خاصة بعد أن شهدت نموا مطردا، تزايد سريعا في إقبال العديد من الأحزاب والمؤسسات والأشخاص وهيئات المجتمع المدني على إنشاء مواقع لها على الإنترنت.

أولاً: الدراسات السابقة:

قام الباحث بمراجعة الدراسات والبحوث العلمية في مجال دراسته للاستفادة بها في الدراسة وقام بتقسيمها إلى المحاور التالية:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت دور الصحافة في تكوين المعرفة السياسية للجمهور.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت دور الإنترنت في إمداد الجمهور بالمعرفة السياسية.

المحور الأول : الدراسات التي تناولت دور الصحافة في تكوين المعرفة السياسية للجمهور:

١ – دراسة: ماجدة عبد الباقى (٢٠٠٥)[١٠].

سعت الدراسة لرصد وتحليل وتفسير وتقييم الثقافة السياسية للرأى العام المصرى بوصفه متلقيا للرسائل الاتصالية من مختلف وسائل الإعلام، للتعرف إلى مدى صحتها وجودتها وتكاملها كماً وكيفاً ومصادر هذة الثقافة والدور الذى يؤديه الإعلام في تنميتها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامى من خلال الاستبيان والمقابلة وتحليل المضمون وتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور العام لمحافظة أسيوط وبلغت عينة الدراسة ٥٠٠ مفردة من الجمهور

وكان من أهم نتائجها:

– جاء ترتيب وسائل الاتصال التى يعتمد عليها المبحوثون كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية فى المقدمة، وارتفاع نسبة المعلومات التى تقدمها وسائل الإعلام للرأي العام حول القضايا السياسية الى حد ما، واعتماد الرأي العام على التليفزيون ثم الصحافة ثم الإذاعة

في تنمية ثقافته السياسية بصفة عامة.

– لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى الاتجاه نحو المشاركة السياسية بين مشاهدى القنوات الأرضية والفضائية بالتليفزيون، وارتفاع نسبة التقييم الإيجابية لدور الإعلام المصرى فى مجال التثقيف السياسى لدى الحاصلين على مؤهل أقل من الجامعى .

– أوضحت الدراسة أن الإنترنت إحدى وسائل الاتصال التى يعتمد عليها الرأي العام في تنمية الثقافة السياسية لديه وتوجد علاقة بين التعرض لأكثر من وسيلة من وسائل الإعلام والاتجاه العام نحو المشاركة السياسية.

٢– دراسة: جمال عبد العظيم (٢٠٠١)[١١].

سعت الدراسة للتعرف إلى الدور الذى تلعبه الصحافة المصرية فى المشاركة السياسية لدى قادة الرأى، وذلك من خلال اعتماد قادة الرأى على وسائل الإعلام بشكل عام والصحافة بشكل خاص كمصدر لمعلوماتهم السياسية بشأن الانتخابات ، والتعرف إلى التأثيرات المتبادلة بين النظام السياسى والنظام الصحفى والجمهور فى إطار قضية المشاركة السياسية تطبيقا على انتخابات عام ٢٠٠٠ . واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامى والمنهج المقارن من خلال الاستبيان والملاحظة بالمشاركة، وتمثل مجتمع الدراسة فى قادة الرأي من محافظتي الدقهلية والجيزة، وشملت عينة الدراسة ٢٤٠ مفردة .

وكان من أهم نتائجها:

– اعتماد قادة الرأى على وسائل الإعلام فى الحصول على معلوماتهم السياسية بنسبة ٣٧,٣٪ كما شاركت ١٩٪ من مفردات العينة فى الاتصال بوسائل الإعلام ، الأمر الذي يؤكد الاعتماد المتبادل ما بين الجماهير ووسائل الإعلام.

– وتمثل الدافع الأول لاعتماد قادة الرأي على وسائل الإعلام في رغبتهم فى الحصول على معلوماتهم عن المشاركة السياسية ممثلة فى الانتخابات البرلمانية .

– كان هناك إرتباط ايجابى بين الاعتماد على وسائل الإعلام وبين المعرفة الخاصة بعدد أعضاء مجلس الشعب وعدد الدوائر الانتخابية .

– ورأت أغلبية العينة ٦٠٪ أن صحفهم المفضلة تقدم تغطية مناسبة

للعملية الانتخابية بينما أكد ٢٣٣ ٪ أنها لا تقدم تغطية مناسبة لهذه العملية ، ولم يستطع ١٦٧ ٪ أن يقيموا هذه التغطية إذا كانت مناسبة أم غير مناسبة.

٣ – دراسة: Wilkins (٢٠٠٠) [١٢]

سعت الدراسة للتعرف إلى دور وسائل الإعلام في ارتباط الجمهور بالحياة السياسية وذلك في نوفمبر ١٩٩٦ خلال الفترة التي أعقبت الانتخابات القومية الأمريكية، وذلك على عينة بلغت ٢٥٧ مبحوثا بولاية تكساس.

وكان من أهم نتائجها:

–أن قراءة الصحف ومشاهدة الأخبار التليفزيونية يتنبآن إيجابيا وبشكل له مغزى بالمشاركة السياسية، بمعني أن هؤلاء الذين يشاهدون الأخبار التليفزيونية أو من يقرأون الصحف ترتفع احتمالات مشاركتهم السياسية الانتخابية.

–اختبار فرض حول العلاقة بين استخدام الكمبيوتر للبحث عن المعلومات السياسية والمشاركة، إلا أن النتائج لم تؤكد صحة هذا الفرض، وهو ما قد يرجع إلى أن استخدام الكمبيوتر لاستقاء المعلومات السياسية لا يزال في نطاق الصفوة.

٤ – دراسة: Nancy Lowden et. Al (1994) [١٣].

استهدفت هذه الدراسة التعرف إلى الاستخدامات المختلفة لوسائل الإعلام في الانتخابات الرئاسية التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية من حيث كيفية استخدام المرشحين لوسائل الإعلام للتأثير في سلوك الناخبين لالتماس المعلومات حول الانتخابات والمرشحين، كذلك سعت الدراسة إلى بحث العلاقة بين قراءة الصحف والتعرض للتليفزيون من ناحية والموضوعات والمعلومات المتعلقة بقضية الانتخابات وصورة المرشحين من ناحية أخرى. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بأداة المقابلة، وتمثل مجتمع الدراسة في الناخبين بولاية كاليفورنيا، وقد شملت عينة الدراسة ٥١٨ مفردة من الناخبين في الولاية، وذلك في الفترة من ٢٨ فبراير عام ١٩٩٢ وحتى ٣٠ مارس من نفس العام.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

– قالت الدراسة إن الناخبين المهتمين

بالانتخابات يميلون إلى استخدام التليفزيون بالإضافة للصحافة للبحث عن معلومات حول قضية الانتخابات.

– وأوضحت الدراسة أن التليفزيون يعد المصدر الرئيسي للمعلومات السياسية لمعظم الناخبين.

– وأضافت الدراسة أن المعلومات عن القضية (الانتخابات) وتوجيه الناخبين إلى زوايا معينة في القضية ترتبط إرتباطًا إيجابيًا باستخدام الصحة أي أن قراءة الصحف تزود الناخبين أو قراء الصحف بمعلومات تعد إيجابية عن الانتخابات.

– كما أوضحت الدراسة أن هناك علاقة إيجابية أيضًا بين المعلومات عن الشخصية أو الصورة أو المرشح ذاته وبين التعرض للتليفزيون، بمعنى أن تعرض الناخبين للتليفزيون يزودهم بمعلومات إيجابية عن المرشح وصورته في الانتخابات.

– وبنيت الدراسة أن هناك علاقة إيجابية بين الأهمية التي تحتلها القدرة التي يجوزها المرشح للفوز في الانتخابات وبين الصفات غير الأساسية التي يستخدمها المرشح لإقناع الناخبين بالتصويت لصالحه في الانتخابات.

– وقالت الدراسة أن الناخبين يستخدمون وسائل الإعلام الثانوية لتقسيم الصفات غير الأساسية للمرشح مما يزيد من أهمية الدرجة التي يقوم بها التليفزيون للدخول للمنازل في الولايات المتحدة الأمريكية كمصدر للمعلومات السياسية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت دور الإنترنت في إمداد الجمهور بالمعرفة السياسية:

١ – دراسة: رجاء عواد (٢٠٠٥) [١٤]

استهدفت الدراسة التعرف علي دور شبكة الإنترنت في توعية المواطنين حول الانتخابات الفلسطينية الرئاسية ٢٠٠٥، اعتمدت الدراسة علي منهج المسح الإعلامي بأداة الاستبيان، تمثل مجتمع الدراسة في أساتذة الجامعات الفلسطيني، شملت عينة الدراسة مجموعة من أساتذة الجامعات.

وكان من أهم نتائجها:

– وتوصلت الدراسة إلي أن ٧٦٪ من أساتذة الجامعات موضع الدراسة يعتمدون علي الإنترنت كمصدر

للمعلومات.

– وأن ٨٣ ٪ من المبحوثين قالوا أنهم يثقون بالمعلومات المنشورة علي الشبكة.

٢– دراسة: وفاء عبد الخالق ثروت(٢٠٠٣) [١٥].

استهدفت الدراسة التعرف علي واقع الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والحديثة (الفضائيات والإنترنت) في تضييق أو توسيع فجوة المعرفة لدي الشباب الجامعي المصري عن أحداث الحرب الأنجلو أميركية علي العراق، اعتمدت الدراسة علي منهج المسح الإعلامي بأداة الاستبيان تمثل مجتمع الدراسة في طلاب جامعة المنيا، شملت عينة الدراسة ٢٢٥ مفردة.

وكان من أهم نتائجها:

– أن الوسائل الإعلامية الحديثة (الفضائيات والإنترنت) لديها قدرة تفوق الوسائل التقليدية في نقل المعرفة ونشرها وهو ما يؤدي إلي وجود واستمرار فجوة المعرفة لأن هذه الوسائل لا يملكها إلا القادرين مادياً.

٣– دراسة: حنان جنيد(٢٠٠٣) [١٦].

سعت الدراسة لتوصيف العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال التفاعلي من خلال الإنترنت بدرجة الوعي السياسي بين طلاب الجامعة والتعرف على مدى استعانة طلاب الجامعة بمواقع الاتصال التفاعلي كمصدر من مصادر معرفتهم السياسية، وتأثير ذلك على مصادر المعرفة السياسية الأخرى كالراديو والتليفزيون والصحف. استخدمت الدراسة منهج المسح بأداة الاستبيان، بالتطبيق على ٢١٠ مفردة من الطلاب المقيدين بثلاث جامعات مصرية خلال العام الدراسي ٢٠٠٢ – ٢٠٠٣.

