

## دور المواقع الإخبارية في تشكيل المعرفة السياسية لدى المرأة المصرية تجاه القضايا القومية

هدى على محمد حسن\*

لعل الإهتمام بقضايا المرأة في الفترة الأخيرة هو بمثابة اعتراف مجتمعي بأن أوضاع النساء وحقوقهن أصبحت جزءاً لا يتجزأ من محاور التنمية لأنهن يمثلن نصف طاقة المجتمع، ولا يمكن أن تنجح أى جهود تنموية فى أى مجتمع فى ظل إغفال وإهدار هذه الطاقة، وإذا كانت المعرفة السياسية تمثل متغير مهم للتنبؤ بالمشاركة السياسية وخاصة بالنسبة للمرأة، حيث يودى الإعلام دوراً هاماً في تشكيل الثقافة السياسية للجمهور، عن طريق تزويد الأفراد بالمعلومات السياسية كما يسهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم 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.

وتشير العديد من المسوحات الخاصة باستخدامات شبكة الانترنت إلى وجود إقبال متزايد نحو استقاء الأخبار من المواقع الإخبارية على الشبكة كوسيلة اتصال جديدة من قبل فئات مختلفة من الجمهور ومنها المرأة، فضلاً عما تتميز به هذه المواقع من السرعة في نقل الأخبار والمعلومات والصور، والقدرة الفائقة على الإبهار والإثارة، والتنوع في المعلومات والخدمات، وضخامة جمهورها، والقدرة على الاستقطاب

وما أشارت إليه الدراسات والبحوث السابقة حول الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام في تطوير قدرات ومهارات المرأة المصرية سياسياً ومجتمعياً كما أن توالى القضايا والأحداث السياسية التي مرت بها مصر فى أعقاب ثورة 2011، و ثورة 30 يونية 2013 والزخم الكبير فى المواقع الإلكترونية الإخبارية وازدياد أعدادها، والوضع الحالى للمرأة المصرية وازدياد دورها في المجتمع على مختلف الأصعدة والذي برز بشكل فعال ومؤثر في الانتخابات الرئاسية والبرلمانية الأخيرة. كل ذلك يبرز ويؤكد أهمية دراسة معدل تعرض المرأة المصرية للمواقع الإخبارية على الانترنت وعلاقة ذلك بمستوى المعرفة السياسية لديها بالقضايا القومية.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة التي تتناول تعرض المرأة المصرية للمواقع الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها بمستوى المعرفة السياسية لها وخاصة بالقضايا القومية.

\* باحثة دكتوراه

## The role of news websites in the level of political knowledge of national issues for Egyptian women

Hoda Ali Mohamed Hassan

Perhaps the interest in women's issues in the recent period is a societal recognition that women's conditions and rights have become an integral part of the development axes because they represent half the capacity of society, and no development efforts can succeed in any society in light of the neglect and waste of this energy, and if political knowledge represents An important variable for predicting political participation, especially for women, where the media plays an important role in shaping the political culture of the public, by providing individuals with political information and also contributes to the formation, consolidation or change of their political culture.

### مقدمة:

أصبح الحديث عن قضايا المرأة ومشكلاتها واحداً من المجالات الهامة على مستوى الدراسات والبحوث الاجتماعية، ومن بينها البحوث الإعلامية، وهو أمر يبدو منطقياً قياساً إلى مكانة ووضع المرأة في المجتمع الذي تحول من مجرد المطالبة بالمساواة بين المرأة والرجل إلى المطالبة بدور فاعل للمرأة في حركة المجتمع يحررها من مجرد التابع إلى الشريك الإيجابي الفاعل. ولعل الإهتمام بقضايا المرأة في الفترة الأخيرة هو بمثابة اعتراف مجتمعي بأن أوضاع النساء وحقوقهن أصبحت جزءاً لا يتجزأ من محاور التنمية لأنهن يمثلن نصف طاقة المجتمع، ولا يمكن أن تنجح أي جهود تنموية في أي مجتمع في ظل إغفال وإهدار هذه الطاقة.

وإذا كانت المعرفة السياسية تمثل متغير مهم للتنبؤ بالمشاركة السياسية وخاصة بالنسبة للمرأة، حيث يؤدي الإعلام دوراً هاماً في تشكيل الثقافة السياسية للجمهور، عن طريق تزويد الأفراد بالمعلومات السياسية كما يسهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم 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<sup>(1)</sup>. 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 الإتصال تعد بمثابة الجانب المحوري في أي نظام سياسي على أساس نموذج الذي أشار فيه إلى أن المعلومات تساعد الأفراد على إتخاذ قرار يترجم إلى أفعال تنفيذية فيما بعد.

وتقوم المواقع الإلكترونية الإخبارية في هذا الإطار بالعديد من الأدوار منها أنها تلعب دوراً سياسياً كمصدر يستقي منه الفرد معلوماته السياسية إلى جانب دورها في التنشئة السياسية حيث تعمل على تعديل الاتجاهات وأحياناً تشارك في تكوين القيم، إضافة إلى كونها قنوات إتصال بين النخبة والجمهور وتساعد الأفراد على إدراك الموضوعات السياسية ومن ثم تزويد وعيهم السياسي من خلال زيادة حجم ونوع المعلومات المتوفرة لدى الأفراد والقادرة على توسيع الآفاق وزيادة الطموح الشخصي.

فتساهم المواقع الإلكترونية الإخبارية في توفير المعلومات السياسية وتكوين الاتجاهات والمعارف السياسية داخل المجتمع والبيث الفوري للأحداث ونشر الخبر بكافة تفاصيله، وهذا التمييز الحاصل نتيجة التطورت التكنولوجية في مجال الاتصال التي جعلت لهذه القنوات إمكانية معالجة الموضوعات عن بعد وتغطية الأحداث والقضايا وبث الأخبار بصورة مستمرة ومتلاحقة<sup>(2)</sup>. وتشير العديد من المسوحات الخاصة باستخدامات شبكة الانترنت إلى وجود إقبال متزايد نحو استقاء الأخبار من المواقع الإخبارية على الشبكة كوسيلة اتصال جديدة من قبل فئات مختلفة من الجمهور ومنها المرأة، فضلاً عما تتميز به هذه المواقع من السرعة في نقل الأخبار والمعلومات والصور، والقدرة الفائقة على الإبهار والإثارة، والتنوع في المعلومات والخدمات، وضخامة جمهورها، والقدرة على الاستقطاب<sup>(3)</sup>.

والسؤال هنا، هل تلك المعرفة السياسية نابعة من تعرضهن للانترنت بصفة عامة والمواقع الإخبارية منها بصفة خاصة أم أن هناك أسباب وعوامل أخرى مؤثرة. ومن هنا جاءت هذه الدراسة التي تتناول تعرض المرأة المصرية للمواقع الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها بمستوى المعرفة السياسية لها وخاصة بالقضايا القومية.

### مشكلة الدراسة:

في ضوء الظروف الراهنة التي تشهدها مصر منذ قيام الثورة المصرية في يناير 2011، وثورة 30 يونية 2013، وتوالي الأحداث والمشكلات والقضايا السياسية أصبح الجمهور المصري بصفة عامة والمرأة المصرية بصفة خاصة في حاجة إلى المعلومات السياسية بخصوص كل تلك الأحداث والقضايا وفي حاجة إلى رفع مستوى المعرفة السياسية لديه من أجل فهم الواقع المحيط به واتخاذ قرارات سياسية مؤثرة في العملية السياسية الحادثة في مصر.

