" دور المواقع الإخبارية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحزاب السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير –دراسة ميدانية "

وفاء براد جلال عبد الصادق (*)

مقدمة

أصبح الانترنت مصدرا مهما يستمد منه الجمهور المعلومات التي تساعد في تكوين رؤيته الخاصة، وأطره المعرفية حول القضايا المطروحة، علاوة على المشاركة الإيجابية للجمهور من خلال استخدامه للعناصر التفاعلية والتواصل الإيجابي مع الوسيلة ذاتها، ومن خلال الدراسات السابقة، وفى إطار اهتمام الباحثة بهذه النوعية من الدراسات ذات الصلة بالتكنولوجيا، لاحظت الباحثة وجود دراسات قليلة لاستكشاف اثار الوسائط المتعددة على معالجة المعلومات وادراكها على المواقع، [١] وأدى انتشار شبكة الانترنت وما تحتويه من خدمات اليكترونية إعلامية أداة مهمة في الحراك السياسي في معظم الدول العربية، إذ باتت المتنفس الرئيسي للشباب للتعبير عن آرائهم وسخطهم من النظم القائمة في كافة جوانب الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية، بل ومثلت الثورات العربية أبرز دليل على مدى فاعلية الانترنت وقوة الشبكات الاجتماعية، إذ ساهمت في إزاله عروش أنظمة دكتاتورية في بلاد عربية. [٢]

وساعدت شبكة الانترنت في اندلاع ثورة ٢٥ يناير في مصر، حيث استطاع شباب الثورة أن يشعلوا الثورة على صفحات التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية والمدونات الشخصية، ثم نقلها الى أرض الواقع من خلال دعوات التظاهر، ونشر الأسباب التي يتظاهرون ضدها وأيضاً المطالب المشروعة التي ينادون بها.

(*) باحثة ماجستير بقسم علم الإعلام - كلية الآداب - جامعة سوهاج.

هذا البحث من رسالة الماجستير الخاصة بالباحثة، وهي بعنوان: " دور المواقع الإخبارية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحزاب السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير – دراسة ميدانية "، إشراف: أ.د. عزة عبد العزيز عبد اللاه – كلية الآداب – جامعة سوهاج & د. مرزوق عبد الحكم العادلي – كلية الآداب – جامعة سوهاج.

1_ Sundar, S. S. (2000), Multimedia Effects on processing and perception of online news: A Study of picture, audio, and video downloads. Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol.77, No 3, PP 480_499.

٢_ سامية أبو النصر: استخدام طلاب الجامعات لمواقع الأحزاب السياسية المصرية وعلاقته باتجاهاتهم نحوها "، رسالة دكتوراه غير منشورة معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٥.

وتمثل المواقع الإلكترونية عموما والإخبارية منها على وجه الخصوص ميدانًا تفاعليا لفئة الشباب في إبداء الآراء والتعليقات على الأحداث التي تناولتها، وذلك لم يكن متوافرا بشكل كبير لدى الوسائل الاتصالية التقليدية، مما قد يشكل إضافة إلى الجوانب المعرفية لدى فئة الشباب في مجالات مختلفة. [١]

وتأتي الدراسة الراهنة لتبحث في (دور المواقع الإخبارية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحزاب السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير)

الدراسات السابقة

١. دراسة[٢] (Majid Alhmaidi 2015)

هدفت الدراسة إلى المقارنة بين التغطية الإخبارية لموقع جريدة الأهرام وموقع قناة الجزيرة للاحتجاجات والمعارضين في ثورة يناير ٢٠١١، وتقديم تفسير شامل للخطاب الإعلام، حيث لعبت وسائل الإعلام دورا هاما لتوثيق هذ الفترة.

وتوصلت الدراسة إلى ان كلا الموقعين استخدما مجموعة من الأطر الإخبارية التي تحمل سمات الاستقطاب، حيث كانت تقارير موقع الأهرام تتضمن استقطاب لصالح الحكومة المصرية ضد المحتجين وموقع الجزيرة فكان يحمل سمات الاستقطاب لصالح المحتجين ضد الحكومة المصرية.

٢. دراسة[٣] Uta Russmann, voter Targeting On line in Comparative): Perspectives: Political Party Websites in the 2008/2009 and 2013 Austrian and German Election Campaigns,2016)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الأحزاب السياسية لمواقعها الإلكترونية في تقسيم السوق السياسي إلى قطاعات محددة والتعامل معهم، فإن هذا التحليل الطولي المقارن يهدف أيضًا إلى توفير رؤى حول عملية تطوير استراتيجيات الاستهداف السياسي، وتم جمع البيانات باستخدام أداة تحليل

٣_ صابر حسن طر: العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإخبارية الاليكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية العربية واتجاهات الجمهور نحوها، رسالة ماجستير غير منشور، جامعة القاهرة، قسم الإعلام، ٢١٤م).

1_ Majid Alhumaidi, " A critical discourse analysis of Al - Ahram and Aljazeera's Online Coverage of Egypt's 2011 Revolution' 'Unpublished P.H. D thesis (U.S.A University of florida,2013) PP 230.

2_ Uta Russmann," Voter Targeting Online in Comparative Perspectives, (2016): Political Party Websites in the 2008/2009 and 2013 Austrian and German Election Campaigns ,(Journal of political Marketing, published first on line 21 Apr, Available at: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15377857.2016.1179241

المضمون لمواقع الأحزاب في المانيا والنمسا خلال الانتخابات العامة لعامي ٢٠٠٩و٢٠١٣
وتوصلت الدراسة إلى أن الفروق الطفيفة في الاستراتيجيات المستخدمة في مواقع الأحزاب التي تستهدف قطاعات محددة من الناخبين والأحزاب التي تخاطب السوق الكلى، وأكدت الدراسة على أن مواقع الأحزاب لازالت في أغلبها تقدم المعلومات والخدمات للجمهور العام.

٣. دراسة: شيماء عبد الحميد عبد الغنى محمد (٢٠١٨) بعنوان[١]: تصميم المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة بالعربية واتجاهات الجمهور نحوها.
هدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثير التفاعلية في المواقع الإخبارية على زيادة فاعلية المواقع ودورها في نجاح المواقع الإخبارية وزيادة أعداد المستخدمين لتلك المواقع، كذلك الكشف عن تأثير العوامل الخاصة بالمضمون الإخباري من تحديث دائم للأخبار وللمنتج الإخباري والالتزام بمعاير الصدق والأمانة في نجاح الموقع الإخباري وفاعلية أعداد مستخدميه، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وقد استخدمت منهج البحث الإعلامي والذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية.
وكشفت نتائج الدراسة أن نسبة ١٦,٢% يفضلون تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة بالعربية على الإنترنت، وهو ما يشير إلى أن نسبة أفراد العينة الذين يتصفحوا المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة بالعربية هي نسبة ضئيلة نسبيا بالنسبة لتصفح المواقع الأخرى، وأن أهم أسباب الحصول على الأخبار من الموقع الإلكتروني الإخباري هو تخصيص الأخبار التي تتناسب مع اهتمامات المستخدمين للموقع الإخباري وجاء ذلك في الترتيب الأول بنسبة ٦٦% يليه في الترتيب الثاني بنسبة ٦٠,٥% الانتقاء والاختيار للأخبار وسهولة الوصول للأخبار العالمية والمحلية.

(الإطار المنهجي للدراسة)

أ. مشكلة الدراسة

شكلت المواقع الإخبارية في واقعنا المعاصر عصب الحياة؛ نظرا لانتشارها الواسع على شبكة الانترنت، وتخطيها أقصى المسافات، حيث أصبح تأثيرها واضحًا على كافة الوسائل الإعلامية، فقد تمكنت من تطوير القدرات للمستخدمين

١ _ شيماء عبد الحميد عبد الغنى: تصميم المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة بالعربية واتجاهات الجمهور المصري نحوها، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٨).

والقائمين بالاتصال، حيث اتسمت المواقع بدورها بالعمق، والتنوع، والفورية، وحرية المشاهدة، مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى.

ونستطيع القول: إن المواقع الإخبارية والتدفق الهائل للمعلومات هو الذى أفرز هذا الجيل من الشباب المطلع بضغطة زر على كل الأخبار والأحداث التي يشارك فيها، وتلاحظ الباحثة: أن شريحة الشباب تتميز بإقبالها على المواقع والتعامل معها، مقارنة بالشريحة العمرية الأكثر سنا، وتعمل هذه الدراسة على معرفة استخدام الشباب للمواقع الإخبارية، واتجاهاتها نحو الأحزاب السياسية، وكيفية تأثيرها على الشباب، وذلك في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، إضافة إلى التعرف على تأثيرات متغيرات الاهتمام والسن والمستوى الاجتماعي والاقتصادي .

وقد أفرزت ثورة ٢٥ يناير العديد من الأحزاب والتيارات السياسية التي سعت كل منها إلى استقطاب شرائح وفئات من المجتمع المصري، حيث لهم الدور المهم على الساحة السياسية، ومن هنا أمكن تحديد المشكلة البحثية، وهي دور المواقع الإخبارية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحزاب بعد ثورة ٢٥ يناير.