وكان من أهم نتائجها:

– تزايد اهتمام طلاب الجامعات بمتابعة الأحداث السياسية الطارئة محلياً وعالمياً، وأن هذا الاهتمام غير مشروط بالتعرض للإنترنت لعدد ساعات معينة وتمثلت الإشباعات المتحققة للطلاب من استخدامهم للإنترنت في التعرف إلى الأحداث العالمية في الترتيب الأول يلي ذلك الشعور بالمتعة وتجديد النشاط والترفية في المرتبة الثانية ثم التخلص من الملل والمساعدة على التخاطب مع

الآخرين في المراتب التالية.

– تأثير الإنترنت على أساليب المشاركة السياسية لطلاب الجامعات، حيث تمثلت أهم هذه الأساليب في المتابعة المستمرة للأخبار السياسية المحلية والعالمية بنسبة ٤٥,٧٪ ذكور، ٥٣,٣٪ إناث، والحوار والمناقشة مع الآخرين من خلال الاتصال الشخصي ٤٢,٩٪ ذكور، ٤٥,٧٪ إناث، وتلي ذلك المشاركة في استطلاعات الرأي العام الإلكتروني ٣٤,٣٪ ذكور، ٣١,٤٪ إناث، إضافة إلى أسلوب الحوار والمناقشة مع الآخرين عبر الإنترنت بينما تراجعت الأساليب النمطية المعتادة للمشاركة السياسية من حيث التصويت في الانتخابات المحلية وتكوين رؤية سياسية واضحة.

٤ – دراسة: نوال الصفتي (٢٠٠١)[١٧].

سعت الدراسة للتعرف إلى مدى تأثير التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية العربية من خلال التعرف علي المتغيرات التي تتحكم في عمليات التعرض للصحف الإلكترونية ودوافعه كمتغيرات مستقلة وربطها بالعديد من المتغيرات التابعة التي تشمل الصحف الإلكترونية المفضلة. استخدمت الدراسة منهج المسح بأداة الاستبيان تطبيقا على ٥٠ مفردة من طلاب قسم الصحافة بكلية الإعلام بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

وكان من أهم نتائجها:

– أن درجة الاعتماد علي الصحف الإلكترونية في الحصول علي معلومات عن القضايا السياسية العربية بلغت ١٣,٨٪ وكشف التحليل ازدياد الاعتماد علي الصحف الإلكترونية الأجنبية التي يتزايد توظيفها للخدمات التفاعلية التي تتيحها الإنترنت مقارنة بالصحف الإلكترونية المصرية. واتضح زيادة الفجوة المعرفية لدى الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية فيما يتعلق بمستوى المعرفة بالقضايا السياسية العربية لدى الشباب الجامعي.

– أثبت البحث ازدياد الفجوة الإدراكية للقضايا السياسية العربية في الصحف الإلكترونية لدى الشباب الجامعي مقارنة بالصحف الورقية.

– كشف التحليل الإحصائي وجود فروق دالة إحصائيا بين درجة إدراك

المعلومات السياسية العربية وبين التعرض لكل من الصحف الورقية والإلكترونية ومحطات الإذاعة والتليفزيون المصري والدولي واستخدام وسائل الاتصال الشخصي والجمعي في الحصول على المعلومات السياسية العربية لدى الشباب الجامعي.

٥- دراسة: إيمان جمعة(٢٠٠١) [١٨].

سعت الدراسة للتعرف إلى الدور الذي تقوم به وسائل الاتصال المختلفة التقليدية والحديثة في تضييق أو توسيع فجوة المعرفة لدى الشباب المصري لاسيما الشباب الجامعي أو دراسة الفروق النسبية بين الوسائل التقليدية والحديثة في هذا المجال. استخدمت الدراسة منهج المسح بأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من طلاب الجامعة المصرية.

وكان من أهم نتائجها:

- ارتفاع مستوى الارتباط بين حجم التعرض للوسائل الحديثة ومستوى المعرفة السياسية وانخفاضه بين حجم التعرض للوسائل التقليدية ومستوى المعرفة السياسية حيث أظهرت الدراسة أنه على مستوى الوعي تعتبر أقوى العلاقات هي تلك الموجود بين من يتعرضون للوسائل الحديثة (الدش والإنترنت) وأن أضعفها لدى من يتعرضون للتليفزيون وعلى مستوى الفهم.

- وتوصلت إلي أن أقوي العلاقات هي تلك الموجودة بين من يتعرضون للدش ثم للإنترنت ثم للوسائل الحديثة (الدش والإنترنت) ولا توجد أي علاقة لدى من يتعرضون للوسائل التقليدية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تعميق مشكلة البحث ومكّنته من تحديد أهداف دراسته بدقة ،فمن خلال مراجعة الباحث للدراسات السابقة تمكن من تحديد النقاط المهمة التي يمكن تناولها والتركيز عليها، وكيفية صياغة فروض وتساؤلات دراسته بشكل جيد ، بالإضافة إلى اختيار الإطار النَظريً المناسب، واتضح للباحث أهم المتغيرات والعلاقات التي يمكن أن تدعم دراسته وتضيف إليها الجديد، ومكنته من تحديد الخطوات المنهجية العلمية المناسبة

لموضوع دراسته، واستفاد الباحث أيضا من الدراسات السابقة في تصميم صحيفة الاستقصاء الخاصة بالشباب الجامعي المصري من حيث تحديد أهم النقاط التي يجب أن تتناولها الصحيفة والتركيز عليها، بالإضافة الى تصميم مقاييس الدراسة وتحديدها، وأفادت الدراسات السابقة الباحث في التعليق على نتائج الدراسة من خلال ربطها بنتائج الدراسات السابقة سواء التي اتفقت أو اختلفت معها والتي ساعدت الباحث على توضيح وتفسير نتائج دراسته.

ثانياً: أهمية الدراسة:

– أهمية دراسة الصحافة والإنترنت لما تمثله الصحافة من وسيلة رئيسية مختلف فئات الجماهير واحتلالها لمكانة كبيرة في المجتمع، أما الإنترنت فتمثل وسيلة مستحدثة تتمتع بانتشار وجماهيرية كبيرة في المجتمع وبخاصة لفئة الشباب المصري.

– أهمية دراسة المعرفة السياسية للشباب المصري لما تشير إليه الكثير من الدراسات من وجود علاقة ارتباطية قوية بين مستوى معرفة الأفراد ومعدل المشاركة السياسية لديهم، ومن ثم فإن دراسة مستوى المعرفة السياسية للأفراد وتحديد العوامل المؤثرة فيها والمحددة لها هي أولى خطوات تفعيل المشاركة السياسية.

– أهمية دراسة الشباب المصري الذي يمثل أكثر من ٦٠٪ من مجموع السكان، والذي يزيد من أهمية تنمية وعي الشباب بقضايا مجتمعه التي تُعدعنصراً حاسماً في نجاح كل برامج التنمية.

– تبرز أهمية دراسة المشاركة الشبابية على الإنترنت التي تحتل أهمية كبيرة للتعرف إلى ملامح التغيرات التي أحدثتها شبكة الإنترنت في المشاركة السياسية بشكل عام، وخاصة في ظل ما تشير إليه بعض الدراسات من أن الشباب الجامعي المصري ليس لديه الوعى السياسي الكافي.

– أهمية دراسة معالجة الصحافة ومواقع الإنترنت لمختلف القضايا السياسية المحلية والعالمية، للوقوف على أهم الفروق الرئيسية بين الصحف ومواقع الإنترنت في معالجة هذه الموضوعات.

ثالثاً: مشكلة الدراسة:

في ضوء ما أشارت إليه نتائج العديد

من الدراسات من أن الصحف تعد في مقدمة وسائل الإعلام التي تمد الجمهور بمختلف فئاته ومستوياته بالمعارف والمعلومات بوجه عام والمعارف السياسية بوجه خاص [١٩]، وما أشارت إليه نتائج عدد من الدراسات الأخرى من أن الإنترنت تعد من أبرز وسائل الإعلام التي تمد الجمهور وخاصة الشباب بالمعلومات والمعارف العامة والسياسية[٢٠]، وفي ظل التقديرات والمؤشرات التي تؤكد إلى ضعف مستوى المعرفة السياسية للشباب وضعف نسب المشاركة السياسية للشباب المصري في الحياة السياسية [٢١]، وبالإشارة إلى أهمية القضايا السياسية وخاصة بعد ثورة الخامس والعشرين من يناير على المستوى المحلي والعربي والدولي، تتحدد مشكلة الدراسة في" اختبار علاقة التعرض للصحافة والإنترنت بالمعرفة السياسية للشباب الجامعي المصري".

رابعاً: أهداف الدراسة:

١- التعرف إلى معدل تعرض المبحوثين - عينة الدراسة- للصحافة والإنترنت.

٢- التعرف إلى دوافع المبحوثين - عينة الدراسة- للصحافة والإنترنت.

٣- التعرف إلى المواد المفضلة من جانب المبحوثين - عينة الدراسة- في الصحافة والإنترنت.

٤- التعرف إلى إشباعات المبحوثين - عينة الدراسة- من التعرض للصحافة والإنترنت.

٥- التعرف إلى مدى تزويد الصحافة والإنترنت للمبحوثين – عينة الدراسة- بالمعرفة السياسية.

٦- التعرف إلى مصادر المعلومات السياسية للمبحوثين- عينة الدراسة-.

٧- التعرف على مدى تزويد الصحافة والإنترنت للمبحوثين – عينة الدراسة- بالمعرفة السياسية.

خامساً: تساؤلات الدراسة وفروضها:

قام الباحث بتقسيم تساؤلات الدراسة الميدانية كما يلي:

أ) التساؤلات الخاصة باستخدامات المبحوثين للصحافة:

١- ما معدل قراءة المبحوثين للصحف؟

٢- متى بدأ المبحوثون متابعة الصحافة؟

٣- ما الصحف المفضلة لدى المبحوثين؟

٤- ما المواد الصحفية المفضلة لدى المبحوثين؟

٥- ما ترتيب الأخبار المفضلة لدى المبحوثين؟

٦- ما دوافع قراءة المبحوثين للصحف؟

٧- ما مدى استفادة المبحوثين من قراءة الصحف؟

٨- ما أوجه استفادة المبحوثين من الصحف؟

٩- ما أسباب عدم استفادة المبحوثين من الصحف؟

١٠- ما مدى تزويد الصحف بالمعرفة السياسية للمبحوثين؟

ب) التساؤلات الخاصة باستخدام المبحوثين للإنترنت:

١- ما بداية متابعة المبحوثين للإنترنت؟

٢- ما عدد الأيام التي يتصفح فيها المبحوثون الإنترنت؟

٣- ما عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون مع الإنترنت يومياً؟

٤- ما مجالات استخدام المبحوثين للإنترنت؟

٥- ما مواقع الإنترنت المفضلة لدى المبحوثين؟

٦- ما المواقع الإخبارية العربية المفضلة لدى المبحوثين؟

٧- ما المواقع الإخبارية الاجنبية المفضلة لدى المبحوثين؟

٨- ما دوافع تعرض المبحوثين للإنترنت؟

٩- ما مدى استفادة المبحوثين من الإنترنت؟

١٠- ما الإشباعات التي يحصل عليها المبحوثون من الإنترنت؟

١١- هل تزود المواقع الإلكترونية المبحوثين بالمعرفة السياسية؟

١٢- ما مدى تزويد المواقع الإلكترونية بالمعرفة السياسية للمبحوثين؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التعرض للصحف ومستوى المعرفة السياسية للمبحوثين.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى المعرفة السياسية والتعرض للإنترنت.