وفي إطار هذه المشكلة البحثية تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ماهي العلاقة بين التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية على مستوى المعرفة السياسية للقضايا القومية لدى المرأة المصرية، وذلك في ضوء اختبار فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

### أهمية الدراسة:-

#### أ.الأهمية البحثية:

1. أهمية دراسة المواقع الإخبارية الإلكترونية وتحديد مستوى تأثيرها على المعرفة السياسية بصفة عامة، حيث لم تتطرق معظم الدراسات العربية التي تناولت موضوع

المعرفة السياسية إلى دراسة تأثير المواقع الإخبارية الإلكترونية كوسيلة إخبارية على المعرفة السياسية.

2. تعد الدراسة من الدراسات العربية القليلة التي سعت لاختبار تأثير المواقع الإخبارية على المعرفة السياسية للمرأة المصرية.

### **ب. الأهمية المجتمعية:**

1. المرأة تمثل قوة لا يستهان بها في المجتمع المصري برزت بشكل كبير في الانتخابات البرلمانية التي شاركت بها بنسبة تجاوزت النصف، مما يدل على أهمية تزويد المرأة المصرية بالمعرفة السياسية وأن يكون الإعلام عامل أساسي في هذا المجال.

2. تغير الظروف السياسية والاقتصادية في الأونة الأخيرة بعد ثورتى 25 يناير و30 يونيو مما تطلب دراسات جديدة تصف هذه الأوضاع السياسية وتوضح مدى التطور الذي حدث وأثره على المرأة المصرية ووعيها السياسي تجاه القضايا والأحداث المعاصرة.

3. الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة المواقع الإخبارية، ودورها كمصدر للأخبار والمعلومات السياسية لدى المرأة المصرية.

### **أهداف الدراسة:-**

1. التعرف على معدلات استخدام المرأة المصرية لوسائل الاتصال للحصول على الأخبار والمعلومات السياسية.

2. المقارنة بين تأثير المواقع الإخبارية الإلكترونية على مستوى المعرفة السياسية للمرأة المصرية في وجود المتغيرات الوسيطة (العمر- المستوى الاجتماعي والاقتصادي- مدي الثقة).

3. اختبار فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على المواقع الإخبارية الإلكترونية والمقارنات بين تأثيرات الاعتماد على هذه الوسائل المختلفة

4. التعرف على أهم المواقع الإخبارية التي تعتمد عليها المرأة المصرية للحصول على الأخبار حول الأحداث والقضايا السياسية القومية.

5. رصد دور المواقع الإخبارية في إمداد المرأة المصرية بالمعلومات السياسية لتكوين المعرفة السياسية لديها.

6. تفسير الاختلافات في مستوى المعرفة السياسية للمبحوثات (مرتفع – متوسط – منخفض) تبعاً لاختلاف تعرضهن للأخبار الإخبارية الإلكترونية.

7. معرفة دوافع تعرض المرأة المواقع الإخبارية الإلكترونية، ورصد التأثيرات المعرفية الناتجة عن تعرض المرأة للمواقع الإخبارية الإلكترونية.

8. قياس تأثير تعرض المرأة المصرية للأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية على معرفتهن السياسية تجاه القضايا القومية المصرية.

## الدراسات السابقة:

### المحور الأول: الدراسات التي تناولت مواقع الانترنت وتأثيرها على المعرفة السياسية:

دراسة دينا منصور محمود (2020)<sup>(4)</sup> العلاقة بين مستويات المصادقية لمواقع القنوات الإخبارية على الإنترنت واعتماد الشباب العربي عليها في الحصول على المعلومات السياسية. استهدفت هذه الدراسة التعرف على مدى مصادقية المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية، وعلاقة ذلك باعتماد الشباب العربي عليها في الحصول على معلوماتهم حول القضايا السياسية البارزة سواء على المستوى العربي أو العالمي. واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، حيث قامت الباحثة بإجراء دراسة تحليلية على عينة من الأخبار والموضوعات الخاصة بالقضية (السورية – اليمينية – الفلسطينية – الإيرانية) التي تم طرحها على المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية الثلاث (BBC عربي – CNN عربي – العربية نت)، وذلك على مدي ثمانية أسابيع تراكمية، واشتملت هذه العينة على (1734) موضوع، وقد تم التحليل باستخدام استمارة تحليل المضمون، بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية على عينة عمدية من الشباب العربي المقيم في مصر قوامها 400 شاباً ممن يتعرضون للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية، وقد تم تطبيق هذه الدراسة باستخدام استمارة الاستبانة المعدة خصيصاً لتحقيق أهداف الدراسة. وكانت من أهم النتائج التي تم التوصل إليها، أن فئة "تقرير إخباري" احتلت المرتبة الأولى فيما يتعلق بالقبالب الفني المستخدم لعرض الأخبار فقد حصلت على نسبة 44,35%، كما احتلت المرتبة الأولى القضية الإيرانية وذلك بنسبة 33,04% من إجمالي عينة الدراسة، وجاءت النسبة الأكبر من عينة الدراسة من ذوي الإدراك "المرتفع" لمصادقية المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية حيث بلغت نسبتهم 53,8% من إجمالي عينة الدراسة.

دراسة اشرف عصام فريد صالح (2016)<sup>(5)</sup> دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني هدفت الدراسة إلى التعرف لطبيعة استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف إلى الدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي لها، وكذلك إلى أسباب اعتماد الشباب على مواقع التواصل، وأيضاً الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية التي تحققت لدى الشباب الجامعي الأردني نتيجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية.

أعتمدت الدراسة على منهج المسح بالاستبانة، تم استخدام عينة قصديه عشوائية طبقية، وتكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعتي اليرموك والشرق الأوسط في مرحلة البكالوريوس، وتكونت العينة من (435) مفردة تم استرجاع (422) مفردة من عينة الدراسة، خلصت الدراسة إلى أن أكثر المواقع التي يفضلها الطلبة استخداماً (Facebook) بنسبة مئوية 100%، وأظهرت النتائج وجود آثار معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي الأردني نتيجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية، أظهرت النتائج وجود مستوى متوسط لدوافع استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي.

-دراسة مولير Moeller وآخرون (2015)<sup>(6)</sup> بعنوان العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الإخبارية والمعرفة السياسية للمراهقين. تختبر الدراسة آليات تأثير الاستقبال على المعرفة السياسية واستخدام الأخبار الجذابة فوسائل الإعلام الإخبارية أصبحت مصدر مهم للمعلومات السياسية وتساهم في التعلم السياسي ويفترض الباحث وجود علاقة بين المعرفة واستخدام الأخبار واختبر تلك العلاقة من خلال عينة من 888 مراهق باستخدام منحنى النمو. وتتراوح أعمارهم ما بين 15-18 عاما. وخلصت الدراسة إلى: إن التعرض للإخبار الجذابة للانتباه يؤدي إلى زيادة المعرفة السياسية بالتدرج وعلى مر الوقت، تشير النتائج إلى أن المراهقين يحتاجون إلى الفهم العام للمؤسسات المحلية والأحداث السياسية الداخلية التي يتابعون الأخبار للتعرف عليها، تقترح الدراسة وجود علاقة سببية بين المعرفة السياسية واستخدام الأخبار في كل الاتجاهين.