ب. أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في: التعرف على دور المواقع الإخبارية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحزاب السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير.

وينبثق من هذا الهدف عدة أهداف فرعية، وهي:

١) معرفة مدى التعرض للمواقع الإخبارية وكثافة هذا التعرض.
٢) معرفة أكثر المواقع الإخبارية تعرضا من قبل الشباب الجامعي ولماذا؟
٣) التعرف على مدى تأثير هذه المواقع في دفع الشباب للانضمام لهذه الأحزاب السياسية
٤) التعرف على فاعلية الأحزاب السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة بعد ثورة ٢٥ يناير
٥) التعرف على درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية وارتباطها بلجوئهم بمصادر أخرى من عدمه.
٦) التعرف على مدى أهمية المعلومات المستجدة من المواقع الإخبارية لمجتمع البحث والمتعلقة بالأحزاب السياسية.

ج. (الإطار النظري للدراسة)

أولا: مفهوم المواقع الإلكترونية الإخبارية:

هو المحتوى الذى يتم رفعة على الأنترنت كل لحظة ولا يقتصر على المحتوى الإعلامي فقط، وإنما هناك العديد من البيانات الموجودة على الأنترنت بعضها ينتمى إلى المحتوى الإعلامي والأخر ينتمى إلى نوع اخر بعيد عن الإعلام، فالمحتوى الإعلامي على الأنترنت ما هو الا جزء من المخزون الضخم الموجود

على الأنترنت عبر المواقع الإلكترونية بأنواعها وأشكالها المختلفة لدرجة يصعب معها تحديد أي تصنيف يمكن أن يتدرج تحته المواقع الإلكترونية يقصد بها مواقع تحتوى على معلومات متشبعة مرتبطة في مواقع أخرى بحيث تتصل بعضها ببعض باستخدام روابط نصية فائقة التداخل تعرف بـ (Hyper Links).[١]

ويمكن تعريف المواقع الإلكترونية بأنها: هي وسيلة اتصال تسمح للمستخدمين باختيار المحتوى الذي يحتاجونه عند الحاجة إليه[٢].

كما عرفه أحد الباحثين (المواقع الإلكترونية) أنه عبارة عن وثيقة مخلقة على الكمبيوتر ذات تصميم جرافيك، ويمكن أن يجمع توليفة من النص والصور واللون والصوت والفيديو، والهدف منه مساعدة الأفراد والمنظمات على خلق وثائق يمكن الوصول لها بسهولة بصريا وسمعيا، باستخدام مجموعة منفصلة من الأوامر المتسقة[٣].

لذلك لا يمكن فصل مفهوم المواقع الاخبارية عن المفهوم العام للصحافة الإلكترونية باعتبار أن المواقع الاخبارية نوع من أنواع الصحافة الإلكترونية التي تم اكتشافها عقب ظهور الأنترنت لكنها اعطت لنفسها بعضا من السمات الخاصة التي ميزتها، واستفاد القائمون عليها من الخصائص والخدمات التي يوفرها الأنترنت وتكنولوجيا المعلومات.[٤]

فالأهمية المتزايدة للصحافة الإلكترونية شجعت على ظهور اتجاه ثاني من هذه الصحف يتمثل في مواقع اخبارية الكترونية، التي تتخذ مظهر صحيفة متكاملة من حيث المضامين والتسمية، ولكن تخضع للنمط الإلكتروني في التبويب وعرض الموضوعات واسلوب التحرير، وهي صحف الكترونية لا علاقة لها بأي صحيفة ورقية، وقد نشأت على مواقع الأنترنت وما يسمى بـ (الفضاء التفاعلي) (interactive space) وحققت نجاحا كبيرا.[٥]

والمواقع الاخبارية تركز اهتمامها على تقديم الخدمات الاخبارية وتضيف اليها بعض التحليلات الاخبارية والتقارير، وتركز هذه الخدمة على بلد معين وقد

١_ الغريب زاهر اسماعيل: تكنولوجيا المعلومات وتحديث التعليم، (القاهرة، عالم الكتب ، ٢٠٠١) ص٣٢.

2-Mihaela Vorvoreanu, (2006) Online organization – Public relationships: An experience – centered approach, Public relations review 32, P 397.

3- Michael L . Kent, Web Site," Encyclopedia of Public Relation ", Vol.1, 2004, P 12.

٤_ خالد غازي: الصحافة الإلكترونية العربية الالتزام والانقلاب في الخطاب والطرح، (مصر، وكالة الصحافة العربية ٢٠١٠) ص٦٣

٥ _محمود علم الدين: مقدمة في الصحافة الإلكترونية (القاهرة: الحرية للطباعة والنشر, ٢٠٠٨) ص ٢٤

تكتسب طابع العمومية فتغطى مناطق جغرافية مختلفة من العالم بصورة متسوية [١] في ضوء ذلك يمكننا تعريف الموقع الإخباري الإلكتروني على النحو التالي:
هو شكل من اشكال الصحافة الإلكترونية يتكون من مجموعة من الصفحات المعدة بتقنية "HTLM" مرتبطة ببعضها وبمواقع اخرى على الأنترنت على أن تكون هناك جهة وشركة مستضيفة للموقع عن طريق جهاز خاص بها و تكون صفحاته متاحة على الأنترنت للمشاهدة على مدار الساعة و له عنوان خاص للدخول اليه على الأنترنت و ما يطلق عليه "URL"[٢].

ثانيا: نشاة المواقع الإخبارية:

نشأت المواقع الإخبارية على الأنترنت وليس لها أصل ورقى وإنما بيئتها الاساسية هى البيئة الافتراضية والتي تسمى بالفضاء التفاعلى (Interactive Space)، وقد حققت نجاحا كبيرا حتى أن نجاحها شجع البعض على الخوض في عالم النشر التقليدى الورقى فيما يسمى بـــ (الهجرة المعاكسة) مثل مجلة (Wired) المتخصصة بالتقنيات التي بدأت الكترونية ثم اصدرت بعد ذلك الطبعة الورقية [٣]
وكانت صحيفة " شيكاغو تربيون" قد اطلقت اول نسخة الكترونية لها على الأنترنت عام ١٩٩٢, ثم بدأ الاستخدام المتزايد من جانب الصحف للأنترنت وأنشاء المواقع الإلكترونية , حتى ظهرت شركات للاخبار عبر الأنترنت ابتداء من عام ١٩٩٩ دون أن يكون لها وجود مادى , وتليها قنوات المعلومات عبر التلفزيون, لتكون نوعا من الصحافة المقروءة عبر الأنترنت , ثم لجأت بعض القنوات الفضائية والمحطات الاذاعية الى أنشاء مواقع الكترونية لها.[٤] وقد أنشأت عدة مواقع أخبارية عربية مثل الجزيرة نت، والعربية نت , والبوابة العربية لاخبار التقنية, الأمر الذى دفع باتجاه ضرورة التمييز بين "الصحيفة الإلكترونية" وبين الموقع الاخبارى الالكترونى , وعدم الخلط بينهما.[٥]
كما أن هناك مواقع اعلامية تجمع كل اشكال الاعلام بنفس القوة مثل فوكس نيوز Fox news الذي يعتبر هجين من كل التطبيقات الاتصالية فلا هو

١- عادل الانصارى: فنون التحرير الصحفي على الانترنت، (مصر، دار البشير للثقافة والعلوم ٢٠٠٨) ص ١٤- ١٥

٢ - محمد عهدى فضلى: الصحافة الإلكترونية الواقع والمستقبل (القاهرة _مطابع مؤسسة أخبار اليوم ٢٠١٠) ص ١٣.

٣- محمود علم الدين: مرجع سابق، ص.٢٤

٤- امال سعد المتولي: المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الاخبارية، دراسة تحليلية مقارنة، اعمال المؤتمر العلمي الاول للأكاديمية الدولية لعلوم الاعلام، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية, ٢٠٠٥) ص ٤٣٩.

١_ حسنى نصر: مقدمة في الاتصال الجماهيري، المداخل والوسائط، (القاهرة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع,٢٠٠١) ص ٩٧.

صحيفة ولا هو وكالة أنباء ولا هو قناة تلفزيونية بل هو موقع إخباري استفاد من خصائص ومزايا النشر الإلكتروني. ومستقبل الصحافة الإلكترونية العربية في تقدم مستمر وستشهد طفرات مبهرة خلال الفترة المقبلة مما يساهم في نجاح التدفق العربي الإلكتروني في كسر احتكار الاعلام الغربي للمعلومات [١]، وهذا يعكس الى أي مدى اصبحت المواقع الاخبارية اليوم مهمة في حياتنا اليومية والعملية.

ثالثا: أنواع المواقع الإلكترونية الإخبارية:

توجد عدة أنواع للمواقع الالكترونية هناك عدة أسس للتصنيف على أساسها فهناك من يقسمها من حيث التمويل، والبعض الاخر يقسمها من حيث المضمون، والبعض يقسمها من حيث زوايا إعلامية، والبعض يقسمها على حسب طاقم التحرير والإدارة، ومستوى المشاركة في العملية الاتصالية.