سادساً: الجوانب المنهجية للدراسة:

أ) نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث تستهدف وصف المواقف أو الظواهر والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها، بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف أو الحدث تحديداً دقيقاً، ورسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية والدقة [٢٢]. وتستهدف هذه الدراسة وصف مستوى المعرفة السياسية للمبحوثين وعلاقتها باستخداماتهم للصحافة والإنترنت.

ب) منهج الدراسة:

منهج المسح الإعلامي:

تعتبر المسوح من أكثر المناهج البحثية استخداماً في كافة المجالات الاجتماعية، فهي تستخدم في كل من البحث الأكاديمي والبحث الخاص، والمسوح يمكن استخدامها في تحقيق أهداف عديدة، قد تكون وصفية Descriptive أو تفسيرية Explanatory أو استكشافية Exploratory وهي تعتبر أفضل منهج بحثي متاح للدراسات الاجتماعية للحصول على معلومات وبيانات أصلية لوصف مجتمع كبير قد يكون من الصعب إجراء ملاحظة مباشرة عليه [٢٣]. ومنهج المسح هو جهد عملي منظم للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة أو الظواهر محل الدراسة [٢٤].

وتوظف الدراسة منهج المسح الإعلامي لمسح الجمهور الذي يمثل في الدراسة الحالية الشباب الجامعي المصري واستخداماته للصحافة والإنترنت ومستوى المعرفة السياسية لديه.

سابعاً: الجوانب الإجرائية للدراسة:

- مجتمع الدراسة:

حدد الباحث مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي المصري، حيث استهدف الباحث دراسة شريحة الشباب من خلال التركيز على فئة الشباب الجامعي المصري

وتم التركيز على هذه الفئة للمبررات العلمية التالية:

-الشباب الجامعي كانوا دائماً في طليعة الحركات السياسية بما يتمتعون به من حماس وطاقة فهم أمل المستقبل ويدافعون عن حقهم في حياة أفضل، وهذا ما كان يحدث قديماً فالجامعات كانت أرضاً خصبة لتفريغ الحركات الطلابية والقيادات التي تبنت العديد من المواقف السياسية الوطنية، ولعل ما يحدث كل عام في الجامعات المصرية أثناء انتخابات الاتحادات الطلابية لهو أكبر دليل على أهمية حرص كافة التيارات السياسية على جذب الطلاب.

ومن ناحية أخرى تعد الجامعة إحدى المؤسسات المنوط بها تأهيل الشباب على كافة المستويات تعليميا وتثقيفيا وسياسيا لكي يتم إعدادهم للحياة العملية سواء من خلال الندوات التثقيفية التي تعقدها الكليات وإدارة الجامعة والنقاش والحوار مع هؤلاء الطلبة أو من خلال انتخابات اتحادات الطلبة التي تعد نواة أو تجربة عملية لكي يشارك في الحياة السياسية.

- عينة الدراسة:

أجريت هذه الدراسة على عينة من الشباب الجامعي المصري بلغت (٤٥١) مفردة توزعت على الجامعات التالية: جامعة القاهرة (١٤٩) جامعة المنصورة (١٤٦)، جامعة المنيا (١٥٦).

وتم اختيار العينة من خلال توزيع العدد المراد الوصول إليه من العينة على كليات الجامعة واختيار عينة عشوائية بسيطة من واقع الكشوف التي تضم أسماء الطلاب بالكلية، وبالنسبة لحجم العينة. ومن واقع رصد للدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة تبين أن النسبة المثلى لحجم العينة في هذه النوعية من الدراسات من ٤٠٠ من ٥٠٠ مفردة، وحدد الباحث عينة دراسته لتكون ٥٠٠ مفردة وتم توزيع وجمع الاستمارات ومراجعتها من الباحث وتم استبعاد ٤٩ استمارة رأى الباحث أن بياناتها غير مستوفاة وغير صالحة للتطبيق وبذلك أصبح العدد الفعلي للاستمارات التي أجريت المعاملات الإحصائية عليها (٤٥١) استمارة.

توصيف عينة الدراسة:

تظهر الجداول التالية خصائص عينة الدراسة، من حيث النوع والعمر والجامعة والكلية والتخصص والفرقة الدراسية، كما يلي:

أ) النـــوع:

جدول رقم (١)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع

النوع	ك	٪
ذكور	٢٩٤	٪٥٥,٢
إناث	٢٠٢	٪٤٤,٨
المجموع	**٤٥١**	٪١٠٠

ب) العمـــر:

جدول رقم (٢)

توزيع عينة الدراسة وفقا للعمر

العمر	ك	٪
من ١٧ عام لأقل من ٢٠ عام	٢٦٢	٪٥٨,١
من ٢٠ عام إلى ٢٣ عام	١٨٩	٪٤١,٩
المجموع	**٤٥١**	٪١٠٠

جـ- الجامعة:

جدول رقم (٣)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للجامعة

الجامعة	ك	٪
جامعة القاهرة	١٤٩	٪٣٣
جامعة المنصورة	١٤٦	٪٣٢,٤
جامعة المنيا	١٥٦	٪٣٤,٦
المجموع	**٤٥١**	٪١٠٠

دـ- التخصص:

جدول رقم (٤)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للتخصص

التخصص	ك	٪
نظري	٢٠٥	٪٤٥,٥
عملي	٢٤٦	٪٥٤,٥
المجموع	**٤٥١**	٪١٠٠

هـ- الفرقة الدراسية:

جدول رقم (٥)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للفرقة الدراسية

الفرقة الدراسية	ك	٪
الفرقة الأولى	١٠٤	٪٢٣,١
الفرقة الثانية	٩٨	٪٢١,٧
الفرقة الثالثة	١٦٦	٪٣٦,٨
الفرقة الرابعة	٨٣	٪١٨,٤
المجموع	**٤٥١**	٪١٠٠

- أداة جمع البيانات:

تمثلت أداة جمع البيانات في الدراسة الميدانية في صحيفة الاستقصاء حيث استخدمها الباحث بوصفها أداة بحثية مناسبة لجمع البيانات من مفردات عينة الدراسة المتمثلة في الشباب الجامعي المصري.

- إعداد صحيفة الاستقصاء:

مرت عملية إعداد صحيفة الاستقصاء - قبل نزولها إلى الميدان- بعدة مراحل هي:

١- الإطلاع على نتائج الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة لاستخلاص بعض الملامح والمؤشرات التي يمكن للباحث تحويلها إلى تساؤلات يبني عليها ومن خلالها فروض دراسته.

٢- تحويل أهداف الدراسة بعد أن صاغها الباحث في شكلها النهائي إلى مجموعة من المحاور، وضع لكل منها مجموعة من الأسئلة التي يحقق الهدف منها.

إجراءات الصدق والثبات:

أ) إجراءات صدق صحيفة الاستقصاء:

تم عمل إجراءات الصدق من خلال عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين(*)، الذين أبدوا آراءهم العلمية في الاستمارة وما تضمنته من أسئلة وتم إجراء التعديلات التي أوصى بها مجموعة المحكمين.

إجراءات الثبات في صحيفة الاستقصاء:

نظراً لصعوبة مقابلة مفردات العينة من الشباب الجامعي المصري اكتفى الباحث بإعادة تطبيق الاستمارة مع (١٥٠) مفردة من العينة وتم قياس نسبة التباين من خلال المعادلة التالية:

$$\text{نسبة ثبات} = \frac{\text{عدد الإجابات المطابقة من جملة أسئلة}}{\text{مجموع الأسئلة}}$$

وجاءت نسبة التباين مرتفعة (٩٠٪) بما يؤكد الثقة في إجابات مفردات الدراسة.

- المعالجة الإحصائية للبيانات:

وقد اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج SPSS V. 11 حيث تم إدخال البيانات على

الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية.

وقد تنوعت المتغيرات بين متغيرات اسمية Nominal، ووزنية Scale وعلى هذا فقد قام الباحث بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير على النحو التالي:

أولا: المقاييس الوصفية وتشمل:

١- **الجداول والتوزيعات التكرارية:** حيث قام الباحث بعرض بعض المتغيرات في جداول تهدف إلى الكشف عن التكررات والنسب فقط، وقد تم ذلك في وصف عينة الدراسة وخصائصها. **متوسط الوزن المرجح:** ويتم لقياس وزن المتغيرات الوزنية على وجه التحديد، وذلك للوصول إلى التعرف إلى القيمة الوزنية لكل متغير، وذلك عبر حساب متوسط القيم الوزنية.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية:

أما على صعيد الاختبارات الإحصائية التي تقيس وجود فروق بين متغيرات الدراسة فقد كانت على النحو التالي:

أ) المتغيرات الأسمية:

- اختبار كا٢ $Pearson\ Chi^2$: ويقوم بالكشف عن الفروق بين التكرارات بين متغيرين سواء اشتملت هذه المتغيرات على مجموعتين أو أكثر من ذلك.

- معامل فاي Phi: ويقوم بقياس مدى شدة العلاقة بين متغيرين في الجداول الثنائية ٢×٢.

- معامل التوافق Contingency: ويقوم بقياس مدى شدة العلاقة بين متغيرين في الجداول غير الثنائية.

ب) المتغيرات الوزنية:

- اختبار T.Test: وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين مجموعتين.

- اختبار One Way Anova (F): وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.

رابعاً: المقاييس التجميعية:

حيث قام الباحث بتصميم مقاييس تجميعية تهدف إلى دمج عدد من المتغيرات داخل مقياس واحد تتم على أساسه بعض الاختبارات الإحصائية، وذلك لضمان

عدم تشتت النتائج، وقد أفادت هذه المقاييس في رسم صورة واضحة لعلاقة محاور الدراسة بعضها ببعض، وتمثلت في مقياس التعرض، مقياس المعرفة، مقياس نوع الصحف ومواقع الإنترنت.