-دراسة صابر حسن محمد طر(2014)<sup>(7)</sup> بعنوان العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية لدى الشباب اليمني، تتحدد مشكلة الدراسة في توصيف طبيعة العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية محل الدراسة لدى الشباب اليمني، وتأتي أهمية الدراسة من أهمية الدور الذي تؤديه المواقع الإخبارية في تشكيل معارف ووعي جمهور الشباب اليمني في عموم مجالات الحياة والسياسية منها على وجه الخصوص، ويتضمن مجتمع الدراسة المسحية للمضمون ثلاث قضايا سياسية يمنية وأخرى عربية، وبلغ إجمالي عدد المواد الإخبارية التي تحليلها بشكل عمدي لتلك القضايا ومن خلال الصفحة الرئيسية لسبعة وعشرين موقعا إخبارياً (4744 مادة إخبارية)، وطبقت الدراسة المسحية لجمهور الشباب على عينة عمدية تكون من (459 مبحوثاً) في العاصمة اليمنية صنعاء، وتوصلت الدراسة إلى: ظهرت النسب الأعلى في حضور القضايا السياسية اليمنية والعربية لدى نوعي المواقع التابعة لصحف ورقية أهلية ونوع المواقع المستقلة، ورصدت نتائج الدراسة وجود فروق بين أنواع المواقع الإخبارية الإلكترونية من حيث ظهور القضايا السياسية العربية على صفحاتها، وقدمت الدراسة المسحية لاعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية في نتائجها مؤشرات لدور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل معارف ووعي جمهور الشباب اليمني في المعرفة السياسية على وجه التحديد، بينت الدراسة تأثيرات عدد من العوامل التي قد تساعد في فهم العلاقة بين التعرض والاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية لدى الشباب اليمني.

- دراسة ديميتروفا Dimitrova وآخرون (2014)<sup>(8)</sup> بعنوان تأثيرات وسائل الإعلام الرقمية على المعرفة السياسية والمشاركة السياسية في الحملات الانتخابية. سعت تلك الدراسة إلى التعرف على أشكال وسائل الإعلام الرقمية المختلفة المستخدمة في المشاركة والمعرفة السياسية وما إذا كانت تلك الوسائل تؤثر على الجمهور بدرجة مختلفة وشملت وسائل الإعلام الرقمية المواقع الإخبارية ووسائل الإعلام الاجتماعية، وقد اعتمدت الدراسة على عينة من 28 ألف مواطن شاركوا في الاستبيان الإلكتروني وتتراوح أعمار المبحوثين ما بين 17 عاما و74 عاما وتوصلت الدراسة إلى: إن استخدام وسائل الإعلام الرقمية له

تأثيرات محدودة على المعرفة السياسية والمشاركة السياسية عند التحكم فى عوامل مثل السن والنوع والتعليم والاهتمام السياسي والمعرفة العامة والانتباه إلى السياسة فى وسائل الإعلام التقليدية، كما كانت التأثيرات على المعرفة السياسية محدودة جداً وكانت المواقع الاخبارية وحدها التى تقود إلى مستويات أعلى من المعرفة السياسية بينما المواقع الحزبية ومواقع التواصل الإجتماعى لم يكن لها نفس التأثير.

دراسة رباب رأفت الجمال (2012)<sup>(9)</sup> بعنوان دور المواقع الإخبارية الإلكترونية فى تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو الأحداث السياسية فى مصر للفترة ما بعد ثورة 25 يناير: دراسة فى إطار المجال العام. استهدفت هذه الدراسة التعرف على طبيعة وحجم استخدامات المغتربين للمواقع الإخبارية، تأثير العوامل الديموجرافية على ذلك وتحديد مصادر المعلومات، والموضوعات التى يهتم المغتربون المصريون بمتابعتها عن مصر بعد الثورة وكذلك التوصل إلى تأثير كثافة استخدام المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات على مستوى المعرفة بالأحداث السياسية، وطبيعة الاتجاهات التى تم تكوينها عن تلك الأحداث، أجريت الدراسة على عينة قوامها 900 مبحوث من 6 مدن سعودية اعتمدت الباحثة فى جمع البيانات على استمارة الاستبيان. وتوصلت الدراسة إلى: احتل موقع اليوم السابع الترتيب الأول بين تفضيل أفراد العينة لأهم المواقع الإخبارية الإلكترونية، وأوضحت النتائج أنه كلما تعرض الجمهور للمواقع الإخبارية الإلكترونية وتحديداً فى أثناء الأزمات والطوارئ. زادت معرفتهم السياسية، وتعددت المصادر التى اعتمد عليها أفراد العينة أثناء الثورة بهدف المتابعة والحصول على المعلومات.

دراسة طه نجم وأنور الرواس (2011)<sup>(10)</sup> بعنوان العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الاعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت ، سعت هذه الدراسة لرصد العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة ممثلة فى الإنترنت والمعرفة السياسية لدى الشباب العماني من خلال التعرف على مظاهر اهتمام طلاب جامعة السلطان قابوس بالموضوعات السياسية ودوافع تعرضهم لها عبر الإنترنت وحجم التعرض والمواقع المفضلة لديهم لمتابعة الموضوعات السياسية، بالإضافة إلى دراسة مظاهر علاقة الطلاب بالمدونات والمواقع الإلكترونية هذا من جانب وبحث علاقة متابعة الطلاب للمواقع الإلكترونية بمستوى المعرفة السياسية من جانب آخر، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة من 440 مبحوث تم سحبها بطريقة عشوائية من طلاب وطالبات جامعة السلطان قابوس باستخدام صحيفة استبيان. أبرزت النتائج الخاصة بعلاقة متابعة المواقع الإلكترونية بالمعرفة السياسية أن نقصان المعلومات السياسية لدى الشباب أحد العوامل المهمة فى متابعة المواقع الإلكترونية، بالإضافة إلى أن المواقع الإلكترونية تعمل على إشباع رغبات المبحوثين وحاجاتهم السياسية، فضلاً عن دورها فى عملية التنشئة السياسية، تصدرت مواقع الفضائيات اهتمامات عينة الدراسة بوسائل الإعلام التقليدية، تلتها مباشرة مواقع الصحف ومواقع الإذاعات، بينما جاءت النسخ الإلكترونية لصحف الورقية فى مقدمة أنواع الصحف الإلكترونية، وتلاها مباشرة أرشيف القصص الإخبارية، ثم منابر وساحات الرأى ، وأخيراً الطباعات الأرشيفية.

### - دراسة ألك لي Alice Lee و كليمنت (2006) Clement<sup>(11)</sup> بعنوان استهلاك الأخبار الإلكترونية

هدفت الدراسة للتعرف على الجمهور الذي يتعرض للمواقع الاخبارية الالكترونية على الانترنت والتعرف على السلوك الذي يسلكونه في البحث. وتوصلت الدراسة الى: معظم القراء يستخدمون المواقع الاخبارية الالكترونية في الحصول على الأخبار والبحث المعتمد على الأخبار والقراءة غير الخطية للأخبار وذلك باستخدام أدوات وتقنيات الانترنت التي تتمثل في الأدوات التفاعلية والوسائط المتعددة والنصوص الفائقة، ويتميز جمهور المواقع الاخبارية على الانترنت بالنشاط في البحث عن المعلومات. وأشار 82% من المبحوثين الى أهمية سرعة تحميل المعلومات والتي تؤثر على رضائهم على اداء الموقع ويتميزون بالانتقائية في عملية اختيار المعلومات.