أولا: تقسيم المواقع الإلكترونية من حيث المضامين الإعلامية:

١_ المواقع الإلكترونية ذات المضامين الإعلامية:

هذه المواقع إنتاج معلومات مضامين إعلامية، مثل الصحافة الإلكترونية والمواقع الإلكترونية التي تديرها مؤسسات يمثل الاعلام نشاطها الرئيس، وتخضع لمعاير وضوابط العمل الإعلامي المتعارف عليها مهنيا سواء على مستوى الكتابة والإخراج او على مستوى اخلاقيات المهنة[٢]

٢_ المواقع الإلكترونية ذات المضامين المؤسساتية:

تحمل هذه المواقع كميات هائلة من المضامين التي تنتجها المؤسسات بأنواعها المختلفة، (سياسية، واقتصادية، ومنظمات عالمية، وجمعيات، ومؤسسات حكومية، وإدارة، ...الخ). والهدف منها الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي، ولهذه المضامين وظائف تجارية أو إعلانية أو عملية، ولا تخضع لقواعد العمل الإعلامي ولكن لقواعد الاعلام المؤسساتي.

٣_ المواقع الإلكترونية ذات المضامين الشخصية:

يتيح هذا الموقع للأشخاص التواصل وبناء علاقات اجتماعية جديدة او التعبير عن آرائهم، وقد افرزت الممارسات الاجتماعية في مجال النشر الشخصي والتواصل الإلكتروني مجموعة من القواعد يلتزم بها الأشخاص عندما يتحاورون في فضاء المحادثة أو منتدى للنقاش. [٣]

٢_ محمود خليل: مستقبل الصحافة الإلكترونية، (القاهرة: مكتبة مدبولي , ٢٠٠٤) ص.١٢٠

٣_ محمد احمد محمد الدبي: العوامل المؤثرة على استخدام الجمهور للصحافة الإلكترونية، دراسة تطبيقية على مصر والعراق، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية، ٢٠١٣) ص٢٢.

١ _ محمد احمد محمد الدبى: مرجع سابق، ص ٢٣.

مفهوم الأحزاب السياسية

عرف "موريس ديفرجيه" أنه "تجمع اختياري يقوم بإرادة أعضائه وهدفه الوصول إلى الحكم عن طريق الانتخاب"[١]، ويتفق معه "ماكس ويبر" إن اصطلاح الحزب "يُستخدم للدلالة على علاقاتٍ اجتماعيةٍ تنظيمية، تقوم على أساسٍ من الانتماء الحر، والهدفُ هو إعطاء رؤساء الحزب سلطة داخل الجماعة التنظيمية، من أجل تحقيق هدفٍ معين، أو الحصول على مزايا للأعضاء"[٢]، أما تعريف الحزب من خلال الأيديولوجية الفكرية، فيرتكز المفهوم الماركسي للحزب على ارتباطه، بالإطار الشامل للأيديولوجية الماركسية، فيُكَيف الحزب- باعتباره أحدَ عناصر "البناء العلوي" السياسي للمجتمع، وأنه تعبير عن مصالح طبقة اجتماعية، أو هو وفقاً لتعريف "ستالين" القطاع الطليعي من الطبقة الاجتماعية، أو بعبارةٍ أخرى، إن "الحزب مجموعة من الناس تربطها مصالح اقتصادية في المقام الأول، تُحاول الوصول للحكم عن طريق الإصلاح أو الثورة" [٣]، على الجانب الأخر نجد مجموعة من التعريفات التي تنطلق من النظرية الليبرالية، مثل تعريف "كاي لاوسون" للحزب السياسي بأنه "تنظيم من الأفراد يسعى، للحصول على تفويض مستمر (انتخابي أو غير انتخابي) من الشعب، (أومن قطاعٍ منه) لممثلين محددين من ذلك التنظيم، لممارسة القوة السياسية لمناصب حكومية معينة، مع إعلان أنتلك القوة سوف تُمارس بالنيابة عن الشعب"، وتأتى رؤية "كولمان وروزبرج" للأحزاب السياسية بأنها "اتحادات منظمة رسمياً، ذات غرضٍ واضحٍ ومُعلَن، يتمثلُ في الحصول على أو الحفاظ على السيطرة الشرعية، سواء بشكلٍ منفردٍ، أو بالتآلف، أو بالتنافس الانتخابي مع اتحاداتٍ مشابهة على مناصب وسياسات الحكم، في دولةٍ ذات سيادةٍ فعلية أو مُتوقعة [٤].

نشأة الأحزاب السياسية:

نشأت الأحزاب السياسية في مصر خلال العقدين الاخيرين من القرن ١٩، حيث كان ظهور هذه الأحزاب تعبيرا عن تفاعلات اجتماعية واقتصادية وفكرية معينة في تلك الفترة التي شهدت ايضا نشأة وتطور مؤسسات الحكم الحديثة في مصر, وبدأت الأحزاب في شكل جمعيات اجتماعية وسياسية رغم أن بعضها حمل اسم حزب, حيث أول حزب حقيقي اكتملت فيه صفات الحزب السياسي بالمعنى

٢- موريس ديفرجيه، ترجمة علي مقلد وعبد المحسن سعد: الأحزاب السياسية، ، ط٢، (القاهرة: الهيئة العامة لقصور الثقافة، ٢٠١١)، ص ٧.

٣- نبيلة عبد الحليم: (١٩٨٢)، مرجع سابق، ص٧٣.

٤- بلقيس منصور: الأحزاب السياسية والتحول الديمقراطي في اليمن ١٩٩١-٢٠٠١، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ٢٠٠٣، ص ١٤.

١- أسامة الغزالي حرب: الأحزاب السياسية في العالم الثالث، (الكويت: سلسلة إصدارات عالم المعرفة، ١٩٨٧)، ص ١٧.

الحديث كان هو الحزب الوطني الذي أسسه الزعيم مصطفي كامل في عام ١٩٠٧, ثم تلى ذلك نشأة مجموعة من الأحزاب السياسية وخلال أقل من عشر سنوات كان هناك تنوعا كبيرا في طبيعة هذه الأحزاب من حيث تكوينها وقوتها التنظيمية وقاعدتها الشعبية , ومن حيث توجهاتها السياسية حيث كان هناك أحزاب وطنية وأحزاب أخرى تابعة للقصر وأخرى أنشأها الاحتلال وكانت هناك أحزاب ايديولوجية تعبر عن افكار وعقائد سياسية وتسعى لنشرها .[١]

من ناحية أخرى، اجتهد علماء السياسية في تفسير نشأة الأحزاب السياسية وتحديد بدايتها. فقد رأي البعض أنها ظاهرة عرفتها بعض الحضارات القديمة، حيث عرفت الشعوب الأحزاب السياسية، لكنها لم تكن أحزابا قائمة على أسس سليمة عملية كالأحزاب الحديثة التي تستخدم جميع الأساليب العلمية في تأسيسها.[٢]

ونشأت الأحزاب كمنفس للشعب للتعبير عن كل ما يدعو اليه، وعلى ذلك فقد اتجه الأفراد إلى تكوين بعض الحركات والكتل التي تطورت بعد ذلك إلى أن اصبحت أحزاب تشارك في الحياة السياسية. [٣]

وقد يعود تاريخ الأحزاب الحقيقة إلى قرن تقريبا ففي سنة ١٨٥٠ لم يكن أي بلد في العالم -باستثناء الولايات المتحدة - يعرف الأحزاب السياسية فقد كان يوجد قديما اختلافات في الآراء، وقبل هذا التاريخ كانت هناك نواد شعبية وتكتلات فكرية وكتل برلمانية وجمعيات يلتقى فيها اعضاء المجالس الخاصة ذات تنظيمات معينة، ولكن لم تكن هذه أحزابا بالمعنى الصحيح، فكانت متمثلة في الجمعيات والأندية بالتنظيمات الشعبية، وفي سنة ١٩٥٠ اخذت هذه الأحزاب تظهر في غالبية الامم المتحضرة في حين أن الدول الاخرى كانت تجتهد في تقليدها. [٤]

فالحزب السياسي هو أداة للوصول إلى الحكم والاحتفاظ بالسلطة السياسية بناء على برنامج سياسي، ولكي يتمكن من ذلك لابد أن يكون له شكل من اشكال التنظيم، وهذا هو الذي يميز الحزب عن جماعات المصالح والتنظيمات العادية، والتي قد يكون لها تنظيماتها وبرامجها الخاصة بها ولكنها لا تسعى إلى السلطة،

٢- يونان لبيب رزق: الأحزاب السياسية المصرية عبر مائة عام، (القاهرة، مكتبة الاسرة, ٢٠٠٦) ص ٣٥.

٣ _ محمد رجب: مرجع سابق، ص .٨٥

٤ _ على الدين هلال: تطور النظام السياسي في مصر، مركز البحوث والدراسات السياسية، كلية الاقتصاد، جامعة القاهرة , ٢٠٠٧) ص .٥٢

١ _ موريس دوفرجيه، ترجمة على مقلد وعبد المحسن سعد: مرجع سابق (بيروت، دار النهار، ط٣, ١٩٨٠ م) ص٦.