مستوى الدلالة المعتمدة في هذه الدراسة:

اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ ٠,٠٥ لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه.

ثامناً: مفاهيم الدراسة:

– **الإنترنت**: وسيلة اتصال حديثة ممتدة الانتشار فى جميع أنحاء العالم ترتبط بها مجموعة من الحاسبات وتمد الأفراد والمؤسسات بمجموعة من الخدمات من أهمها المعلومات الهائلة فى كافة المجالات وتوفرها بسرعة فائقة فى نفس الوقت بالصوت والصورة والحركة وبلغة تراسل معروفة، كما أن لها وظيفة إعلامية تنافس بها وسائل الإعلام التقليدية (الراديو، التليفزيون، الصحف) ولا تتحكم بها جهة حكومية أو تديرها[٢٥].

– **المعرفة السياسية**: تشير إلى وعي الفرد بالأحداث السياسية والقضايا المتعلقة بها وفهمه لخلفياتها وإلمامه بالمبادئ التي تقوم عليها [٢٦].

– **الشباب الجامعي**: ويقصد بهم طلاب الجامعات المصرية في المرحلة السنية من ١٨ الى ٢٤عاماً.

– **التعرض للصحافة والانترنت**: ويقصد به مدى قراءة الصحف ومتابعة مواقع الإنترنت بشكل منتظم أو عارض.

نتائج الدراسة:

*** معدل قراءة المبحوثين للصحف:**

جدول رقم (٦)

معدل قراءة المبحوثين للصحف

معدل قراءة الصحف	ك	٪
يومياً	١٢٠	٪٢٦,٦
بعض أيام الأسبوع	٢١٥	٪٤٧,٧
أسبوعياً	٨١	٪١٨
شهرياً	٣٥	٪٧,٨
المجموع	**٤٥١**	٪١٠٠

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- أن النسبة الكبرى من عينة الدراسة

(٤٧,٧٪) تقرأ الصحف بعض أيام الأسبوع، يليها نسبة (٢٦,٦٪) من المبحوثين – عينة الدراسة- يقرأون الصحف يومياً، يليها نسبة (١٨٪) من عينة الدراسة يقرأون الصحف أسبوعياً، وأخيراً نسبة (٧,٨٪) من المبحوثين يقرأون الصحف شهرياً، مما يشير إلى أن النسبة الغالبة من الشباب الجامعي تحرص على قراءة الصحف بعض أيام الأسبوع فقط وليس يومياً وهذا يمكن إرجاعه إلى توافر وسائل إعلام بديلة، مثل التليفزيون وخاصة القنوات الفضائية، وشبكة الإنترنت التي تجذب جزءاً كبيراً من اهتمام الشباب، وذلك لأن أغلب موضوعات الصحف جادة وليست ترفيهية، إضافة إلي عدم قدرة وسائل الإعلام التقليدية (ومنها الصحافة) على التفاعل مع جماهيرها[٢٧].

- ويمكن أيضاً فهم هذه النتيجة بعدم قدرة الشباب خاصة شباب الجامعات الإقليمية مثل جامعة المنيا والمنصورة على شراء الصحف يومياً أو الاكتفاء بجريدة واحدة على الأكثر.

*** بداية متابعة المبحوثين للصحافة:**

جدول رقم (٧)

بداية متابعة المبحوثين للصحافة

بداية متابعة الصحافة	ك	٪
أقل من عام	١١٥	٢٥,٥٪
أقل من عامين	١٤٦	٣٢,٤٪
أكثر من ٣ أعوام	١٩٠	٤٢,١٪
المجموع	**٤٥١**	١٠٠٪

***تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- أن النسبة الكبرى من عينة الدراسة (٤٢,١٪) بدأت متابعتها للصحافة منذ أكثر من ثلاثة أعوام، يليها نسبة (٣٢,٤٪) من المبحوثون – عينة الدراسة- بدأت متابعتها للصحافة منذ أقل من عامين، وأخيراً نسبة (٢٥,٥٪) من عينة الدراسة بدأت متابعتها للصحافة منذ أقل من عام، مما يشير إلي أن الشباب بدأوا في متابعة الصحافة منذ المرحلة الثانوية تقريباً، ويمكن إرجاع ذلك إلى متابعة الشباب للموضوعات الرياضية والفنية ومتابعتهم للصحافة من أجل

متابعة أخبار الرياضة ومتابعتهم للصحف من أجل متابعة أخبار الرياضة والفن في تلك السن تقريباً، وليس من أجل الحرص على قراءة الصحف لمعرفة الأخبار والقضايا الهامة للمجتمع، كما يتعرض الشباب للصحافة في تلك السن من أجل متابعة الأحداث الطارئة في المجتمع وهو ما يتفق مع دراسة مها الطرابيشي [٢٨].

*** الصحف المفضلة لدى المبحوثين:**

جدول رقم (٨)

الصحف المفضلة لدى المبحوثين

الصحف المفضلة	ك	٪
الأهرام	٣٠٣	٦٧,٢٪
الأخبار	٢٨٧	٦١,٦٪
الجمهورية	٣٠٥	٦٧,٦٪
الوفد	٩٤	٢٠,٨٪
المصري اليوم	١٥٤	٣٤,١٪
الأسبوع	٨٤	١٨,٦٪
صوت الأمة	٥٩	١٣,١٪
الأهالي	٢٦	٨.٪
العربي	٣٦	٨٪
ن= ٤٥١	الاختيار متعدد	

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- جاءت جريدة الجمهورية في مقدمة الصحف التي يحرص المبحوثين – عينة الدراسة- على قراءتها بنسبة (٦٧,٦٪) تلتها جريدة الأهرام بنسبة (٦٧,٢٪)، تلتها جريدة الأخبار بنسبة (٦١,٦٪)، ثم جريدة المصري اليوم بنسبة (٣٤,١٪)، فجريدة الوفد بنسبة (٢٠,٨٪)، ثم جريدة الأسبوع بنسبة(١٨,٦٪)، فجريدة صوت الأمة بنسبة (١٣,١٪)، ثم جريدة العربي بنسبة (٨٪)، وأخيراً جريدة الأهالي بنسبة (٥,٨٪)، مما يشير إلى أن الصحف القومية تأتي في مقدمة الصحف المفضلة لدى عينة الدراسة من الشباب الجامعي، وخاصة جريدة الجمهورية التي يغلب عليها الاهتمام بالجوانب التعليمية وأخبار المحافظات وكذلك الأخبار الرياضية والاجتماعية والعاطفية، وجاءت المصري اليوم في مقدمة الصحف الخاصة وذلك لاهتمامها الكبير بالأخبار والمتابعات الإخبارية وكذلك الرياضة والفن، أما جريدة العربي فجاءت في مقدمة الصحف المعارضة المفضلة لدى الشباب نتيجة لأسلوب المعارضة بالصوت العالي والضجيج .

*** المواد المفضلة لدى المبحوثين:**

جدول رقم (٩)

المواد المفضلة لدى المبحوثين

المواد المفضلة	ك	٪
الأخبار	٢٨٥	٦٣.٢
التحقيقات	٢٠١	٤٤,٦
الحوارات	١٥٢	٣٣,٧
المقالات	١٢١	٢٦,٨
التقارير	٦٣	١٤
الصور والرسوم	١٠٧	٢٣,٧
ن= ٤٥١	الاختيار متعدد	

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- جاءت الأخبار في مقدمة المواد التي يحرص المبحوثون - عينة الدراسة- على قراءتها في الصحف وذلك بنسبة (٦٣,٢٪)، تلتها التحقيقات بنسبة (٤٤,٦٪)، ثم الحوارات بنسبة (٣٣,٧٪)، فالمقالات بنسبة (٢٦,٨٪)، ثم الصور والرسوم بنسبة (٢٣,٧٪)، وأخيراً التقارير بنسبة (١٤٪)، وما يفسر ذلك سهولة قراءة الأخبار نظراً لقصرها وأنها لا تتطلب وقتًا طويلاً للقراءة مثل التحقيقات والحوارات والتقارير وهو ما يوضح تعامل الشباب مع الصحافة واهتمامهم بنوعيات معينة من المواد الصحفية التي يسهل قراءتها وعدم اللجوء إلى المواد المطولة التي يهتم بها فئات أخرى من الجمهور وخاصة الكبار والمثقفين، الى جانب أن الشباب لا يثق كثيراً في التحليلات والمقالات التي تنشرها الصحف لأنها تخضع للسياسة التحريرية لكل صحيفة وتعكس وجهة نظر القوى السياسية التي تعبر عنها، خاصة أنه على سبيل المثال نجد أن هناك مقالات تعد التعديلات الدستورية أفضل حدث في التاريخ المصري، ومقالات أخرى تعدها كارثة ونكبة دستورية.

*** ترتيب الأخبار المفضلة لدى المبحوثين:**

جدول رقم (١٠)

ترتيب الأخبار المفضلة لدى المبحوثين

الترتيب / الأخبار المفضلة	الأولى		الثانية		الثالثة		الرابعة		الخامسة		السادسة		السابعة		الوسط الحسابي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
أخبار سياسية	٢١٩	٤٨,٦	٨٤	١٨,٦	٥٠	١١,١	٤١	٩,١	١٦	٣,٥	٤١	٩,١	–	–	٤,٧٢
أخبار اقتصادية	٤٨	١٠,٦	١٥١	٣٣,٥	٦٩	١٥,٣	٧٩	١٧,٥	٧٥	١٦,٦	٢٩	٦,٤	–	–	٣,٨٤
أخبار رياضية	٨٨	١٩,٥	٩٠	٢٠	١٥٦	٣٤,٦	٦٤	١٤,٢	٣٤	٧,٥	١٨	٤	١	٠,٢	٤,١٧
أخبار فنية	٢٨	٦,٢	٦١	١٣,٥	٤٦	١٠,٢	١٤٧	٣٢,٦	١١٢	٢٤,٨	٥٦	١٢,٤	١	٠,٢	٣,٠٦
أخبار الحوادث	٢٥	٥,٥	٤٨	١٠,٦	٩٧	٢١,٥	٤٢	٩,٣	١٨٨	٤١,٧	٥١	١١,٣	–	–	٢.٩٥
أخبار المرأة	٤٨	١٠,٦	٢١	٤,٧	٣١	٦,٩	٧٢	١٦	٢٣	٥,١	٢٥٤	٥٦,٣	٢	٠,٤	٢.٢٩

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- جاءت الأخبار السياسية في المرتبة الأولى من حيث الأهمية لدى المبحوثين - عينة الدراسة- حيث حصلت على أكبر قيمة للوسط الحسابي لمجموع القيم التي حصلت عليها الأخبار السياسية في المراتب الأولى إلى السادسة وبلغت قيمة الوسط الحسابي (٤,٧٢)، تلاها في المرتبة الثانية للأهمية الأخبار الرياضية حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي لمجموع القيم التي حصلت عليها (٤,١٧)، تلاها الأخبار الاقتصادية وبلغت قيمة الوسط الحسابي (٣,٨٤)، تلاها الأخبار الفنية بوسط حسابي قدره (٣,٠٦)، تلاها أخبار الحوادث بوسط حسابي قدره (٢,٩٥)، وأخيراً أخبار المرأة بوسط حسابي قدره (٢,٢٩)، مما يشير إلى أن الأخبار السياسية تأتي في المرتبة الأولى لاهتمام الشباب ولكن ليس بالضرورة تؤثر على معارفهم السياسية لأنه قد يهتم بهذه الأخبار انطلاقاً من حرصه على الاطمئنان على مستقبله سواء فيما يتعلق بالبحث عن وظيفة بعد التخرج أو سكن للزواج، وتليها الأخبار الرياضية التي تستحوذ على اهتمام الشباب.