- دراسة هبة أمين شاهين (2006)<sup>(12)</sup> بعنوان اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية، سعت الدراسة إلى التعرف على أسباب الاعتماد على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية والتعرف على مدى ثقة هذه المواقع، وأستخدمت الدراسة منهج المسح باستخدام استقصاء على عينة من الشباب الجامعي وتوصلت الدراسة إلى: كانت أهم أسباب تصفح هذه المواقع هو تميزها بوفرة المعلومات وحدائتها. وأهم تأثيرات الاعتماد هي التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض لهذه المواقع ولا توجد علاقة بين اعتماد على هذه المواقع وبين الثقة فيها، تمثلت نوعية المواقع الإلكترونية الإذاعية والتلفزيونية التي يستخدمها الشباب في: مواقع عربية وأجنبية بنسبة 63,3%، مواقع عربية 31,4%، مواقع أجنبية 5,3%، وكانت أهم المواقع العربية التي يفضلها الشباب هي mbc، روتانا، ثم القنوات المصرية، بينما كانت المواقع الأجنبية التي يفضلها الشباب هي مواقع قنوات CNN, BBC, FOXNEWS, و ShowTime، أكدت الدراسة تصدر الانترنت والقنوات التلفزيونية العربية والصحف المصرية قائمة المصادر التي يستمد الشباب الجامعي من خلالها المعلومات، حول الأحداث الجارية والمحلية والعالمية في الأوقات العادية وأوقات الأزمات.

- دراسة رجاء عواد (2005) بعنوان<sup>(13)</sup> دور شبكة الإنترنت في توعية المواطنين حول الانتخابات الفلسطينية، استهدفت الدراسة التعرف على دور شبكة الإنترنت في توعية المواطنين حول الانتخابات الفلسطينية الرئاسية ٢٠٠٥، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بأداة الاستبيان، تمثل مجتمع الدراسة في أساتذة الجامعات الفلسطينية، وشملت عينة الدراسة مجموعة من أساتذة الجامعات. وكان من أهم نتائجها: وتوصلت الدراسة إلى أن ٧٦% من أساتذة الجامعات موضع الدراسة يعتمدون على الانترنت كمصدر للمعلومات، وأن ٨٣% من المبحوثين قالوا أنهم يتقنون بالمعلومات المنشورة على الشبكة.

### المحور الثاني: الدراسات التي تناولت المرأة والمعرفة السياسية:

- دراسة مي محي عجلان (2015)<sup>(14)</sup> بعنوان دور المرأة في الحياة السياسية: دراسة مقارنة بين مصر والبرازيل (2000 – 2015) هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العديد من الأسئلة والمعلومات عن الدور الأساسي للمرأة الذي يظهر من خلال المجتمع عن دور المرأة



في المجتمع السياسي في دولتي مصر و البرازيل فيتعرض هذا البحث لدراسة مقارنة بين مصر و البرازيل كنموذج ” للمجتمع الشرقي و نموذج للمجتمع الغربي” لمشاركة المرأة في الحياة السياسية و فعالية دورها في التأثير على عملية صنع القرار حيث ان حرمان المرأة من حقوقها السياسية يتنافى مع قواعد الديمقراطية التي تجعل الحكم للشعب كله وليس لجزء منه فقط و من هنا تدور المشكله البحثيه حول ماذا كان هناك دور للمرأة في الحياة السياسية وهل هذا الدور فعال ام لا ، واعتمدت الدراسة على المنهج المقارن، وتوصلت الدراسة إلى: بالمقارنة بين النظام المصري ( كنموذج للعرب ) والنظام البرازيلي ( كنموذج للغرب) نجح كلا من المصريات والبرازيليات في اثبات دور المرأة بوجودهم رغم المعوقات في بلادهم , الا انه واقعا نجد ان المرأة في البرازيل نجحت في تفعيل دورها اكثر ولعل اكبر دليل على ذلك قيامها بالعديد من الادوار الملموسة او محاولة وضع قوانين للحد من التمييز ضد المرأة، فنجد ان النظام البرازيلي تتمتع فيه النساء بمجموعة واسعة من الحريات مقارنة بالنظام المصري ففي النظام البرازيلي نجد المرأة تستطيع الحصول على أية مهنة بصرف النظر عن أصلهن العرقي أو ديانتهم وكما تتمتع كذلك بحماية من التمييز وفق القانون فالمرأة في البرازيل وصلت لمنصب رئيسة وزراء و منه اي منصب رئيسة جمهورية، ونجد إختلاف طفيف بينه وبين النظام البرازيلي نحو المرأة حيث أن مصر دولة عربية وقد تمنع العادات المرأة من المشاركة في بعض المجالات السياسية و الوصول الى المناصب المعنية في السلطة فأوجه الشبه بين النظام السياسي البرازيلي من حيث معاملة المرأة في جميع مجالات الحياة وداخل أوجه المجتمع المختلفه مختلفة الى حد ما مع النظام المصري ونجد دور المرأة واضح وملحوظ على مستوى الدولتين العربية والغربية أن مصر بذلت جهداً كبيراً لتحسين وضع المرأة المصرية من خلال اتخاذ عدد من الإجراءات التي تساعد على تمكينها في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

- دراسة بيريا Pereira وآخرون (2015)<sup>(15)</sup> بعنوان المعرفة السياسية والنوع في أوروبا 2015:

سعت تلك الدراسة إلى التعرف على تأثير اختلاف النوع في مستويات المعرفة السياسية بين الأولاد والبنات في أوروبا واعتمدت الدراسة في سحب العينة على طلاب المدارس المنخفضة المستوى في أوروبا والتعرف على معدلات المعرفة السياسية لديهم من خلال دراسة طويلة المدى بدأت في عام 2009 واختيرت الأطفال من عمر 5 إلى 13 عاماً. خلصت الدراسة إلى أن الاختلافات في المعرفة السياسية جاءت لصالح الأولاد على حساب البنات إذ يميل الأولاد للإجابة على الأسئلة الحقائقية عن الأسئلة التحليلية في حين كانت البنات تميل إلى إعطاء إجابات سليمة في الأسئلة التحليلية. وأظهرت النتائج اهتمام الأولاد أكثر بالموضوعات الخاصة بسياسات الاتحاد الاوربي والسياسة السرية بينما تهتم البنات بقضايا التجارة العالمية وحرية الخطاب والرموز القومية.

- دراسة دولان Dolan (2011)<sup>(16)</sup> بعنوان قياس اختلاف النوع في المعرفة السياسية: استهدفت هذه الدراسة التعرف على مدى الاختلاف بين الذكور والإناث في حجم المعرفة السياسية لديهم ، اختبرت الدارسة الفرض القائل بأن المعرفة السياسية ذات الصلة تقلل من فجوة النوع وتسمح للنساء بكسب مستويات أعلى من المعرفة السياسية مساوية أو اكبر من الرجال. وتم الاعتماد على البيانات التي شملتها دراسة مسحية أجريت عام 2007 لاختبار

مداخل مختلفة من المعرفة العامة والاتجاهات نحوها ووضع النساء في السياسات الأمريكية، وشملت عينة الدراسة 1039 من البالغين الأمريكيين من 50 ولاية أمريكية. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أظهرت الدراسة ان المعرفة السياسية ذات الصلة بالنوع تساهم في تضيق الفجوة في النوع بين الذكور والإناث فيما يخص المعرفة السياسية، كما كانت الإناث أكثر معرفة سياسية بالمعلومات عن تمكين المرأة في السياسات الأمريكية أكثر من الرجال، وإن الاختلافات في النوع بشأن التعليم والاهتمام السياسي كانت ضئيلة للغاية.