ولكنها تهدف إلى نشر الوعي السياسي بهذا البرنامج وإقناع أكبر عدد من المواطنين والتأثير على الحاكم. [١]

وارتبطت نشأة الأحزاب السياسية بهذا المعنى المعاصر بتطور النظام الديمقراطي، وكان الهدف الرئيس في هذا الصدد هو التوسع التدريجي الذي حدث في حق الاقتراع، أي حق المواطن في التصويت في الانتخابات[٢]**.**

وتؤدي الأحزاب السياسية دورا هاما في دعم مؤسسات الدولة، حتى في البلدان الاستبدادية، يحتاج الطغاة إلى أحزاب سياسية لتوطيد السلطة والمحافظة على الحكم، وبدونها لا يمكن لبلد أن يعمل بشكل طبيعي. [٣] **فكلما ازدادت مهام الأحزاب وشعرت باستقلالها كلما استشعر اعضاؤها ضرورة تنظيم صفوفهم وكلما ازداد عدد الناخبين كلما بدا من الضروري تكون لجان قادرة على تنظيم الناخبين لكي تكون اصواتهم مؤثرة.** [٤]

ومن أهم العوامل التي ساعدت في نشأة الأحزاب السياسية، وكان لها العامل الحاسم في ظهور الحاجة لأنشاء الأحزاب هي الانتخابات، فقد كانت هناك مجالس ذات طابع نيابي قبل أن تكون هناك انتخابات، ولم تظهر الحاجة إلى تكوين أحزاب سياسية الا عندما بدأ الاخذ بها كوسيله لتشكيلها، وخصوصا مع اتساع نطاق الانتخابات نتيجة التوسع في حق المشاركة فيها بالاقتراع أو بالتصويت. [٥]

ومن واقع دراسة نشأة وتطور الأحزاب السياسية، يلاحظ أن هناك أحزابا قد نشأت عن طريق البرلمان أو اللجان الانتخابية وهكذا يمكن أن نطلق علية ما يسمى بالنشأة الداخلية للحزب، وقد اقترن بذلك تدعيم دور المجالس النيابية وتطور وظائفها وزيادة استقلالها عن الحكومات وافراز الأحزاب الداخلية [٦]

أولا: الأحزاب ذات النشأة الداخلية: يقصد بالنشأة الداخلية للأحزاب أنها نشأت تعتمد على عدة عوامل أهمها:

١ _ظهور الحاجة لأنشاء الأحزاب أو ظهور اللجان الانتخابية فقد كان هناك مجالس ذات طابع نيابي قبل أن تكون هناك انتخابات. [٧]

---

٢ _ على الدين هلال: تطور النظام السياسي في مصر (١٨٠٥_ ١٩٩٥)، مرجع سابق، ص٥٧.

٣ _ هالة مصطفي: الأحزاب السياسية، سلسلة موسوعة الشباب السياسية، ع٣, مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، القاهرة , ٢٠٠٠م) ص١٧.

4_Richard Li, (2015): Political Parties and Party Systems, The University of Hong Kong, research gate, April 2015.

٥- سعاد الشرقاوى: مرجع سابق، ص.١٨

١- هالة مصطفي: مرجع سابق، ص .٢٠

٢ _ مرجع سابق: ص١٨.

٣- هالة مصطفي: مرجع سابق، ص١٨

٢_ قيام جماعات داخل البرلمان بقصد تعريف الناخبين بالمرشحين وتوجيه الناخبين نحو مرشح معين.
٣_ حدوث اتصال وتفاعل دائم بين هذه الجماعات البرلمانية.[١]
ثانيا: النشأة الخارجية للأحزاب: يقصد بالنشأة الخارجية هي تلك الأحزاب التي نشأت خارج إطار المجالس النيابية أو البرلمانات، وقد نشأت هذه الطريقة أو هذه الأحزاب خارج البرلمان، وذلك بالرجوع إلى أفراد لا يعنيهم البرلمان ولا العمل خلاله.[٢]

د. نوع الدراسة ومنهجها: ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف وأنماط سلوكهم المختلفة وذلك بالاعتماد على الأساليب الكمية والكيفية [(٣)].

هـ منهج الدراسة: اعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي الذي يعتبر من أبرز المناهج الأساسية للدراسات الميدانية [(٤)] التي تندرج تحت تقسيمات المنهج الوصفي والتي تتكيف طبيعتها وفقا لمجال البحث وتخصصه، وذلك في إطار مسح جمهور المواقع الإخبارية من الشباب المصري.
و. فروض الدراسة:

- **الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية واتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية.**
- **الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية ومستويات مصداقية تلك المواقع لدى المبحوثين.**
- **الفرض الثالث: يختلف المبحوثون في اتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع- السن- المستوى التعليمي- المستوى الاقتصادي/ الاجتماعي).**

ز. مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في الشباب المصري في المرحلة العمرية من ١٨ إلى ٣٥ عاماً، في جميع المحافظات المصرية.

٤- ايمان محمد عبد الرحمن: مرجع سابق، ص ٣٣.
٥ _ كمال المنوفي: اصول النظم السياسية المقارنة: مرجع سابق، ص .١٨٦
٦- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤) ص١٣.
١- المرجع السابق: ص١٤٩.

هـ. عينة الدراسة: تعتمد الدراسة الميدانية على عينة من الشباب المصري الذين تتراوح أعمارهم من (١٨- ٣٥) وذلك بعد الاطلاع على الآراء العلمية والأدبيات المختلفة في الدراسات النفسية والاجتماعية[١]، وأجريت الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب المصري، حيث اعتمدت على العينة العشوائية متعددة المراحل، وهى العينة التي تقوم بين نوعين أو أكثر من أنواع العينات الاحتمالية وعادة ما يطلق عليها عينة المناطق متعددة المراحل حيث يتم اختيار المناطق الجغرافية على مراحل بشكل عشوائي، بحيث يتم الانتقال من منطقة كبيرة إلى منطقة أصغر في كل مرحلة [٢].

ط. أدوات جمع البيانات: تستعين الدراسة بصحيفة الاستقصاء المطبوعة في جمع البيانات.

ي. إجراءات الثبات والصدق: تم إجراء قياس للصدق لأدوات جمع البيانات من خلال أسلوب صدق التحكيم، فتم عرض استمارة الاستقصاء الميداني على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام [٣]، لتقرير مدى صلاحيتها لقياس ما هو مستهدف، وتم إجراء التعديلات عليها في ضوء ما أشار به السادة المحكمون.

ك المفاهيم والمصطلحات:

١ـ المفهوم الاصطلاحي للموقع الإخباري: يعرفه اياد الأطرش بأنه أحد اشكال الصحافة الالكترونية، ذو عنوان ثابت على الشبكة العنكبوتية، يكون متاحا لمستخدمي الشبكة بالمجان، أو مقابل الاشتراك، فهو يقدم الأخبار

٢- زينب الشافعي: الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للشباب في جمهورية مصر العربية للمرحلة العمرية من (١٨- ٣٥)، بحوث ودراسات مصر، العدد (٧٩)، ٢٠١٠، ص ص١٢٥- ١٤٩.

٣- شيماء ذو الفقار: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩)، ص٢٤٩.

(*) السادة المحكمون هم:

- أ. د. شريف درويش اللبان، أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال ووكيل كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ. د. محمود علم الدين، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- د. أمل السيد دراز، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- د. محمد حسين مصطفي، أستاذ العلوم السياسية بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة.
- د. طارق عبد الوهاب عميرة: الأستاذ المساعد بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية (قسم الإحصاء).
- أ. د. نجوى كامل، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- د. إيمان حسنى: أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

ويعرض المعلومات عن الأحداث الجارية في العالم معتمدا على شبكة من المراسلين أو من خلال الاشتراك في وكالات الانباء، فهو يهدف إلى نشر الأخبار وتحليلها على صفحات الموقع وبشكل دوري، بالإضافة إلى تقديم موضوعات أخرى، اقتصادية واجتماعية ورياضية، وثقافية وفنية، وذلك بأشراف مجموعة من ذوي الاختصاص: الصحفي، والشبكي، ومصممي الوسائط المتعددة.[١]

المفهوم الإجرائي للمواقع الإخبارية هي تلك المواقع التي تقم بهمة أساسية في مجال وتحليل وتفسير الأحداث وتقوم بتحديث محتواها الإعلامي على مدار الساعة وتهتم بمناقشة كافة القضايا المحلية والدولية.

٢_ المفهوم الاصطلاحي للأحزاب السياسية: جماعة من المواطنين يرتبطون معا في تنظيم معين ويعملون كوحدة سياسية للوصول إلى السلطة عن طريق الانتخابات العامة لتحقيق سياسات وأهداف معينة [٢].

الأحزاب السياسية المفهوم الإجرائي: جماعة من البشر منظمون بشكل طوعي تحت شعار واحد ويتميزوا بثقافة ووعى سياسي ويعملون وفق رؤى وبرامج ويمتلكون أهداف واراء سياسية متشابهة ويسعون للوصول إلى الحكم.