*** دوافع قراءة المبحوثين للصحف:**

جدول رقم (١١)

دافع قراءة المبحوثين للصحف

دوافع قراءة المبحوثين للصحف	ك	٪
تزودني بمعلومات عن القضايا والأحداث	٢٥٢	٪٥٥,٩
تساعدني على فهم العالم من حولي	٢٢١	٪٤٩
تساعدني على اكتساب خبرة في الحياة	١٦٠	٪٣٥,٥
تجعلني أستطيع الحديث مع الآخرين في مختلف الموضوعات	١٣٥	٪٢٩,٩
تجعلني أعرف حقوقي في المجتمع	٨٣	٪١٨,٤
تتميز بتقديم خدمة إخبارية موضوعية	٦١	٪١٣,٥
ن= ٤٥١	**الاختيار متعدد**	

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- جاء في مقدمة دوافع حرص المبحوثين - عينة الدراسة- على قراءة الصحف دافع "تزودني بمعلومات عن القضايا والأحداث" بنسبة (٥٥,٩٪)، يليه دافع "تساعدني على فهم العالم من حولي" بنسبة (٤٩٪)، ثم دافع "تساعدني على اكتساب خبرة في الحياة" بنسبة (٣٥,٥٪)،

يليه دافع "تجعلني أستطيع التحدث مع الآخرين في مختلف الموضوعات" بنسبة (٢٩,٩٪)، ثم دافع "تجعلني أعرف حقوقي في المجتمع" بنسبة (١٨,٤٪)، وأخيراً دافع "تتميز بتقديم خدمة إخبارية موضوعية" بنسبة (١٣,٥٪)، ويلاحظ أن كل هذه الدوافع تعد من الدوافع النفعية ويأتي في مقدمتها الحصول على المعلومات عن القضايا والأحداث وفهم العالم المحيط والتحدث مع الآخرين في الموضوعات المختلفة ومعرفة حقوقهم، وهو ما يتفق مع كون الصحافة وسيلة جادة يغلب عليها الطابع المعلوماتي والمعرفي، فمن يهتم بمتابعة الصحافة عادة ما يكون هدفه الحصول على المعلومات عن القضايا والأحداث الجارية.

*** استفادة المبحوثين من قراءة الصحف:**

جدول رقم (١٢)

استفادة المبحوثين من قراءة الصحف

استفادة المبحوثين من الصحف	ك	٪
نعم	٣٨٠	٨٤,٣٪
لا	٧١	١٥,٧٪
المجموع	**٤٥١**	١٠٠٪

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- أن النسبة الكبرى من المبحوثين -عينة الدراسة- (٨٤,٣٪) تستفيد من قراءة الصحف، في مقابل نسبة (١٥,٧٪) من المبحوثين - عينة الدراسة- لا تستفيد من قراءة الصحف، وهي نتيجة منطقية، فأغلب العينة من الشباب الجامعي يستفيدون من قراءة الصحف وتتعدد أوجة الاستفادة التي أشارت إليها دراسات عديدة، فمنها دراسات أشارت إلى الحصول على المعلومات عن الأحداث الجارية [٢٩]، ودراسات أشارت إلى ارتفاع مستوى المعرفة السياسية نتيجة التعرض للصحافة [٣٠]، وإدراك المعلومات الصحية [٣١]، وتشكيل اتجاهات الشباب نحو القضايا المختلفة [٣٢].

***أوجه استفادة المبحوثين من الصحف:**

جدول رقم (١٣)

أوجه استفادة المبحوثين من الصحف

أوجه استفادة المبحوثين من الصحف	ك	٪
معرفة أخبار العالم والأحداث الهامة	٢١٨	٥٧,٤٪
معرفة خلفيات الأحداث وفهم أبعادها	١١٣	٢٩.٧٪
الاستفادة من المعلومات المقدمة في مجال العمل	١٠٢	٢٦,٨٪
القدرة على الحوار مع الآخرين	١١٧	٣٠,٨٪
القدرة على فهم الواقع والإلمام بالأحداث وفهمها	١٦٤	٤٣,٢٪
التخلص من الملل واستعادة النشاط والتسلية	١٠٢	٢٦,٨٪
ن= ٤٥١	**الاختيار متعدد**	

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- جاءت في مقدمة أوجه استفادة المبحوثين من قراءة الصحف أو الإشباعات الناتجة عن قراءة الصحف "معرفة أخبار العالم والأحداث الهامة" بنسبة (٥٧,٤٪)، تلتها "القدرة على فهم الواقع والإلمام بالأحداث وفهمها" بنسبة (٤٣,٢٪)، ثم "القدرة على الحوار مع الآخرين" بنسبة (٣٠,٨٪)، ثم "معرفة خلفيات الأحداث وفهم أبعادها" بنسبة (٢٩,٧٪)، تلتها بنسبة متساوية (٢٦,٨٪) كل من "الاستفادة من المعلومات المقدمة في مجال العمل" و"التخلص من الملل واستعادة النشاط والتسلية"، حيث جاء في مقدمة أوجة استفادة المبحوثين من قراءة الصحف الجوانب المعرفية والمعلوماتية، وهو ما يتفق مع دوافعهم للتعرض للصحف ويأتي بعدها الجوانب الطقوسية وهي التخلص من الملل واستعادة النشاط والتسلية.

*** مدى تزويد الصحف بالمعرفة السياسية للمبحوثين:**

جدول رقم (١٤)

مدى تزويد الصحف بالمعرفة السياسية للمبحوثين

مدى تزويد الصحف بالمعرفة السياسية	ك	٪
إلى حد كبير	١٣٩	٣٠,٨٪
إلى حد ما	١٨٦	٤١,٢٪
لا تزودني بأي معرفة سياسية	٦٩	١٥,٣٪
لا أعرف	٥٧	١٢,٦٪
المجموع	**٤٥١**	١٠٠٪

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- أن النسبة الأكبر من المبحوثين – عينة الدراسة – (٤١,٢٪) أفادت بأن الصحف تزودها بالمعرفة السياسية إلى حد ما، تلتها نسبة (٣٠,٨٪) من عينة الدراسة أفادت بأن الصحف تزودها بالمعرفة السياسية إلى حد كبير، تلتها فئة "لا تزودني بأي معرفة سياسية على الإطلاق " بنسبة (١٥,٣٪)، وأخيراً فئة "لا أعرف" بنسبة (١٢,٦٪)، وما يفسر ذلك عدم اعتماد الشباب على الصحافة فقط من

أجل الحصول على المعارف السياسية بشكل أساسي، وإنما يعتمد الشباب على وسائل أخرى كثيرة كالتليفزيون والإنترنت والأصدقاء والندوات لتزويدهم بالمعرفة السياسية.

*** بداية متابعة المبحوثين للإنترنت:**

جدول رقم (١٥)

بداية متابعة المبحوثين للإنترنت

بداية متابعة المبحوثين للإنترنت	ك	٪
أقل من عام	١٦٩	٣٧,٥٪
أقل من عامين	١٦٢	٣٥,٩٪
أكثر من ثلاثة أعوام	١٢٠	٢٦,٦٪
المجموع	**٤٥١**	١٠٠٪

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- أن النسبة الكبرى من عينة الدراسة (٣٧,٥٪) بدأت متابعتها للإنترنت منذ أقل من عام، تلتها نسبة (٣٥,٩٪) من المبحوثين - عينة الدراسة- بدأت متابعتها للإنترنت منذ أقل من عامين، وأخيراً نسبة (٢٦,٦٪) من المبحوثين بدأت متابعتها للإنترنت منذ أكثر من ثلاثة أعوام، وهي نتيجة غريبة للوهلة الأولى لأن أغلب الشباب يتابع الإنترنت وبشكل كبير ومن سن صغيرة، ولكن ما يبرر ذلك تقارب النسب بين من يتابعون الإنترنت منذ أقل من عام ومنذ أقل من عامين وهو ما يمكن تفسيره بوجود جانب من العينة من جامعات إقليمية ربما لا يهتم الشباب هناك بمتابعة الإنترنت بنفس النسبة بين الشباب في جامعة القاهرة ولأسباب اقتصادية ليست لديه القدرة على شراء جهاز كمبيوتر.

*** عدد الأيام التي يتصفح فيها المبحوثون الإنترنت:**

جدول رقم (١٦)

عدد الأيام التي يتصفح فيها المبحوثون الإنترنت

عدد أيام تصفح الإنترنت	ك	٪
يوم واحد	١٧٠	٣٧,٧٪
يومان	١٣٨	٣٠,٦٪
ثلاثة أيام فأكثر	١٤٣	٣١,٧٪
المجموع	**٤٥١**	١٠٠٪

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- أن النسبة الكبرى من عينة الدراسة (٣٧,٧٪) تتصفح الإنترنت يومياً واحداً في الأسبوع، تلتها نسبة (٣١,٧٪) تتابع الإنترنت ثلاثة أيام فأكثر، وأخيراً نسبة (٣٠,٦٪) من المبحوثين- عينة الدراسة تتابع الإنترنت يومين في الأسبوع، وما يفسر ذلك هو وجود شباب من الجامعات الإقليمية- كما سبق القول- وأن هؤلاء الشباب لا يتصفح الإنترنت بشكل كبير سواء لعدم امتلاك جهاز كمبيوتر أو لارتفاع تكلفة الاتصال بالإنترنت في المنزل بالنسبة للمستوى الاقتصادي للطالب أو لعدم اقتناع الأسر بجدوى أهمية الإنترنت وارتباطه في أذهانهم بأنه مجرد وسيلة للتسلية أو لتصفح مواقع إباحية عكس الشباب الجامعي ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع الذي يحرص على متابعة الإنترنت أغلب أيام الأسبوع، سواء من خلال جهاز الكمبيوتر الشخصي بالمنزل أو من خلال مقاهي الإنترنت زهيدة الثمن التي تنتشر في كل مكان.

*** عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون مع الإنترنت:**

جدول رقم (١٧)

عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون مع الإنترنت

عدد الساعات التى يقضيها المبحوثون مع الإنترنت	ك	٪
أقل من ساعة	١٢٠	٢٦,٦٪
ساعتين	١٩٨	٤٣,٩٪
ثلاث ساعات فأكثر	١٣٣	٢٩,٥٪
المجموع	**٤٥١**	١٠٠٪

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- أن النسبة الكبرى من المبحوثين - عينة الدراسة- (٤٣,٩٪) تقضي مع الإنترنت ساعتين يومياً، تلتها نسبة (٢٩,٥٪) تقضي مع الإنترنت ثلاث ساعات فأكثر، وأخيراً نسبة (٢٦,٦٪) تقضي مع الإنترنت أقل من ساعة يومياً، وهي نتيجة منطقية حيث النسبة الكبرى تقضي مع الإنترنت ساعتين في اليوم وهي فترة معقولة ثم تليها النسبة التي تقضي مع الإنترنت أكثر من ثلاث ساعات وهي فترة كبيرة حيث يفضل نسبة كبيرة من

الشباب تصفح الإنترنت لفترات طويلة من أجل التحدث مع الآخرين من خلال الشات أو تحميل الأغاني والأفلام.

*** مجالات استخدام المبحوثين للإنترنت:**

جدول رقم (١٨)

مجالات استخدام المبحوثين للإنترنت

مجالات استخدام الإنترنت	ك	٪
تصفح المواقع الإخبارية العربية	١٨٣	٤٠,٦٪
تصفح المواقع الإخبارية الدولية	١٥٣	٣٣,٩٪
تصفح المواقع العلمية	١٣٧	٣٠,٤٪
الدردشة	٩٥	٢١,١٪
تحميل الأغاني والرنات والبرامج والأفلام	١٣١	٢٩٪
الاتصال بالعالم	٦٤	١٤.٢٪
ن= ٤٥١	الاختيار متعدد	

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- جاء في مقدمة مجالات استخدام الإنترنت للمبحوثين - عينة الدراسة- تصفح المواقع الإخبارية العربية بنسبة (٤٠,٦٪)، تلتها تصفح الموقع الإخبارية الدولية بنسبة (٣٣,٩٪)، ثم تصفح الموقع العلمية بنسبة (٣٠,٤٪)، ثم تحميل الأغاني والرنات والبرامج والأفلام بنسبة (٢٩٪)، يليها الدردشة بنسبة (٢١,١٪)، وأخيراً الاتصا ل بالعالم بنسبة (١٤,٢٪)، وما يفسر ذلك تحول اهتمامات الشباب الجامعي المصري في التعامل مع الإنترنت من مجرد تحميل الأغاني والأفلام إلى تصفح المواقع الإخبارية العربية والأجنبية، ولمعرفة الأخبار والمعلومات عن الأحداث والقضايا الجارية خاصة الأحداث المحلية التي تثير الكثير من الجدل على الساحة كالتعديلات الدستورية وما حدث في مجلس الشعب أثناء مناقشتها وموقف القوى السياسية من هذه التعديلات، وكذلك الأمر بالنسبة للقضية العراقية وبالتحديد إعدام الرئيس العراقي صدام حسين وما أثاره من ضجة دفعت الشباب للتعليق وإبداء الرأي.

*** المواقع المفضلة لدى المبحوثين:**

جدول رقم (١٩)

المواقع المفضلة لدى المبحوثين

المواقع المفضلة للمبحوثين	ك	٪
المواقع الإخبارية العربية	٢٠٥	٤٥,٥٪
المواقع الإخبارية الأجنبية	١١٢	٢٤,٨٪
المواقع العلمية	١٦٣	٣٦,١٪
المواقع الترفيهية	٢١٩	٤٨,٦٪
ن= ٤٥١	الاختيار متعدد	

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- جاءت المواقع الترفيهية في مقدمة المواقع التي يحرص المبحوثون- عينة الدراسة- على متابعتها بنسبة (٤٨,٦٪)، تلاها المواقع الإخبارية العربية بنسبة (٤٥,٥٪)، ثم المواقع العلمية بنسبة (٣٦,١٪)، وأخيراً المواقع الإخبارية الأجنبية بنسبة (٢٤,٨٪)، وهو ما يختلف مع نتائج دراسة مرفت الطرابيشي [٣٣]، حيث جاءت المواقع الدولية في المقام الأول ثم المواقع المصرية تليها المواقع العربية، وربما يرجع إلى مشكلة اللغة لدى عدد كبير من الشباب الجامعي المصري مما يجعله يحرص في المقام الأول على تصفح المواقع العربية، إلى جانب أنه يمكن تفسير احتلال المواقع الترفيهية المرتبة الأولى لدى الشباب - رغم تقاربها مع المواقع الإخبارية العربية التي احتلت المرتبة الثانية بأن هذه المواقع تتيح للشباب إبداء آرائهم ومناقشة جميع القضايا بحرية من خلال برامج الدردشة المختلفة.

*** المواقع الإخبارية العربية المفضلة لدى المبحوثين:**

جدول رقم (٢٠)

المواقع الإخبارية العربية المفضلة لدى المبحوثين

المواقع الإخبارية العربية المفضلة	ك	٪
موقع محيط	٧٦	١٦,٩٪
موقع إيلاف	٥٤	١٢٪
موقع إسلام أون لاين	١٠٨	٢٣,٩٪
موقع الجزيرة	١٢٩	٢٨,٦٪
موقع BBC العربي	٩٣	٢٠,٦٪
موقع الحزب الوطني	٦٤	١٤,٢٪
موقع اخوان أون لاين	٥٥	١٢,٢٪
موقع كفاية	٣٧	٨,٢٪
موقع CNN العربي	٥٦	١٢,٤٪
موقع مصراوي	٩١	٢٠,٢٪
ن= ٤٥١	الاختيار متعدد	

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- جاء موقع الجزيرة في مقدمة المواقع الإخبارية العربية التي يفضل المبحوثون- عينة الدراسة- متابعتها بنسبة (٢٨,٦٪)، تلاه موقع إسلام أون لاين بنسبة (٢٣,٩٪)، ثم موقع BBC العربي بنسبة (٢٠,٦٪)، ثم موقع مصراوي بنسبة (٢٠,٢٪)، تلاه موقع محيط بنسبة (١٦,٩٪)، ثم موقع الحزب الوطني الديمقراطي بنسبة (١٤,٢٪)، ثم موقع CNN العربي بنسبة (١٢,٤٪)، تلاه موقع إخوان أون لاين بنسبة (١٢,٢٪)، ثم موقع إيلاف بنسبة (١٢٪)، ثم موقع كفاية بنسبة (٨,٢٪) في النهاية، وما يفسر ذلك لجوء الشباب إلى المواقع الإعلامية الشهيرة مثل موقع الجزيرة وإسلام اون لاين وBBC ومصراوي أكثر من اهتمامه بالمواقع ذات الصبغة السياسية، أو التي تعبر عن وجهات نظر قوى سياسية معروفة وبالتالي تقل مصداقيتها لدى الشباب نتيجة السياسة التحريرية التي تتبعها في التعامل مع القضايا المثارة فكل موقع يحرص على إبراز وجهة نظره ويتهم القوى الأخرى بأنها لا تقول الحقيقة ولديها مصالح خاصة وهو ما يؤثر سلباً على مصداقية هذه المواقع لدى الشباب.

*** المواقع الإخبارية الأجنبية المفضلة لدى المبحوثين:**

جدول رقم (٢١)

المواقع الإخبارية الأجنبية المفضلة لدى المبحوثين

المواقع الأجنبية المفضلة	ك	٪
موقع البوابة الأجنبي	٩٥	٢١,١٪
موقع إسلام أون لاين الأجنبي	١٣٤	٢٩,٧٪
موقع ميدل إيست أون لاين الأجنبي	١٦٤	٣٦,١٪
موقع BBC الأجنبي	٩٥	٢١,١٪
موقع CNN الأجنبي	١٠٤	٢٣,١٪
ن= ٤٥١	الاختيار متعدد	

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- جاء موقع ميدل ايست أون لاين الأجنبي في مقدمة المواقع الإخبارية الأجنبية التي يفضل المبحوثون - عينة الدراسة- متابعتها بنسبة (٣٦,١٪)، تلاه

موقع إسلام أون لاين الأجنبي بنسبة (٢٩,٧٪)، تلاه موقع CNN الأجنبي بنسبة (٢٣,١٪)، ثم تساوى كل من موقع BBC الأجنبي وموقع البوابة الأجنبي بنسبة (٢١,١٪)، ويمكن إرجاع ذلك إلى اهتمام الشباب بالمواقع الإعلامية التي لها نسختان على الإنترنت واحدة بالعربية وأخرى بالأجنبية حيث تكون النسخة العربية من أسباب شهرة النسخة الأجنبية.

*** دوافع تعرض المبحوثين للإنترنت:**

جدول رقم (٢٢)

دوافع تعرض المبحوثين للإنترنت

دوافع تعرض المبحوثين للإنترنت	ك	٪
التسلية وقضاء الوقت	١٧٧	٣٩,٢٪
الهروب من المشكلات	١٢٩	٢٨,٦٪
الحصول على المعلومات	٢٥٣	٥٦,١٪
الحوار مع الآخرين	١٤٦	٣٢,٤٪
أغراض الدراسة	١٢٨	٢٨,٤٪
متطلبات العمل	٤٦	١٠,٢٪
ن= ٤٥١	الاختيار متعدد	

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- جاء في مقدمة دوافع تعرض المبحوثين - عينة الدراسة- للإنترنت دافع "الحصول على المعلومات" بنسبة (٥٦,١٪) تلاه دافع "التسلية وقضاء الوقت" بنسبة (٣٩,٢٪) ثم دافع "الحوار مع الآخرين" بنسبة (٣٢,٤٪) تلاه دافع "الهروب من المشكلات "بنسبة (٢٨,٦٪)، تلاه دافع "أغراض الدراسة" بنسبة (٢٨,٤٪)، تلاه دافع "متطلبات العمل" بنسبة (١٠,٢٪)، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة نجوى عبد السلام [٣٤]، التي أشارت إلى أن الحصول على المعلومات من أهم دوافع تعرض الشباب المصري للإنترنت ثم تأتي دوافع التسلية وقضاء الوقت.