- دراسة سميث Smith وفنكل Finkel (2011)<sup>(17)</sup> حول التعليم المقدم من المنظمات غير الربحية والنقاش السياسي والأبعاد الاجتماعية للمعرفة والقيم الديمقراطية في الديمقراطيات الجديدة دراسة حالة على كينيا. سعت هذه الدراسة إلى اختبار وتقييم برنامج التعليم القومي المقدم من المنظمات غير الربحية الكيني ودوره في الانتخابات التحويلية التي أجريت في 27 ديسمبر 2002 ودور هذا النوع من التعليم في نشر القيم والتعلم الديمقراطي بين المواطنين، وقد أجريت دراسة ميدانية على عينة من 2301 مبحوث من دولة كينيا وتم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات من المبحوثين، وتوصلت الدراسة إلى: أكدت الدراسة أن التعرض لهذا النوع من التعليم الذي يركز على القيم الديمقراطية يمكن أن يؤثر في تطور المعرفة الديمقراطية والقيم ونوايا المشاركة السياسية، أظهرت الدراسة أن الأفراد الذين يحضرون برامج هذا النوع من التعليم كانوا أكثر معرفة سياسية ومشاركة سياسية من الأفراد الذين لم يحضروا مثل هذه البرامج، كان لتلك النوعية من التعليم تأثير فوري على تقوية الاتجاهات الديمقراطية وإبراز الوعي السياسي بين البالغين في الديمقراطيات الجديدة. لعب النقاش السياسي الحادث بعد المشاركة في تلك البرامج التعليمية دورا مهما وإيجابيا في المشاركة السياسية للمبحوثين.

- دراسة جبرنر Gerber وآخرون (2011)<sup>(18)</sup> بعنوان السمات الشخصية واستهلاك المعلومات السياسية.

تختبر تلك الدراسة مدى تأثير السمات الشخصية على استهلاك الجمهور لمصادر إخبارية مختلفة واختيارهم لمصادر إخبارية معينة ليتعرضوا لها دون غيرها، وتم جمع البيانات لتلك الدراسة من استقصاء مشروع تحليل الحملات الذي اجري في الفترة من 2007 إلى 2008 وتم الاعتماد فيه على الناخبين الذين سجلوا استعدادهم للإجابة على الاستبيان عبر الانترنت وتم قياس استهلاك المعلومات السياسية من خلال قياس الاهتمام العام والمعرفة السياسية وأشكال محددة من استهلاك الإخبار، وتوصلت الدراسة إلى: أظهرت الدراسة أن السمات الشخصية تؤثر في انتباه الجمهور للمعلومات السياسية كما أنها تؤثر على أنواع مصادر المعلومات التي يحتتمل أن يستخدمونها أكثر من غيرها، وكانت العلاقة بين السمات الشخصية واستهلاك الإخبار تتنوع باختلاف مصادر الأخبار ففي الوقت الذي أظهرت الدراسة علاقة ايجابية بين الانفتاح ومشاهدة البرامج الإخبارية التليفزيونية في الأيام السبع السابقة للانتخابات الرئاسية، وجدت علاقة سلبية بين تلك السمة ومشاهدة البرامج الإخبارية المحلية.

- دراسة ستوك (Stock) (2011) (19) بعنوان برامج القيادة كأداة لزيادة الفاعلية السياسية بين فتيات الجامعات: استهدفت هذه الدراسة التعرف على دور برامج القيادة التي تجريها الجامعات في حث ودفع الفتيات الجامعيات على المشاركة السياسية، والتمثيل السياسي للمرأة. وقد أجريت الدراسة على 18 برنامج قيادة أجرى في مؤسسة نيفادا للبحث العلمي بجامعة نيفادا لاس فيجاس 2003 وفي نيو جيرسي على عينة من 104 من الفتيات الجامعيات. وتوصلت الدراسة إلى: أن الفتيات المشاركات في تلك البرامج أكدت على استعدادهن على التصويت في أي حدث انتخابي أو التعبير عن رأيهن في أي قضية مثارة. كما كان للقيادات النسوية تأثير دلالي على الفتيات الجامعيات المشاركات في برامج القيادة حيث يرين أن النساء لديهن قوة فوق العادية.

- دراسة جاي دو (Jay K. Dow) (2009) (20) بعنوان اختلافات النوع و المعرفة السياسية: سعت هذه الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيسي وهو تأثير النوع في المعرفة السياسية، وإلى أي حد تفسر فجوة النوع في المعرفة السياسية في ضوء سمات أخرى كالتعليم والحالة الوظيفية وسمات أخرى، واستعرضت الدراسة نتائج الدراسات التي أجريت على فجوة النوع وتأثيرها على المعرفة السياسية في الدراسات التي أجريت على الانتخابات القومية الأمريكية في الفترة من 1992 إلى 2004. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج هي: أن أهم التفسيرات لفجوة النوع في المعرفة السياسية هو التنشئة السياسية من حيث: كان التعليم أهم سمة مؤثرة في فجوة النوع بين الرجال والنساء بشأن المعرفة السياسية. وأظهرت الدراسات السابقة إن الرجال يستقبلون كميات أكبر من المعرفة السياسية عن طريق التعليم أكثر من النساء. كما يساهم الانتماء إلى جماعة ما في تقليل الفجوة بين الرجال والنساء، إذ تحصل النساء على المعرفة السياسية من الانتماء إلى المنظمات قد لا ينتمي إليها الرجال.

- دراسة ليوزتي (Lizotte, سيدمان Sidman) (2008) (21) بعنوان توضيح فجوة النوع في المعرفة السياسية: سعت هذه الدراسة إلى التعرف على فجوة النوع في المعرفة السياسية واختبار مدى الاختلاف بين الذكور والإناث في معرفتهم السياسية. تم استخدام عشر استبيانات أجرتها جامعة فيرجينيا كونمولوث وجامعة إنديانا وجامعة منتشجان ومركز الدراسات السياسية، وقسمت الاستبيانات إلى خمس فئات: الأولى تشمل الأحداث الجارية والسياسية والثانية التعرف على السياسيين الأمريكيين، والثالثة التعرف على القادة السياسيين الأجانب، والرابعة هيكل الحكومة، والأخير التاريخ السياسي للولايات المتحدة الأمريكية. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أظهرت الدراسة إن فجوة النوع ليست ضخمة كما هي مصورة في مقاييس المعرفة السياسية. إن الإجابة على الأسئلة الخاصة بالمعرفة السياسية بلا أدنى بالنسبة للنساء لا يؤخذ في الحسبان عند إنتاج فجوة ذات دلالة إحصائية في النوع في المعرفة السياسية.

كما أشارت نتائج الدراسة إلى إن الفجوة في النوع بشأن المعرفة السياسية تضيق ولم تعد واسعة كما في الماضي كما تظهره الدراسات السابقة.