المفهوم الإجرائي للشباب: أن الشباب فترة زمنية في مجرى حياة الفرد تتميز بالتغيرات الفسيولوجية التي تتم تحت ضغوط اجتماعية معينة، تجعل لهذه المرحلة مظاهرها النفسية المتميزة وتساعد الثقافة والاوضاع السائدة في المجتمعات على تميز هذه المرحلة او امتدادها في فترة اطول من العمر، ومرحلة الشباب بهذا المفهوم تتضمن كل من يقع في الشريحة من ١٨_ اقل من ٣٠عاما.[٣]

المفهوم الإجرائي للشباب: الافراد الذين يقعون في الفئة العمرية المحصورة بين عامي (١٨_٣٥) بغض النظر عن المستوى الاجتماعي والاقتصادي أو الاقليم الجغرافي الذين ينتمون اليه.

١_ اياد الاطرش: معالجة المواقع الإخبارية الالكترونية لواقع الأقباط في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الازهر، برنامج ماجستير الشرق الأوسط، ٢٠١٢م) ص١٢.

١_ محمد رجب: الأحزاب السياسية المصرية: دراسة لبرامجها ودورها في التنمية والبيئة ط٦ (القاهرة: دار الحرية للصحافة والنشر, ٢٠٠٠).

٢_ تحرير عبد العزيز شادي: (مستقبل المجتمع والتنمية في مصر، اعمال المؤتمر السنوي الثاني للباحثين الشبان، قضايا التنمية، ع٢٢, ٢٠٠٢م) ص٢٥٣.

النتائج العامة للدراسة

- **معدلات متابعة المبحوثين للمواقع الإخبارية:**

جدول رقم (١)
معدلات متابعة المبحوثين للمواقع الإخبارية

معدلات المتابعة	ك	%
دائماً	١٨٦	٤٦.٥
أحياناً	١٦٤	٤١
نادراً	٥٠	١٢.٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع معدلات متابعة الشباب المصري عينة الدراسة للمواقع الإخبارية، حيث تؤكد نتائج الجدول أن المتابعة (دائماً) جاءت في الترتيب الأول وبنسبة اقتربت من نصف حجم العينة تقريباً (٤٦.٥%)، كما جاءت متابعة تلك المواقع الإخبارية (أحياناً) في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (٤١%)، أما المتابعة (نادراً) فقد تراجعت نسبتها لتصل إلى ١٢.٥% من إجمالي حجم الشباب عينة الدراسة. وتتفق هذه النتائج مع نتائج العديد من الدراسات التي أكدت على ارتفاع نسبة المتابعة للمواقع الإخبارية، ومنها دراسة وليد محمد حسن (٢٠١٨)[١]، دراسة سعيد مفتاح (٢٠١٦)[٢]، ودراسة سعدية خليف (٢٠١٦)[٣]، ودراسة نشوى يوسف أمين (٢٠١١)[٤].

وترى الباحثة أن ارتفاع نسبة استخدام الشباب المصري عينة الدراسة للمواقع الإخبارية، قد يرجع لعدد من المميزات التي باتت تتوفر لتلك المواقع، حيث توفر العديد من المواقع الإخبارية خدمات تتعلق بإمداد جمهورها بتطورات الأحداث أولاً بأول، فالمواقع الإخبارية للصحف أو القنوات التليفزيونية أو حتى تلك

١- وليد محمد حسن: دور المواقع الإخبارية والتواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو القضايا العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٨).

٢- سعيد مفتاح حمد: اعتماد الشباب الجامعي الليبي على مواقع القنوات الإخبارية العربية في تشكيل معارفه واتجاهاته نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٦).

٣- سعدية خليف: دور المواقع الإخبارية في التثقيف السياسي وعلاقته بإدراك الشباب المصري في الداخل والخارج للتحولات السياسية في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي, ٢٠١٦).

٤- نشوى يوسف أمين: تأثير التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا السياسية: دراسة مسحية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، ٢٠١١) .

المستقلة والقائمة بذاتها، لديها من السرعة والفورية والتحديث المستمر للأخبار ما يجعل الأشخاص يعتمدون بدرجة كبيرة على هذه المواقع لمعرفة التطورات المتلاحقة للأحداث. كما يمكن تفسير ذلك في ضوء تراجع تأثير الوسائل الإعلامية التقليدية على الجمهور في إشارة واضحة لأهمية الإعلام البديل بما يحويه من مضامين مغايرة عما تقدمه الوسائل الإعلامية التقليدية، فالتكنولوجيا الحديثة فرضت واقعا ومشهدا اتصاليا جديدا في مصر، هذه التكنولوجيا أتاحت للشباب وسائل نشر بديلة تتمتع بدرجة عالية من الحرية والسهولة من حيث الاستخدام وانخفاض التكلفة المادية وبعيدة الرقابة المعهودة على وسائل الإعلام التقليدية.

- **وسيلة الاستخدام المفضلة لمتابعة المواقع الإخبارية:**

جدول رقم (٢)

وسيلة الاستخدام المفضلة لمتابعة المواقع الإخبارية (*)

وسائل الاستخدام	ك	%
جهاز كمبيوتر	١٧٨	٤٤.٥
موبايل	٣٠٣	٧٥.٨
كافية نت	٧٢	١٨
جملة من أجابوا	٤٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ٧٥.٨% من الشباب المصري عينة الدراسة قد أكدوا أنهم يتابعون المواقع الإخبارية من خلال "الموبايل"، كما أجاب ٤٤.٥% بأنهم يتابعون تلك المواقع الإخبارية من خلال جهاز الكمبيوتر الشخصي PC، وجاءت المتابعة من خلال التواجد في "الكافيه نت" بنسبة ١٨%. وتتفق هذه النتائج ما توصلت غليه دراسة صفا محمود عثمان (٢٠٠٩) [١]، ودراسة Ran Wei and Ven-Hwei Lo (٢٠٠٦) [٢]، ودراسةHyo Kim وآخرون (٢٠٠٧)[٣]، حيث أكدت على الاستخدامات الاجتماعية المتعددة والكثيفة للهواتف المحمولة.

١- صفا محمود عثمان: إدراك الجمهور والقائم بالاتصال للخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثالث والثلاثون، يناير/ يونية ٢٠٠٩، ص١٨٧-٢٣٨.

2- Ran Wei and Ven-Hwei Lo. Staying Connected While on the Move: Cellphone use and Social Connectedness, New Media & Society, Vol, 8. No,1, 2006, pp. 53-72.

3- Hyo Kim, Gwang Jae Kim, Han Woo Park, and Ronald E. Rice, "Configurations of Relationships in Different Media: FtF, Email,

ويتضح من تلك النتائج الارتفاع الملحوظ للاستعانة بالهواتف المحمولة "الموبايل" في ارتياد عالم الإعلام الجديد New Media، حيث أصبحت الهواتف المحمولة أقرب الوسائل التكنولوجية وأسرعها في تصفح الجمهور وبخاصة فئة الشباب لشبكة الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة والتي من بينها المواقع الإخبارية. "فقد أصبح الهاتف المحمول أكثر من وسيلة اتصال، وإنما أصبح وسيلة لوسائط إعلامية متعددة بشكل جيد، فقد اتضح من بعض الدراسات أن مستخدمي الهاتف لا يريدونه فقط لإجراء اتصالات وإرسال الرسائل وإنما أيضا للاستفادة من الوسائط الإعلامية المتعددة الملحقة به وحرية الاختيار بين هذه الوسائط الإعلامية"[١]. كما أكدت بعض الدراسات "أن الهاتف المحمول قد تطور من مجرد وسيلة ترفيهية إلى أداة مهمة تعمل على تسهيل العلاقات الاجتماعية بين العديد من المستخدمين"([٢]).

- **أوقات الاستخدام المفضلة لمتابعة المواقع الإخبارية:**

جدول رقم (٣) أوقات الاستخدام المفضلة لمتابعة المواقع الإخبارية

أوقات الاستخدام المفضلة	ك	%
فى الصباح	٤٩	١٢.٢
بعد الظهر	١٨	٤.٥
فى المساء	١٤٨	٣٧
منتصف الليل	٤٦	١١.٥
حسب الحاجة	١٣٩	٣٤.٨
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن "فترة المساء" هي أكثر فترات متابعة المبحوثين للمواقع الإخبارية بنسبة بلغت ٣٧%، يليها بفارق نسبي بسيط المتابعة "حسب الحاجة" بنسبة بلغت ٣٤.٨%، فيما جاءت متابعة المواقع الإخبارية "في الصباح" في المرتبة الثالثة من حيث أوقات الاستخدام بنسبة ١٢.٢%، يليها الاستخدام في "منتصف الليل" بنسبة ١١.٥%، وجاء الاستخدام "بعد الظهر" بنسبة ٤.٥%.

Messenger, Mobile Phone, and SMS", Journal of Computer-Mediated Communications, Vol. 4, No. 12, 2007, p. 32.

4- Larissa Hjorth, Being Real in the Mobile Reel: A Case Study on Convergent Mobile Media as domesticated New Media in Seoul, South Korea. Convergence, The International Journal of Research into New Media Technologies, Vol. 14, No. 1, 2008, p. 91.

5- Ran Wei and Ven-Hwei Lo. Op. cit.