*** استفادة المبحوثين من الإنترنت:**

جدول رقم (٢٣)

استفادة المبحوثين من الإنترنت

استفادة المبحوثين من الإنترنت	ك	٪
نعم	٢٥٤	٥٦,٣٪
لا	٤٥	١٠٪
لا أستطيع التحديد	١٥٢	٣٣,٧٪
المجموع	٤٥١	١٠٠٪

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- أن النسبة الكبرى من المبحوثين – عينة الدراسة- (٥٦,٣٪) تستفيد من تصفح الإنترنت، تليها فئة لا أستطيع التحديد بنسبة (٣٣,٧٪، وأخيراً فئة لا بنسبة (١٠٪) للذين لا يستفيدون من الإنترنت، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج عدة دراسات أشارت إلى جوانب مختلفة لاستفادة المبحوثين من الإنترنت، فمنها دراسات أشارت إلى إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية [٣٥]، وزيادة المعرفة السياسية للمبحوثين [٣٦]، والحرية في إبداء الأفكار ووجهات النظر [٣٧]، والحصول على المعلومات والمعارف [٣٨].

*** الإشباعات التي يحصل عليها المبحوثون من الإنترنت:**

جدول رقم (٢٤)

الإشباعات التي يحصل عليها المبحوثون من الإنترنت

إشباعات المبحوثين من التعرض للإنترنت	ك	٪
التسلية والاسترخاء	١٧٩	٣٩.٧٪
الحصول على المعلومات	٢٢٥	٤٩.٩٪
معرفة الأخبار والأحداث على المستوى العالمي	١٧٣	٣٨.٤٪
معرفة ما يدور من أحداث داخلية بحيادية وموضوعية	٨٩	١٩.٧٪
الدردشة والتعرف على الأصدقاء من خلال الشات	١٤٦	٣٢.٤٪
التعبير عن رأيك من خلال التحدث مع الآخرين	٣٨	٨.٤٪
الاضطلاع على ثقافات أخرى	٨٢	١٨.٢٪
توسيع الأفق واكتساب الخبرات	٨٠	١٧.٧٪
ن= ٤٥١	الاختيار متعدد	

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- جاء في مقدمة الإشباعات التي يحصل عليها المبحوثين من التعرض للإنترنت "الحصول على المعلومات" بنسبة (٤٩,٩٪)، تلاها "التسلية والاسترخاء" بنسبة (٣٩,٧٪)، ثم "معرفة الأخبار والأحداث على المستوى العالمي" بنسبة (٣٨,٤٪)، ثم "الدردشة والتعرف على الأصدقاء من خلال الشات" بنسبة (٣٢,٤٪)، تلاها "معرفة ما يدور من أحداث داخلية بحيادية وموضوعية" بنسبة (١٩,٧٪)، ثم "الإطلاع على ثقافات أخرى" بنسبة (١٨,٢٪)، ثم "توسيع الأفق واكتساب الخبرات" بنسبة (١٧,٧٪)، وأخيراً "التعبير عن رأيك من خلال التحدث مع الآخرين" بنسبة (٨,٤٪)، ويلاحظ أن الاشباعات المعرفية والمعلوماتية جاءت في المقام الأول قبل اشباعات التسلية والترفية، ويمكن تفسير ذلك في ضوء دوافع المبحوثين التي ركزت على الدوافع النفعية للحصول على المعلومات واهتمام المبحوثين بتصفح المواقع الإخبارية.

*** تزويد المواقع الإلكترونية بالمعرفة السياسية عن الأحداث المحلية للمبحوثين:**

جدول رقم (٢٥)

تزويد المواقع الإلكترونية بالمعرفة السياسية عن الأحداث المحلية للمبحوثين

تزويد المواقع بالمعرفة السياسية	ك	٪
نعم	٢٤٥	٥٤,٣٪
لا	٧١	١٥,٧٪
لا أستطيع	١٣٥	٢٩,٩٪
المجموع	**٤٥١**	١٠٠٪

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- أن النسبة الكبرى من المبحوثين- عينة الدراسة- (٥٤,٣٪) تزودها المواقع الإلكترونية بالمعرفة السياسية عن الأحداث المحلية، تليها نسبة (٢٩,٩٪) من عينة الدراسة أفادت بأنها لا تستطيع التحديد إذا كانت المواقع تزودها بالمعرفة السياسية أم لا، وأخيراً نسبة (١٥,٧٪) أفادت بأن المواقع الإلكترونية لا تزودها بالمعرفة السياسية عن الأحداث المحلية، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج عدة دراسات(**) أشارت إلى دور

الإنترنت في تزويد الجمهور وخاصة الشباب بالمعرفة السياسية والوعي السياسي.

*** مدى تزويد المواقع بالمعرفة السياسية للمبحوثين:**

جدول رقم (٢٦)

مدى تزويد المواقع بالمعرفة السياسية للمبحوثين

مدى تزويد المواقع بالمعرفة السياسة	ك	٪
إلى حد كبير	٩٢	٣٧,٦٪
إلى حد ما	١٢١	٤٩,٤٪
لا اعرف	٣٢	١٣٪
المجموع	**٤٥١**	**١٠٠٪**

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- أن النسبة الكبرى من المبحوثين – عينة الدراسة – (٤٩,٤٪) أفادت بأن المواقع تزودها بالمعرفة السياسية إلى حد ما، تلاها فئة "إلى حد كبير" بنسبة (٣٧,٦٪)، تلاها فئة "لا أعرف" بنسبة (١٣,١٪)، ويمكن إرجاع ذلك إلى ضعف مستوى المعرفة السياسية للشباب وعدم تركيزه على متابعة القضايا والأحداث السياسية بشكل متعمق.

اختبار فروض الدراسة:

*** اختبار الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التعرض للصحف ومستوى المعرفة السياسية للمبحوثين.**

وبمعالجة البيانات واستخدام اختبار ANOVA جاءت نتيجة الاختبار في الجدول التالي:

جدول رقم (٢٧)

استخدام اختبار ANOVA لاختبار العلاقة بين التعرض للصحف ومستوى المعرفة السياسية للمبحوثين

مستوى المعرفة السياسية	مستوى التعرض	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة F	درجة الحرية	مستوى المعنوية
المعرفة السياسية العام	ضعيف	٣٥	٣,٢٠	٠,٥١٢	٢,٤٤٨	٠,٥٩٩
	متوسط	٢٩٦	٣,١٠			
	قوي	١٢٠	٣,٠٤			

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

- تبين عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التعرض للصحف ومستوى المعرفة السياسية العامة، حيث كان مستوى المعنوية للعلاقة بينهما (٠,٥٩٩).

- يرفض الفرض الأول، حيث لم يثبت وجود علاقة بين التعرض للصحف ومستوى المعرفة السياسية، ويمكن تفسير ذلك في ضوء البعد الكيفي للتعرض للصحف وليس البعد الكمي، فمن الممكن أن تؤدي زيادة التعرض للصحف إلى زيادة المعرفة السياسية أو لا تؤدي لزيادتها، وذلك وفق الموضوعات والمواد والفنون الصحفية التي يقرأها المبحوثون من الشباب الجامعي، فمن يتعرض للأخبار لن يتشابه بشكل كبير مع من يتعرض للتقارير والمقالات والتحليلات الثرية بالمعلومات والمعارف، إلى جانب وجود وسائل أخرى للمعلومات تؤثر في مستوى المعرفة السياسية للشباب منها التليفزيون والأصدقاء والأسرة والندوات وغيرها من وسائل الاتصال الشخصي التي بالتأكيد يكون لها دور كبير في تزويد الشباب بالمعرفة السياسية.

*** اختبار الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى المعرفة السياسية والتعرض للإنترنت.**

وبمعالجة البيانات واستخدام اختبار ANOVA جاءت نتيجة اختبار الفرض كما يعبر عنها الجدول التالي:

جدول رقم (٢٨)

استخدام ANOVA لاختبار العلاقة بين المعرفة السياسية والتعرض للانترنت

مستوى المعرفة السياسية	مستوى التعرض	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة F	درجة الحرية	مستوى المعنوية
المعرفة السياسية العامة	ضعيف	٦٢	٣,٠١	٠,٣٣٨	٤٤٨,٢	٠,٧١٣
	متوسط	٢٤٠	٣.١١			
	قوي	١٤٩	٣,٠			

*** تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها:**

– تبين عدم وجود علاقة بين مستوى المعرفة السياسية للمبحوثين ومستوى التعرض للإنترنت، حيث كان مستوى المعنوية للعلاقة بين المعرفة السياسية العامة ومستوى التعرض للإنترنت (٠,٧١٣).

– يرفض الفرض الخامس للعلاقة بين مستوى المعرفة السياسية للمبحوث ومستوى التعرض للإنترنت، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن الكيفية التي يتعرض بها الشباب الجامعي للإنترنت، فقطاع كبير من الشباب يستخدم الإنترنت بكثافة عالية ولكن لسماع الأغاني وعمل الشات وتحميل الرنات.

خلاصة الدراسة:

• يعيش العالم اليوم في عصر الاتصال، والسمة الأساسية لهذا العصر هو تضاعف المعرفة الإنسانية كل خمس سنوات، وأصبحت المعرفة والمعلومات والأفكار تنتشر وتتوالي بحيث يصعب علي الفرد تجنبها، وتحول العالم بفضل وسائل الإعلام وثورة التكنولوجيا والمعلومات في الفترة الأخيرة إلى قرية صغيرة، وأصبح الإعلام يقوم بدور مؤثر في تشكيل الثقافة السياسية للرأي العام عن طريق تزويد الأفراد بالمعلومات السياسية ،كما يسهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافته السياسية من خلال المناقشات السياسية غير الرسمية، فوسائل الإعلام تلعب دورا أساسيا كمصدر يستقي منه الفرد معلوماته السياسية، إلي جانب دورها في التنشئة السياسية .

• وقبل مناقشة النتيجة النهائية للدراسة وهي عدم تأثير المتغير المستقل للدراسة –وهو التعرض للصحف والمواقع – علي المتغير التابع – وهو المعرفة السياسية للشباب الجامعي – لابد من طرح عدة نتائج توصلت إليها الدراسة لتساعدنا على فهم هذا النتيجة التي قد تبدو للبعض غريبة وهي كالتالي:

• ٦٣,٢٪ من الشباب – عينة الدراسة – يفضلون قراءة الأخبار تليها التحقيقات بنسبة ٤٤,٦ ٪ عن بقية الفنون الصحفية .