- دراسة جيدنجل (Gidengil وستول Stolle) (2008) (22) بعنوان المستويات المختلفة للمعرفة السياسية للمرأة: سعت هذه الدراسة إلى التعرف على فجوة المعرفة بين الذكور

والإناث وهل العوامل الاقتصادية الاجتماعية والسن وحالة الأسرة تؤثر في المعرفة السياسية الفعلية بين الذكور والإناث. وقد اعتمدت الدراسة على إجراء دراسة ميدانية على عينة من البالغين بلغت 1286 من مقاطعتي مونتريال وتورناتو بكندا، وتم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أكدت نتائج الدراسة على وجود فجوة للنوع بين الذكور والإناث عندما يتم توجيه أسئلة خاصة بالمعرفة السياسية الفعلية. كانت الغالبية من عينة الدراسة لديها مستوى مرتفع من المعرفة السياسية الفعلية، وكانت النساء أكثر معرفة سياسية بخدمات وفوائد الحكومة نظراً للاستفادة التي تعود عليهن وعلى أسرهن أكثر من معرفة الرجال بها. وكان الاختلاف بين النساء في المعرفة السياسية يرجع إلى العوامل الاقتصادية وهل هي من النساء المهاجرات أم لا.

- دراسة دونلان Dolan (2008)<sup>(23)</sup> بعنوان الصور المنطبعة للنوع والمعرفة السياسية وتقييم أداء المرشحات السياسيات: استهدفت هذه الدراسة قياس المعرفة السياسية بين الذكور والإناث واتجاهات المبحوثين تجاه المرشحات السياسيات في الولايات المتحدة الأمريكية والهند، وتم الاعتماد على دراسة ميدانية على عينة من 949 مبحوثاً. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: كان لاتجاهات المبحوثين نحو النوع دوراً في تشكيل تقييمات المبحوثين نحو المرشحات السياسيات، وكلما كانت المعرفة السياسية منخفضة بين المبحوثين كلما كانت الصور المنطبعة عن المرشحات السياسيات سلبية. أكدت الدراسة بصفة عامة أن هناك تحيز ضد النساء المرشحات للمناصب السياسية.

#### حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في بلورة المشكلة البحثية للدراسة الحالية والتحديد الدقيق للجوانب الإجرائية والمنهجية في إعداد الدراسة في جميع مراحلها.
- التعرف على كيفية قياس المعرفة السياسية والمقاييس المستخدمة بالدراسات السابقة بهدف وضع مقياس لقياس المعرفة السياسية للمرأة المصرية التي تعتمد على المواقع الإلكترونية الإخبارية.
- الاستفادة من تحديد عدد من المتغيرات الوسيطة التي قد تكون مؤثرة على العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للمواقع الإلكترونية الإخبارية ومستوي المعرفة السياسية لديها ومن هذه المتغيرات (السن- الحالة الاقتصادية والاجتماعية- مدى الثقة... الخ).
- ربط نتائج الدراسات السابقة ذات الصلة بنتائج الدراسة الحالية والمقارنة في توضيح أوجه الاختلاف أو الاتفاق.
- استخلصت الباحثة من الإطلاع على أدبيات الموضوع عدد من النقاط والملاحظات من أهمها:
- غالبية الدراسات السابقة اعتمدت على نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام وفجوة المعرفة .

- ناقشت غالبية الدراسات فجوة النوع في المعرفة السياسية ولم يتم التركيز على المرأة المصرية ومعرفة السياسية إلا فيما ندر.
- تشير نتائج الدراسات السابقة إلى ارتفاع نسب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية لدى الجمهور المصري والعربي والاعتماد عليها كمصدر رئيسي للمعرفة السياسية في وقت الأزمات العربية.
- توصلت معظم الدراسات السابقة إلى تقارب النسبة بين الذكور والإناث في مستويات المعرفة السياسية لديهم من خلال تعرضهم للمضمون الإخباري للقنوات الفضائية والانترنت.

### الإطار النظري للدراسة:

#### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: Media Dependency Theory

تعتمد فكرة هذه النظرية على إن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش داخله وإن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف. ومن خلال هذه النظرية يمكن لنا معرفة مدى اعتماد المرأة المصرية على المواقع الإلكترونية الإخبارية للحصول على المعرفة السياسية للقضايا القومية.

وتعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نظرية بيئية ترى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً وهي تبحث في كيف أن أجزاء من النظم الاجتماعية سواء الصغيرة أو الكبيرة يرتبط كل منها بالآخر ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات<sup>(24)</sup>.

وقد اهتم عدد كبير من الباحثين بمعرفة ما يدور في عقول مستخدمي وسائل الاتصال ليس باعتبارهم مستخدمين ايجابيين فقط وإنما باعتبارهم مستهلكين مسيطرين على وسائل الاتصال نظراً لتعدد فرص اختياراتهم وتباين أذواقهم، حيث تكمن القواعد الأساسية لتأثير الوسيلة في طبيعة العلاقة ذات الأبعاد الثلاثية بين النظام الاجتماعي الكبير، ودور الوسيلة في ذلك النظام، وعلاقات الجمهور بالوسيلة حيث تعد درجة اعتماد الجمهور على معلومات وسيلة الاتصال هي العامل الأساسي في فهم متى وكيف تعدل الرسائل التي تبثها وسيلة الاتصال الجماهيرية من اعتقادات الجماهير، شعورها وسلوكها<sup>(25)</sup>.

وقدم كلا من ساندرا بول روكيتش وملفن دي فلير Sandra Paul Roki And Melvin de Flair أول إطار لنموذج تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام عام 1976 وذلك بالتطبيق على المجتمعات الصناعية بالدرجة الأولى والتي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع والجمهور<sup>(26)</sup> والتي تختلف بدورها باختلاف النظم الاجتماعية أي حسب سيطرة تلك النظم على وسائل الإعلام بها، فيختلف بالتالي تأثير تلك الوسائل على المجتمع وعلى الجمهور فأحياناً تعكس وسائل الإعلام آراء الجمهور، وأحياناً أخرى تقوم بدور السيطرة والقيادة.

وتعتبر نظرية الاعتماد امتداداً لنظرية الاستخدامات والاشباع والفارق بينهما أن نظرية الاستخدامات والاشباع تركز على الجمهور، بينما نظرية الاعتماد تركز على الأهداف

فقد ركز بال روكيتش ودي فليير على العلاقة بين المجتمع وسلوك الجمهور ومحتوى الرسالة(27).

ولذلك يقوم المنظور الخاص باعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على دعامتين رئيسيتين:

- **الأولى:** أن هناك أهدافاً للأفراد يريدون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت أهدافاً شخصية أو اجتماعية(28).

- **الثانية:** اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، وتتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها مروراً بعملية الإعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات ثم نشرها بصورة أخرى(29).

وكذلك إعتبار نظام الإعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات وتحقيق الأهداف(30)، فالإتصال التفاعلي والتقليدي في مجال نظرية الاعتماد لا يعتبر نظاماً للمعلومات فقط، لكنه عدد من النظم الخاصة بفئات المستخدمين والزائرين وحزم المواقع وأهدافها التي تتفق مع أهداف المستخدمين والزائرين لتلك المواقع(31).