- **عدد ساعات استخدام المبحوثين المواقع الإخبارية يومياً:**

جدول رقم (٤) عدد ساعات استخدام المبحوثين المواقع الإخبارية يومياً

عدد الساعات	ك	%
أقل من ساعة	١٩٢	٤٨
من ساعة إلى أقل من ساعتين	١٠٨	٢٧
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	٤٦	١١.٥
ثلاث ساعات فأكثر	٥٤	١٣.٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى تباين معدلات استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية وفقاً لعدد ساعات الاستخدام اليومي لتلك المواقع، حيث أوضحت النتائج أن الاستخدام الضعيف جاء في الترتيب الأول بمعدل (أقل من ساعة يومياً) بنسبة ٤٨%، يليه الاستخدام المتوسط (من ساعة لأقل من ساعتين يومياً) بنسبة ٢٧%، فيما جاء الاستخدام الكثيف (ثلاث ساعات فأكثر يومياً) في الترتيب الثالث بنسبة ١٣.٥%، وجاء الاستخدام المتوسط (من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات يومياً) في الترتيب الرابع بنسبة ١١.٥%. ويمكن للباحثة تفسير النتيجة السابقة في ضوء أن الضعيف للمواقع الإخبارية "أقل من ساعة يومياً" قد يكون كافياً للمستخدم لممارسة بعض التطبيقات كالتصفح السريع لبعض الأخبار السياسية أو الرياضية أو الفنية، أو متابعة أخبار بعض الأحداث والأزمات، ومشاهدة ملخصات لبعض المباريات الرياضية.

- **المواقع الإخبارية المفضلة لدى المبحوثين:**

جدول رقم (٥)
المواقع الإخبارية المفضلة لدى المبحوثين

الترتيب / المواقع	ت١	ت٢	ت٣	ت٤	ت٥	ت٦	ت٧	ت٨	ت٩	الوزن المرجح		
										النقاط	الوزن المئوى	الترتيب
اليوم السابع	١٥٧	٩١	٧٥	٣٠	١١	١٧	٣	٧	٩	٣٠٠١	١٦.٣	١
بوابة الأهرام الإلكترونية	٥١	٨٣	٧٣	٧٠	٦٤	٢١	١٤	١٠	١٤	٢٥٣٤	١٣.٨	٢
صدى البلد	٤٣	٤٩	٦٢	٧٤	٥٨	٦٩	٢٤	١٠	١١	٢٣٢٦	١٢.٦	٣
البوابة نيوز	١٨	٥٦	٧٥	٨٤	٦١	٤١	٢٤	١٣	٢٨	٢٢٣٤	١٢.١	٤
مصراوى	١٧	٤٣	٥٢	٤٥	٤٢	٤٠	٨٠	٣٩	٤٢	١٨٦١	١٠.١	٥
فيتو	٢١	٢٩	٥١	٣٤	٣٦	٧٠	٦٥	٦٦	٢٨	١٧٩٧	٩.٨	٦
إنفراد	٢٣	٢٣	٢٢	٢٠	٧٠	٥٥	٧٤	٦٣	٥٠	١٦٣٣	٨.٩	٧
بوابة الوفد الإلكترونية	١٤	٤٧	٤١	٣٣	٣٥	٣٢	٤٢	٣١	١٢٥	١٦.٠٣	٨.٧	٨
مصر لايف	٥٤	٨	١٥	١٧	١٥	٣٠	٤٤	١٢٤	٩٣	١٤٢٥	٧.٧	٩
مجموع الأوزان المرجحة										١٨٤١٤	١٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن موقع "اليوم السابع" قد جاء في مقدمة المواقع الإلكترونية المصرية التي يرتادها ويتابعها الشباب المصري عينة الدراسة بوزن مئوي بلغ ١٦.٣%، ويؤيد تلك النتيجة ما ذهب إليه ترتيب "الإليكسا" الذي صنف موقع اليوم السابع في المقدمة بين المواقع الإخبارية المصرية. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة وليد محمد حسن (٢٠١٨) [١]، ودراسة هدير عماد محمد (٢٠١٦)[٢]، حيث جاء موقع اليوم السابع في المقدمة بين المواقع المختلفة لدى المبحوثين عينة الدراسة.

كما أشارت بيانات الجدول إلى أن "بوابة الأهرام الإلكترونية" قد جاءت في الترتيب الثاني بين اختيارات المبحوثين للمواقع الإخبارية المفضلة لديهم بوزن مئوي بلغ ١٣.٨%، وهي نتيجة تؤكد أن جريدة الأهرام ممثلة في موقعها الإلكتروني مازالت تحظى بدرجات ثقة واستخدام مرتفعة لدى الشباب المصري، حيث تمثل جريدة الأهرام المدرسة الرصينة والعريقة في الصحافة المصرية، والتي صنعت تاريخاً صحفياً عريقاً على مدى عقود طويلة من الزمن.

وفي المرتبة الثالثة جاء موقع قناة "صدى البلد" التليفزيونية الخاصة بوزن مئوي بلغ ١٢.٦%، يليه في المرتبة الرابعة موقع "لبوابة نيوز" بوزن مئوي بلغ ١٢.١%، ثم في الترتيب الخامس موقع "مصراوي" بوزن مئوي بلغ ١٠.١%، يليه موقع "فيتو" في الترتيب السادس بوزن مئوي بلغ ٩.٨%، يليه موقع "إنفراد" في الترتيب السابع بوزن مئوي بلغ ٨.٩%، ثم موقع "بوابة الوفد الإلكترونية" في الترتيب الثامن بوزن مئوي بلغ ٨.٧%، وأخيراً في الترتيب التاسع موقع "مصر لايف" بوزن مئوي بلغ ٧.٧%.

١- هدير عماد محمد: اتجاهات المواقع الإخبارية نحو العلاقة بين المجلس العسكري والإخوان المسلمين بعد ثورة ٢٥ يناير: دراسة تحليلة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب, ٢٠١٦).

٢- وليد محمد حسن: مرجع سابق.

- **أسباب متابعة المبحوثين للمواقع الإخبارية:**

جدول رقم (٦)
أسباب متابعة المبحوثين للمواقع الإخبارية

درجة الموافقة / العبارة	دائماً		احياناً		نادراً		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى
	ك	%	ك	%	ك	%			
لمعرفة المعلومات حول القضايا السياسية الداخلية والخارجية	٢٠٥	٥١.٢	١٦٥	٤١.٣	٣٠	٧.٥	٢.٤٤	٠.٦٣	٨١.٣
لفهم خلفيات الأحداث ووجهات النظر حول القضايا	١٤٨	٣٧	٢٠٤	٥١	٤٨	١٢	٢.٢٥	٠.٦٥	٧٥
تزيد من ثقافتي السياسية	١٥٠	٣٧.٥	١٧٨	٤٤.٥	٧٢	١٨	٢.٢٠	٠.٧٢	٧٣.٢
للاطلاع على أخبار الأحزاب السياسية	١٤٤	٣٦	١٢٣	٣٠.٧	١٣٣	٣٣.٣	٢.٠٣	٠.٨٣	٦٧.٦
للتخلص من الملل	١١٨	٢٩.٥	١٣٩	٣٤.٧	١٤٣	٣٥.٨	١.٩٦	٠.٨١	٦٥.٣
التسلية وشغل وقت الفراغ	١٣٢	٣٣	١١١	٢٧.٨	١٥٧	٣٩.٢	١.٩٤	٠.٨٥	٦٤.٦
جملة من أجابوا	٤٠٠								

تشير بيانات الجدول السابق إلى المبحوثين عينة الدراسة قد أكدوا أن "معرفة المعلومات حول القضايا السياسية الداخلية والخارجية" هو أهم الأسباب وراء متابعتهم واستخدامهم للمواقع الإخبارية بوزن نسبي ٨١.٣%، وفي المرتبة الثاني جاء سبب "لفهم خلفيات الأحداث ووجهات النظر حول القضايا" بوزن نسبي ٧٥%، يليه في المرتبة الثالثة سبب "تزيد من ثقافتي السياسية" بوزن نسبي ٧٣.٢%، ثم سبب "للاطلاع على أخبار الأحزاب السياسية" في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٦٧.٦%، يليه في المرتبة الخامسة سبب "للتخلص من الملل" بوزن نسبي ٦٥.٣%، وأخيراً سبب "التسلية وشغل وقت الفراغ" في الترتيب السادس بوزن نسبي ٦٤.٦%.