• ٦٥,٦ ٪ من عينة الدراسة كان تعرضهم للصحف متوسطًا أي بعض أيام الأسبوع

• ٥٣,٢٪ من المبحوثين كان تعرضه للانترنت متوسطًا أي في حدود يومين في الأسبوع وساعتين كل مرة

• ٥٦٪ من دوافع تعرض المبحوثين للصحافة والانترنت كان بهدف الحصول على المعلومات عن القضايا والأحداث الجارية .

• من هنا يمكن فهم عدم وجود علاقة بين التعرض للصحف والانترنت والمعرفة السياسية من خلال أبعاد كثيرة أبرزها:

• انخفاض مستوى التعرض للصحافة والانترنت حيث اتجهت أغلب مفردات العينة للتعرض للصحافة بعض أيام الأسبوع والتعرض للانترنت لمدة يومين في الأسبوع، وتبين تركيز الشباب علي الأخبار سواء في الصحافة أو الانترنت وقلة اهتمامه بالموضوعات التحليلية والتفسيرية المليئة بالمعلومات والمعرفة عكس الأخبار.

• الجانب الكيفي للتعرض سواء من حيث نوعية المواد التي يتعرض لها وهل يتعرض لها بعمق أم بسطحية أي يكتفي بقراءة العناوين .

• طبيعة اهتمام الشباب بالموضوعات السياسية وإدراكهم لها وهل فهم ما تعرض له ؟ وهل يستطيع تذكره أي هل تحول إلى معرفة؟.

• تأثير المتغيرات الوسيطة ومنها المناخ السياسي العام هل يشجع الشباب علي المشاركة وبالتالي يبحث عن المعرفة أم لا ؟فهناك أدوار غائبة للأسرة والمدرسة ودور العبادة والجامعة ووسائل الإعلام والأحزاب كلها لا تقوم بدورها لتشجيع الشباب علي المشاركة والاهتمام بآرائهم، فالشباب لا يهتم بالسياسة من الأساس لأنهم يرون أنه لا جدوى من المشاركة وبالتالي لا ينتمون لأحزاب ولا يمتلكون بطاقات انتخابية ولا يذهبون للتصويت وبالتالي لا يهمهم كثيرا تكوين المعرفة عن الأحداث السياسية الجارية .

نقطة أخري مهمة وهي الثقة في مصداقية وسائل الإعلام التي تبالغ في إبراز السلبيات أو الإيجابيات مما يفقدها مصداقيتها لدى الشباب ولا تكون وحدها العامل المؤثر في المعرفة السياسية لديهم فهناك الأصدقاء والأسرة والندوات وغيرها من وسائل الاتصال

الشخصي التي من الممكن أن يكون لها دور كبير في التأثير علي المعرفة السياسية لدى الشباب أكثر من تعرضهم للإنترنت والصحافة المطبوعة.

= = = = = = = = = = = = = = =

الهوامش

١- إيناس أبو يوسف، الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات، دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة القاهرة، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد الأول، يناير – مارس ٢٠٠١، ص٧٣.

٢- حنان يوسف، نحو إعلام سياسي هادف للشباب ومواجهة خطر العولمة، **مجلة الفن الإذاعي**، العدد ١٥٨، يوليو ١٩٩٩، ص ٩٦.

٣- إيناس أبو يوسف، **مرجع سابق**، ص ٧٣.

٤- جمال عبد العظيم، دور الصحافة المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي، دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب عام ٢٠٠٠ في إطار نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد الأول، يناير – مارس ٢٠٠١، ص١٦٢.

٥- **المرجع السابق**، ص ١٦٢.

٦- السيد عليوة، منى محمود، **المشاركة السياسية**، موسوعة الشباب، (القاهرة: مركز الأهرام للدراسات السياسية والإستراتيجية، ٢٠٠٠)، ص ٧١.

٧- حنان جنيد، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية، دراسة ميدانية على طلاب الجامعات الخاصة المصرية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الثامن عشر، يناير - مارس، ٢٠٠٣.

٨- شريف درويش اللبان، **الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع**، الطبعة الأولى، (القاهرة:الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥)، ص ٦٦.

٩- نوال الصفتي، أثر التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية العربية، **بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي**

السابع (الإعلام وحقوق الإنسان العربي)، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مايو ٢٠٠١)، ص ٣٩٦ .

١٠- ماجدة محمد عبد الباقي، دور وسائل الإعلام فى التثقيف السياسي للرأى العام ومدى تنمية اتجاهاته نحو المشاركة، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، (جامعة اسيوط: كلية الآداب، قسم الاعلام، ٢٠٠٥).

١١- جمال عبد العظيم، دور الصحافة المصرية فى المشاركة السياسية لدى قادة الراى، **مرجع سابق**.

12- Wilkins, K.G. The Role of the Media in Public Disengagement from Political Life, ***Journal of Broadcasting & Electronic Media***, Vol. 44, No.4, 2000, pp. 569 – 580.

13- Nancy B. Lowden, Peter A. Anderson, David M. Dozier, Martha M. Lauzen, Media Use in the Priming Election, A Secondary Medium Model, ***Communication Research***, Vol. 21, No.3, June 1994, PP. 293-304.

١٤- رجاء عواد، دور شبكة الإنترنت في توعية المواطنين حول الانتخابات الفلسطينية، **بحث مقدم لمؤتمر (صحافة الإنترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات)**، (جامعة الشارقة: كلية الاتصال،٢٢ – ٢٣ نوفمبر ٢٠٠٥).

١٥- وفاء عبد الخالق ثروت، العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوي معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الأنجلو أميركية علي العراق، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد العشرون، يوليه – سبتمبر ٢٠٠٣.

١٦- حنان جنيد، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية، **مرجع سابق**.

١٧- نوال الصفتي، أثر التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية العربية دراسة ميدانية، **مرجع سابق**.

١٨- إيمان جمعة، التعرض لوسائل

الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الانتخابات الإسرائيلية لدى الشباب الجامعي المصري، **بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي السابع(الإعلام وحقوق الإنسان العربي)**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مايو ٢٠٠١).

١٩- من أمثلة الدراسات التي أشارت إلى ذلك:

- ليلى حسين السيد، دور وسائل الاتصال في امداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية، **بحث مقدم للمؤتمر العلمي الرابع(الإعلام وقضايا الشباب)**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٨).
- مها محمد كمال الطرابيشي، انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي، مرجع سابق.
- جمال عبد العظيم، دور الصحافة المصرية فى المشاركة السياسية لدى قادة الرأى، مرجع سابق.
- مها محمد كمال الطرابيشي، مدى اعتماد الجمهور على الصحف المصرية في معالجتها الأزمات الطارئة، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد الثاني، العدد الثالث، يوليو- سبتمبر٢٠٠١ .

٢٠- من أمثلة الدراسات التي أشارت إلى ذلك:

- نوال الصفتي، أثر التعرض للصحف الإلكترونية علي إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية العربية، **مرجع سابق**.
- إيمان جمعة، التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوي المعرفة السياسية بأحداث الإنتخابات الاسرائيلية لدى الشباب الجامعي المصري، **مرجع سابق**.
- حنان جنيد، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية، **مرجع سابق**.
- وفاء عبد الخالق ثروت، العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوى المعرفة السياسية بأحداث الحرب الأنجلو أمريكية على العراق، **مرجع سابق**.

- عبير حمدي، دور الإنترنت والراديو والتليفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات، **مرجع سابق**.

٢١- **من أمثلة الدراسات التي أشارت إلى ذلك:**

- إيناس أبو يوسف، الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات، **مرجع سابق**.

- السيد عليوة، منى محمود، المشاركة السياسية، **مرجع سابق**.

٢٢- سمير محمد حسين، **بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ**، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩١)، ص ص ٩٧-٩٨.

٢٣- سامي طايع، **بحوث الإعلام**، (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠١)، ص ١٦٧.

٢٤- سمير حسين، **مرجع سابق**، ص ص ٩٩ -١٠٠.

(*) تم عرض الاستمارة على مجموعة المحكمين السالف ذكرهم في تحكيم استمارة تحليل المضمون.

٢٥- عبير محمدي **مرجع السابق**، ص ٩١ .

٢٦- إيمان جمعة، التعرف لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الانتخابات الإسرائيلية لدى الشباب الجامعي المصري، **مرجع سابق**، ص ١٦٠.

٢٧- شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، **مرجع سابق**، ص ٦٦.

٢٨- مها محمد كامل الطرابيش، مدى اعتماد الجمهور على الصحف المصرية في معالجتها للأزمات الطارئة، **مرجع سابق**.

٢٩- ليلى حسين السيد، دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية، **مرجع سابق**.

٣٠- إيمان جمعة، التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقتة بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الانتخابات الإسرائيلية لدى

الشباب الجامعي المصري، **مرجع سابق**.

٣١- مها محمد كامل الطرابيشي، انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي، **مرجع سابق**.

٣٢- محمود خليل، دور الصحافة الحزبية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأداء الحكومي بمصر، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الثالث، ١٩٩٨.

٣٣- مرفت محمد كامل الطرابيشي، العوامل المؤثرة في تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية على الإنترنت، **مجلة كلية الآداب**، جامعة حلوان، العدد السادس، يوليو ١٩٩٨، ص ص ٤٨١-٥٤٣.

٣٤- نجوى عبد السلام، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، **مرجع سابق**.

٣٥- نوال عبد العزيز الصفتي، أثر التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية العربية، **مرجع سابق**.

٣٦- إيمان جمعة، التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الانتخابات الإسرائيلية، **مرجع سابق**.

٣٧- عصام نصر سليم، حدود حرية الرأي في ساحات الحوار العربي عبر الإنترنت، **مرجع سابق**.

٣٨- نجوى عبد السلام، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، **مرجع سابق**.

(**) من أمثلة هذه الدراسات:

- نوال عبد العزيز الصفتي، أثر التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية العربية، **مرجع سابق**.

- إيمان جمعة، التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الانتخابات الإسرائيلية لدى الشباب الجامعي المصري، **مرجع سابق**.

- حنـــان جنيـــد، تكنولوجيـــا الاتـــصال التفـاعلي(الإنترنـت) وعلاقتـة بدرجـة الوعي السياسي لدى طـلاب الجامعـات المصرية، **مرجع سابق**.
- وفاء عبـد الخـالق ثـروت، العلاقـة بـين التعـرض لوسـائل الإعـلام ومـستوى معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الأنجلـو أميركيـة عـلي العـراق، **مرجـع سابق**.
- رجـاء عـواد، دور شـبكة الإنترنـت في توعيـة المـواطنين حـول الانتخابـات الفلسطينية، **مرجع سابق**.

****