ويفضل دى فليير وروكيتش(32) تعبير أهداف (Goals) على تعبير احتياجات Needs لتعريف دوافع الفرد التي تؤثر على سلوكه حيال وسائل الإعلام، فالاحتياجات تعنى ضمناً كلا من الدوافع المنطقية وغير المنطقية والدوافع المعتمدة وغير المعتمدة، الحقيقة وغير الحقيقة في حين إن الأهداف تعنى الدوافع التي تسعى لحل مشكلة، وهذا يوضح متى يكون لوسائل الإعلام تأثيرات قوية في ظروف معينة وتأثيرات ضعيفة في ظروف أخرى(33).

### أهداف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تكمن قوة وسائل الإعلام – طبقاً لنظرية الاعتماد- في سيطرة وسائل الإعلام على أنظمة المعلومات التي يحقق من خلالها الفرد أهدافه التي يمكن أن تتسع وتزيد كلما ازداد المجتمع تعقيداً، ويزداد معها بالتالي اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام التي تصلهم بمصادر المعلومات التي تحقق لهم هذه الأهداف(34)، ولذلك تفوقت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على النظريات التقليدية الأخرى التي درست تأثير محتوى وسائل الإعلام على الجمهور وليس قوة وسائل الإعلام(35) ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً أثراً قوياً ومباشرة، وفي أحياناً أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما(36)، كما تؤكد نظرية الاعتماد على أن وسائل الإعلام تهدف إلى التأكيد على دور التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية كإحدى التأثيرات الناتجة عن اعتماد الفرد على وسائل الإعلام.

### الفروض التي تقوم عليها نظرية الاعتماد:

1- من العوامل التي تؤثر على مستوي الاعتماد على وسائل الإعلام: مسألة إمكانية الوصول للمعلومات والتي ترتبط بإتاحة المعلومات لأعضاء الجمهور، وإمكانية الوصول بمفردها ليست شرطاً كافياً لتحديد مدي الاعتماد على وسائل الإعلام وإنما يضاف لها المصدقية وتقييمات المصدر للمعلومات المتاحة له(37).

2- أن النظام الإعلامي يكون مهماً للمجتمع وتزداد درجة الاعتماد عليه في حالة إشباعه لاحتياجات الجمهور وعدم وجود بدائل أخرى، وتقل درجة الاعتماد على النظام الإعلامي في حالة وجود قنوات بديلة للمعلومات.(38)

3- يختلف الجمهور من حيث درجة اعتماده على وسائل الإعلام، فالصفوة أكثر احتمالاً لأن يعتمدوا على مصادر متعددة من هذه الوسائل للحصول على المعلومات التي يرغبونها كما يؤثر السن والخبرات السابقة على مستوى الاعتماد(39).

4- أن الأفراد الذين يعتمدون على وسيلة معينة يكونون أكثر قدرة على استخلاص المعلومات من خلال تعرضهم لهذه الوسيلة.

#### تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام:

رصد ملفين دي فلير وساندرا بول روكيتش مجموعة من الآثار التي تنتج عن الاعتماد مثل:

#### أولاً: الآثار المعرفية Cognitive Effects:

وتتمثل في التأثيرات المعرفية التي تنتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام في مجالات عديدة مثل:

- الغموض: حيث إن الغموض الناتج عن نقص المعلومات نحو موضوع معين يسبب حالة من عدم الوضوح في المعرفة وأيضاً حالة من عدم القدرة على التواصل مع الآخرين بسبب عدم إدراك المفاهيم الخاصة بموضوع ما.(40)

#### ثانياً: التأثيرات الوجدانية: Affective Effects

ترتبط العمليات الوجدانية المشاعر والعواطف مثل تكوين الاتجاه، الفتنور العاطفي، الخوف، الدعم المعنوي(41).

#### ثالثاً: الآثار السلوكية: Behavioral Effects :

حيث يعد قيام الأفراد بعمل ما نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام هو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية(42).

ومن أهم الاتجاهات العلمية الحديثة التي أتفقت عليها بعض الدراسات المتعلقة بالاعتماد على وسائل الإعلام.

1- اتجاه لدراسة الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام كنظام اجتماعي وبين غيرها من النظم والمنظمات الأخرى لأنها لا تستطيع العمل وحدها بكفاءة وذلك الاتجاه يعرف بالنظرة الكلية للاعتماد الماكرو لأنه يتخطى النظرة الجزئية الميكرو للاعتماد الفردي على وسائل الإعلام(43)

2- اتجاه لدراسة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد أو الرقمي كالإنترنت ودراسة طرق التفاعل مع الفضاء الافتراضي(45)، حيث تصنف بحوث الاعتماد على الوسائل الجديدة، والتي تعد المواقع الإخبارية عبر الإنترنت أحد هذه الوسائل، ضمن أنواع بحوث التأثيرات(46)

3- اتجاه لدراسة الاعتماد المقارن بين الوسائل الإعلامية التقليدية والوسائل الحديثة.

4- اتجاه لدراسة الاعتماد المستقبلي أو المتوقع على وسائل الإعلام المختلفة. (47)

### مبررات تطبيق نظرية الاعتماد على الدراسة الحالية:

تستند الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري لها حيث تقوم باختبار التأثير المعرفي لوسائل الإعلام الذي ينقسم إلى نوعين :

**النوع الأول:** الذي يقارن بين اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام المختلفة وغالباً ما تقارن هذه الدراسات بين وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية لتحديد أى الوسائل الإعلامية أكثر فاعلية في نقل المعلومات.

**النوع الثاني:** يختبر اعتماد الأفراد على وسيلة معينة وتأثيرها على مستوى معرفتهم بالموضوعات المختلفة.

وتتنمي هذه الدراسة إلى النوع الثاني حيث تركز على مدى اعتماد المرأة المصرية (عينة الدراسة) على المواقع الاخبارية الالكترونية كمصدر للمعلومات عن القضايا القومية

وتستند الدراسة على فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للأسباب التالية:

1. تفسير النتائج الخاصة بتأثيرات التعرض للمضمون الإخباري في القنوات الفضائية الإلكترونية الإخبارية محل الدراسة على المعرفة السياسية للمرأة وذلك في ضوء البناء الاجتماعي والسياسي السائد في المجتمع المصري خلال الفترة الحالية، لإعطاء النتائج بعداً تفسيرياً يساهم في الإفادة في دعم المعرفة السياسية لدى المرأة المصرية.

2. تعد النظرية من نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام مما يسمح باختبار بعض المتغيرات الوسيطة التي تؤدي إلى تقوية أو إضعاف العلاقة بين وسائل الإعلام والمعرفة السياسية للمرأة المصرية.

3. يفيد الإطار النظري في التعرف على وحجم التأثيرات المعرفية الناتجة على المرأة المصرية نتيجة اعتمادها على القنوات الفضائية الإخبارية الإلكترونية الإخبارية، حيث أنها تختلف باختلاف الخصائص الديموغرافية للمبحوثين.

4. تساعد نظرية الاعتماد في التعرف على مدى تأثير خصائص الوسيلة (قنوات إخبارية أو مواقع إلكترونية إخبارية) في اعتماد المرأة المصرية عليها لزيادة معلوماتها عن القضايا القومية محل الدراسة.