- **درجات الاعتماد على الوسائل الإعلامية المختلفة كمصدر للمعلومات عن الأحزاب السياسية:**

جدول رقم (٧)

درجات الاعتماد على الوسائل الإعلامية المختلفة

كمصدر للمعلومات عن الأحزاب السياسية

درجة الاعتماد / العبارة	دائماً		احياناً		نادراً		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى
	ك	%	ك	%	ك	%			
المواقع الإلكترونية الإخبارية غير التابعة للمؤسسات الإعلامية	١٩٠	٤٧.٤	١٥٧	٣٩.٣	٥٣	١٣.٣	٢.٣٤	٠.٧٠	٧٨.١
المواقع الإلكترونية الإخبارية التابعة لمؤسسات إعلامية تُصدر صحف أو تمتلك محطات إذاعية أو تلفزيونية إخبارية	١٧٨	٤٤.٤	١٦١	٤٠.٣	٦١	١٥.٣	٢.٢٩	٠.٧٢	٧٦.٤
القنوات التليفزيونية الإخبارية الأرضية والفضائية	١٧٠	٤٢.٥	١٥٦	٣٩	٧٤	١٨.٥	٢.٢٤	٠.٧٤	٧٤.٧
القنوات التلفزيونية العامة الأرضية والفضائية	١٣١	٣٢.٧	٢٠٦	٥١.٥	٦٣	١٥.٨	٢.١٧	٠.٦٨	٧٢.٣
الصحف والمجلات المطبوعة	١٢٢	٣٠.٥	١٤٥	٣٦.٢	١٣٣	٣٣.٣	١.٩٧	٠.٨٠	٦٥.٨
الإذاعة	١١٩	٢٩.٧	١٥٢	٣٨	١٢٩	٣٢.٣	١.٩٨	٠.٧٩	٦٥.٨
الاحتكاك المباشر بالأحزاب	١٢٢	٣٠.٥	٩٠	٢٢.٥	١٨٨	٤٧	١.٨٤	٠.٨٧	٦١.٢
جملة من أجابوا	٤٠٠								

تشير بيانات الجدول السابق فيما يتعلق بمستويات الاعتماد على الوسائل الإعلامية المختلفة كمصادر للمعلومات عن الأحزاب السياسية إلى ما يلي:
جاءت "المواقع الإلكترونية الإخبارية غير التابعة للمؤسسات الإعلامية" في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها المبحوثون كمصدر لمعلوماتهم عن الأحزاب السياسية في مصر بوزن نسبي بلغ ٧٨.١%. وجاءت "المواقع الإلكترونية الإخبارية التابعة لمؤسسات إعلامية تُصدر صحف أو تمتلك محطات إذاعية أو تلفزيونية إخبارية" في الترتيب الثاني بوزن نسبي ٧٦.٤%. وفي الترتيب الثالث جاءت "القنوات التليفزيونية الإخبارية الأرضية والفضائية" بوزن نسبي ٧٤.٧%. أما في الترتيب الرابع فقد جاءت "القنوات التلفزيونية العامة الأرضية والفضائية" بوزن نسبي ٧٢.٣%، يليها في الترتيب الخامس "الصحف والمجلات المطبوعة"، و"الإذاعة"، بوزن نسبي ٦٥.٨% لكل منهما، وأخيراً جاء "الاحتكاك المباشر بالأحزاب" في الترتيب السادس بوزن نسبي ٦١.٢%.

- **الخدمات التي تقدمها للمواقع الإخبارية:**

جدول رقم (١٠) الخدمات التي تقدمها للمواقع الإخبارية (*)

الخدمات	ك	%
خدمة الأرشيف الإكتروني الفوري	٢٥٣	٦٣.٣
تستخدم صور ورسوم تلفت الانتباه	٢١٥	٥٣.٨
آليات بحث داخل الموقع	٢٠٩	٥٢.٣
نشر المحتوى الذي ينتجه زوار الموقع	١٩٩	٤٩.٨
إمكانية إرسال محتوى إحدى صفحات الموقع لصديق	١٩٦	٤٩
خدمة دردشة أو أي شكل من أشكال الاتصال التزامني	١٧٢	٤٣
خدمة الإرشاد إلى الموضوعات المهمة	١٥٨	٣٩.٥
خدمة شريط المعلومات المتحرك	١٣٨	٣٤.٥
جملة من أجابوا	٤٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى المبحوثين عينة الدراسة قد أكدوا أن "خدمة الأرشيف الإكتروني الفوري" هي من أهم وأبرز الخدمات التي توفرها وتقدمها المواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة مرتفعة بلغت ٦٣.٣%، وفي الترتيب الثاني بين الخدمات والمميزات التي تقدمها المواقع الإخبارية اختار المبحوثون إمكانية "تستخدم صور ورسوم تلفت الانتباه" بنسبة ٥٣.٨%، يليها

في الترتيب الثالث خدمة "آليات بحث داخل الموقع" بنسبة ٥٢.٣%، ثم في الترتيب الثالث إمكانية "نشر المحتوى الذى ينتجه زوار الموقع" بنسبة ٤٩.٨%، يليه في الترتيب الرابع "إمكانية إرسال محتوى إحدى صفحات الموقع لصديق" بنسبة ٤٩%، ثم في الترتيب الخامس "خدمة دردشة أو أي شكل من أشكال الاتصال التزامني" بنسبة ٤٣%، يليه في الترتيب السادس "خدمة الإرشاد إلى الموضوعات المهمة" بنسبة ٣٩.٥%، ثم في الترتيب السابع الأخير "خدمة شريط المعلومات المتحرك" بنسبة ٣٤.٥%.

- **هل تمثل المواقع الإخبارية بديلاً عن وسائل الإعلام التقليدية؟:**

جدول رقم (١١)

إجابات المبحوثين حول هل المواقع الإخبارية أصبحت بديلاً عن وسائل الإعلام التقليدية؟

المواقع الإخبارية كبديل	ك	%
نعم	١٥١	٣٧.٨
إلى حد ما	٢١١	٥٢.٨
لا	٣٨	٩.٤
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن النسبة الأغلب من المبحوثين عينة الدراسة قد أكدوا أن المواقع الإخبارية تمثل لديهم بديلاً عن وسائل الإعلام التقليدية (الصحف- الإذاعة- والقنوات التليفزيونية)، فقد أكد ٥٢.٨% من إجمالي العينة أنها أصبحت بديلاً عن وسائل الإعلام التقليدية (إلى حد ما)، وأكد ٣٧.٨% أنها (نعم) أصبحت بديلاً عن وسائل الإعلام التقليدية، ولم يستثنى من ذلك سوى ما نسبته ٩.٤% فقط من حجم العينة الذي أجابوا بأن المواقع الإخبارية لم تصبح بعد بديلاً عن وسائل الإعلام التقليدية.

نتائج اختبارات فروض الدراسة

<u>الفرض الأول:</u> توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية واتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية.

لاختبار صحة هذا الفرض، قامت الباحثة بإجراء اختبار "بيرسون" للارتباط الخطي لقياس دلالة العلاقة الارتباطية بين المتغيرين، والذي جاءت نتائجه على النحو الآتي:

جدول رقم (٨) الارتباط الخطي بين كثافة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية واتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية

كثافة الاستخدام / الاتجاهات	كثافة استخدام المبحوثين للمواقع الاخبارية	
	قيمة معامل بيرسون	مستوى المعنوية
الاتجاهات نحو الاحزاب السياسية	٠.١٠٧	٠.٠٣٢ (دال إحصائياً)

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:
وجود ارتباط إيجابي دال إحصائياً بين كثافة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية، وطبيعة اتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية في مصر، عند مستوى معنوية بلغ (٠.٠٣٢) بدرجة ثقة بلغت ٩٥%. وتشير تلك النتائج إلى أن المواقع الإخبارية لها دور كبير في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الأحزاب السياسية.

<u>الفرض الثاني:</u> توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية ومستويات مصداقية تلك المواقع لدى المبحوثين.
لاختبار صحة هذا الفرض، قامت الباحثة بإجراء اختبار "بيرسون" للارتباط الخطي لقياس دلالة العلاقة الارتباطية بين المتغيرين، والذي جاءت نتائجه على النحو الآتي:

جدول رقم (٩) الارتباط الخطي بين كثافة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية واتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية

كثافة الاستخدام / مستويات المصداقية	كثافة استخدام المبحوثين للمواقع الاخبارية	
	قيمة معامل بيرسون	مستوى المعنوية
مستويات مصداقية المواقع الإخبارية لدى المبحوثين	٠.٢٢٦	٠.٠١٠ (دال إحصائياً)

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:
وجود ارتباط إيجابي دال إحصائياً بين كثافة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية، ومستويات مصداقية المواقع الإخبارية لدى المبحوثين، عند مستوى معنوية بلغ (٠.٠١٠) بدرجة ثقة بلغت ٩٩%. وتشير تلك النتائج إلى أن

الاستخدام المكثف للمواقع الإخبارية يؤدي إلى زيادة مستويات مصداقية تلك المواقع لدى المبحوثين عينة الدراسة.

<u>الفرض الثالث:</u> يختلف المبحوثون في اتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع- السن- المستوى التعليمي- المستوى الاقتصادي/ الاجتماعي).

<u>الفرض الثالث:</u>

يختلف المبحوثون في اتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية باختلاف متغير النوع:

لاختبار صحة هذا الفرض، قامت الباحثة باستخدام اختبار (ت) T. Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين، وذلك على النحو الآتي:

جدول رقم (١٠) الفروق في اتجاهات المبحوثين نحو الأحزاب السياسية باختلاف متغير النوع

المتغيرات	المجموعات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعيارى	الخطأ المعيارى	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	ذكر	٢٠٠	٣٩.٧٦	٧.٤٤٦	٠.٥٢٦	٢.٩٢٧	٣٩٨	٠.٠٠٤ (دال إحصائياً)
	أنثى	٢٠٠	٤١.٧٥	٦.٠٨١	٠.٤٣٠			

- **يتضح من استخدام اختبار "ت" T, Test لدلالة الفروق بين المتوسطات، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو الأحزاب السياسية باختلاف متغير النوع (ذكور- إناث)، حيث بلغت قيمة "ت" ٢.٩٢٧، وبلغت قيمة مستوى المعنوية (٠.٠٠٤) أي وجود فروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية، وهو ما أكدته قيم المتوسطين الحسابين التي جاءت لصالح الإناث (٤١.٧٥) مقارنة بالذكور (٣٩.٧٦).**

التوصيات

بعد استعراض نتائج الدراسة وفي ضوئها يطرح الباحث عدة توصيات، وذلك على النحو التالي:

١- ينبغي على المواقع الإخبارية – عند معالجتها للأحداث والقضايا السياسية – مراعاة الحقيقة في المعلومات واستخدام كلمات وعبارات جذابة تجعل قارئها يكمل قراءة الموضوع حتى يتم استمالته نحو الحزب وكسب أعضاء جدد ينضمون إليه.

٢- من المهمِّ توفير التدريب الكافي والملائم واللازم للإعلاميين المصريين في تغطية الأحداث التي تمس الأحداث والأحزاب السياسية؛ بما تتميز به من تركيب وتعقيد وحساسية شديدة.

٣- يجب أن تركز المواقع الإخبارية على كشف الحقائق وإيضاح خلفيات الأحداث وجذورها العميقة حتى يستطيع القارئ أن يلم بالحدث من كافة جوانبه وأبعاده، ومن ثم يستطيع أن يكون اتجاهه نحو الحدث ويصدر حكمه وتقييمه بناءً على معلومات صحيحة وكاملة بدلًا من الأحكام المغلوطة المبنية على معلومات منقوصة.

٤- يجب أن تركز المواقع الإخبارية على تدعيم الموضوعات السياسية وخاصة فيما يتعلق بالأحزاب السياسية بالشواهد التاريخية والمقارنات لما لها من دور في إيضاح خلفيات الأحزاب وجذورها العميقة.

مراجع الدراسة

أولاً: بحوث عربية غير منشورة:

١- اياد الاطرش: معالجة المواقع الإخبارية الالكترونية لواقع الأقباط في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الازهر، برنامج ماجستير الشرق الأوسط، ٢٠١٢م).

٢- بلقيس منصور: الأحزاب السياسية والتحول الديمقراطي في اليمن ١٩٩١-٢٠٠١"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ٢٠٠٣.

٣- سامية أبو النصر: استخدام طلاب الجامعات لمواقع الأحزاب السياسية المصرية وعلاقته باتجاهاتهم نحوها "، رسالة دكتوراه غير منشورة معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٥.

٤- سعدية خليف: دور المواقع الإخبارية في التثقيف السياسي وعلاقته بإدراك الشباب المصري في الداخل والخارج للتحولات السياسية في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي, ٢٠١٦).

٥- سعيد مفتاح حمد: اعتماد الشباب الجامعي الليبي على مواقع القنوات الإخبارية العربية في تشكيل معارفه واتجاهاته نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٦).
٦- شيماء عبد الحميد عبد الغنى: تصميم المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة بالعربية واتجاهات الجمهور المصري نحوها، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٨).
٧- صابر حسن طر: العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإخبارية الاليكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية العربية واتجاهات الجمهور نحوها، رسالة ماجستير غير منشور، جامعة القاهرة، قسم اعلام، ٢١٤م).
٨- محمد احمد محمد الدبي: العوامل المؤثرة على استخدام الجمهور للصحافة الإلكترونية، دراسة تطبيقية على مصر والعراق، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية، ٢٠١٣).
٩- نشوى يوسف أمين: تأثير التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا السياسية: دراسة مسحية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، ٢٠١١).
١٠- هدير عماد محمد: اتجاهات المواقع الإخبارية نحو العلاقة بين المجلس العسكري والإخوان المسلمين بعد ثورة ٢٥ يناير: دراسة تحليله مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب, ٢٠١٦).
١١- وليد محمد حسن: دور المواقع الإخبارية والتواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو القضايا العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٨).

ثانياً: بحوث عربية منشورة:

١- امال سعد المتولي: المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الاخبارية، دراسة تحليلية مقارنة، اعمال المؤتمر العلمي الاول للأكاديمية الدولية لعلوم الاعلام، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية, ٢٠٠٥).
٢- تحرير عبد العزيز شادي: (مستقبل المجتمع والتنمية في مصر، اعمال المؤتمر السنوي الثاني للباحثين الشبان، قضايا التنمية، ع٢٢, ٢٠٠٢م).
٣- زينب الشافعي، الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للشباب في جمهورية مصر العربية للمرحلة العمرية من (١٨- ٣٥)، بحوث ودراسات مصر، العدد (٧٩)، ٢٠١٠.
٤- صفا محمود عثمان، إدراك الجمهور والقائم بالاتصال للخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثالث والثلاثون، يناير/ يونية ٢٠٠٩.

٥- هالة مصطفى: الأحزاب السياسية، سلسلة موسوعة الشباب السياسية، ع٣, مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، القاهرة , ٢٠٠٠م).

ثالثاً: كتب:

١- أسامة الغزالي حرب: الأحزاب السياسية في العالم الثالث، (الكويت: سلسلة إصدارات عالم المعرفة، ١٩٨٧).
٢- حسنى نصر: مقدمة في الاتصال الجماهيري، المداخل والوسائط، (القاهرة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع,٢٠٠١).
٣- خالد غازي: الصحافة الإلكترونية العربية الالتزام والانقلاب فى الخطاب والطرح (مصر_ وكالة الصحافة العربية ٢٠١٠).
٤- شيماء ذو الفقار: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩).
٥- عادل الأنصاري: فنون التحرير الصحفي على الانترنت (مصر دار البشير للثقافة والعلوم ٢٠٠٨).
٦- على الدين هلال: تطور النظام السياسي في مصر، مركز البحوث والدراسات السياسية، كلية الاقتصاد، جامعة القاهرة , ٢٠٠٧).
٧- الغريب زاهر اسماعيل: تكنولوجيا المعلومات وتحديث التعليم، (القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠١).
٨- محمد رجب: الأحزاب السياسية المصرية: دراسة لبرامجها ودورها في التنمية والبيئة ط٦ (القاهرة: دار الحرية للصحافة والنشر, ٢٠٠٠).
٩- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤).
١٠- محمد عهدي فضلى: الصحافة الإلكترونية الواقع والمستقبل (القاهرة _مطابع مؤسسة أخبار اليوم ٢٠١٠).
١١- محمود خليل: مستقبل الصحافة الإلكترونية، (القاهرة: مكتبة مدبولي , ٢٠٠٤).
١٢- محمود علم الدين: مقدمة فى الصحافة الإلكترونية (القاهرة: الحرية للطباعة والنشر, ٢٠٠٨).
١٣- موريس دوفرجيه: الأحزاب السياسية، ترجمة على مقلد وعبد المحسن سعد، بيروت دار النهار، ط٣, ١٩٨٠ م).
١٤- يونان لبيب رزق: الأحزاب السياسية المصرية عبر مائة عام، (القاهرة، مكتبة الاسرة, ٢٠٠٦).

رابعاً: مراجع أجنبية:

1- Hyo Kim, Gwang Jae Kim, Han Woo Park, and Ronald E. Rice, "Configurations of Relationships in

Different Media: FtF, Email, Messenger, Mobile Phone, and SMS", Journal of Computer-Mediated Communications, Vol. 4, No. 12, 2007.
2- Larissa Hjorth, Being Real in the Mobile Reel: A Case Study on Convergent Mobile Media as domesticated New Media in Seoul, South Korea. Convergence, The International Journal of Research into New Media Technologies, Vol. 14, No. 1, 2008.
3- Majid Alhumaidi: A critical discourse analysis of Al - Ahram and Aljazeera's Online Coverage of Egypt's 2011 Revolution' 'Unpublished P.H. D thesis (University of Florida, 2013).
4- Michael L. Kent, Web Site," Encyclopedia of Public Relation ", Vol.1.
5- Mihaela Vorvoreanu, (2006) Online organization – Public relationships: An experience – centered approach, Public relations review 32.
6- Ran Wei and Ven-Hwei Lo. Staying Connected While on the Move: Cellphone use and Social Connectedness, New Media & Society, Vol, 8. No,1, 2006.
7- Richard Li, (2015): Political Parties and Party Systems, The University of Hong Kong, research gate, April 2015.
8- Sundar, S. (2000), Multimedia Effects on processing and perception of online news: A Study of picture, audio and video downloads. Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol.77, No 3.
9- Uta Russmann," Voter Targeting Online in Comparative Perspectives, (2016): Political Party Websites in the 2008/2009 and 2013 Austrian and German Election Campaigns ,(Journal of political Marketing, published first on line 21 Apr, Available at: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15377857.2016.1179241