### تساؤلات وفروض الدراسة:

#### أولاً: تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:-

1. ما وسائل الإتصال التي تعتمد عليها المبحوثات للحصول على المعلومات حول المعرفة السياسية بالقضايا القومية؟



2. ما معدل تعرض المبحوثات للأخبار والمضامين السياسية فى المواقع الإلكترونية الأخبارية ؟
3. ما درجة اعتمادهن على المواقع الالكترونية الإخبارية للحصول على الاخبار والمضامين السياسية؟
4. ما المواقع الأخبارية على الإنترنت التى تحصل المبحوثات من خلالها على المعلومات حول المعرفة السياسية بالقضايا القومية؟
5. ما أسباب حرص المبحوثات على زيارة المواقع الأخبارية على الإنترنت؟

#### ثانياً: فروض الدراسة:

- الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض المبحوثات للمواقع الإخبارية على الإنترنت وحجم المعرفة السياسية لديهن.
- الفرض الثانى:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المرأة المصرية على المواقع الإخبارية على الإنترنت وحجم المعرفة السياسية لديهن.
- الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض المبحوثات للمواقع الإخبارية على الإنترنت ومستوى المعرفة السياسية لديهن..
- الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى تعرض المرأة المصرية للمواقع الإخبارية على الإنترنت باختلاف خصائصهم الديموغرافية(الفئات العمرية-الحالة الإجتماعية-المستوى التعليمى- المستوى الاقتصادي والإجتماعى –المهنة).

#### متغيرات الدراسة :

بناءً على فروض الدراسة الميدانية التي تم تحديدها فيما سبق ، تم تحديد المتغيرات المستقلة والتابعة والوسيلة كما هو موضح فى الجدول التالى:

**جدول رقم (1) متغيرات الدراسة**

المتغيرات الوسيطة	المتغير التابع	المتغير المستقل	الفرض
المستوى الاجتماعى والاقتصادي والمهنة والعمر والحالة التعليمية	حجم المعرفة السياسية	دوافع التعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية	الفرض الأول
	حجم المعرفة السياسية	درجة اعتماد على المواقع الإلكترونية الإخبارية	الفرض الثانى
	درجة الثقة فى هذه المواقع.	درجة اعتماد على المواقع الإلكترونية الإخبارية	الفرض الثالث
	مستوى المعرفة السياسية	حجم تعرض المواقع الإلكترونية الإخبارية	الفرض الرابع

معدل التعرض للمواقع الإخبارية على الإنترنت	المستوى الاجتماعي والاقتصادي والحالة التعليمية	الفرض الخامس
--	--	--------------

### مفاهيم الدراسة:

- **المعرفة السياسية:** تشير إلى إلمام الفرد بالأحداث السياسية والقضايا المتعلقة بها وفهمه لخلفياتها و المبادئ التي تقوم عليها. (48)
- **القضايا القومية:** ويقصد بها القضايا التي تحدث داخل وخارج مصر ولها تأثيرات على المجتمع المصري.
- **التعرض للمواقع الإخبارية:** ويقصد بها مدي متابعة المواقع الاخبارية عبر الانترنت بشكل منتظم أو عارض.
- **التأثيرات المعرفية:** هي تلك التأثيرات التي تؤثر على نظم ومعتقدات الفرد سواء كانت بزيادة المعلومات والفئات التي تنظم هذه المعتقدات في إطارها أو زيادة المعتقدات في كل فئة مما يؤدي إلى إتساع نظام المعتقدات لدى المتلقين وتنتج هذه التأثيرات إما لنقص المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقص المعلومات وعدم كفايتها لفهم الأحداث والوصول للتفسير الصحيح لهذه الأحداث.

### الإجراءات المنهجية:-

1. **منهج الدراسة:**تعتمد الدراسة على منهج المسح الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الاعلامية خاصة البحوث الوصفية، بالإضافة إلي أن منهج المسح يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على معلومات وأوصاف الظاهرة والاساليب التي اتبعت لمواجهة هذه الظاهرة ومعرفة جوانبها المختلفة، كما يسمح باختبار العلاقات بين المتغيرات(49).
  2. **مجتمع الدراسة:**يتحدد مجتمع الدراسة الميدانية في المرأة المصرية بدءاً من سن (18) سنة وحتى (60 سنة) مع توفر شرط مستوى مناسب من التعليم تبعاً لموضوع الدراسة.
  3. **عينة الدراسة:**من خلال مجتمع الدراسة قامت الباحثة باختيار عينة متاحة يبلغ قوامها (400) مفردة من مجتمع المرأة المصرية من المعتمديات على المواقع الإلكترونية الإخبارية محل الدراسة.
  4. **أداة جمع البيانات:**تعتمد الدراسة الميدانية على استمارة الإستقصاء بالمقابلة في جمع البيانات لمعرفة آراء المرأة المصرية بمختلف خصائصها الديمرغرافية حول مدى اعتمادهن على المواقع الإلكترونية الإخبارية لتكوين معرفتهن السياسية لقضايا القومية.
- حدود الدراسة:** نظراً لعدم التمثيل الدقيق لسمات مجتمع المرأة المصرية في المجتمع فتشير الباحثة إلى اقتصار نتائج تلك الدراسة على نطاق عينتها وهو المرحلة العمرية للمرأة المصرية من ( ١٨ إلى أقل من ٣٠ سنة) وهي مرحلة الشباب وتمثل تلك نتائج المؤشرات الأولية بشأن موضوع الدراسة.

### إجراءات الصدق والثبات :

حرصت الباحثة في هذا المجال على اتخاذ عدد من الإجراءات التي تضمن أكبر قدر من الصدق والثبات في هذه الدراسة وذلك كون الصدق يعد مطلباً أساسياً لتعميم النتائج التي تم التوصل إليها على المجتمع الأصلي للدراسة سواء ما كان يتعلق منها بصدق المحتوى من خلال اتفاق محتوى الأداة مع الهدف الذي أعدت من أجله , وطرح الأسئلة وبناء المقاييس اللازمة لجمع المعلومات المطلوبة بما يخدم مشكلة الدراسة وحدودها والاستفادة من الإطار النظري الذي اعتمدت عليه, أو ما كان يتعلق منها بالصدق الظاهري من خلال مجموعة من الإجراءات التي استخدمها الباحثة في هذا المجال والتي شملت الآتي : إجراء تحكيم استمارة الاستقصاء من خلال مجموعة من الخبراء والمحكمين ذوي العلاقة من أعضاء هيئة التدريس(\*)

**إختبار الثبات:** بالنسبة لصحيفة الاستبيان تم إجراء اختبار قبلي (Test-Re-Test) لقياس الثبات، بعد تصميم الاستمارة، وذلك من خلال تطبيق الاستمارة على 10% من عينة الدراسة (40) مفردة، ثم إعادة تطبيقها مرة ثانية بعد ثلاثة أسابيع على نفس المفردات، وذلك بتطبيق مقياس ألفا /كرونيباخ لإستخراج معامل الثبات. ووجد تطابق لأغلب الأسئلة التي تم قياس ثباتها، وبلغ معامل الثبات الكلي 93% وهي درجة مقبولة لثبات الاستمارة، وهذا يعني أن الاستمارة قابلة للتطبيق.

### أساليب قياس المتغيرات:

تعتمد الدراسة على مجموعة من المقاييس التي تم تصميمها وبنائها بغرض الوصول إلى أقصى قدر ممكن من ضبط قياس المتغيرات ولذلك فإن هذه الدراسة تعتمد على المقاييس التالية :

أولاً : مقياس كثافة التعرض للقنوات الإخبارية و للمواقع الإخبارية على الانترنت.

ثانياً: مقياس دوافع التعرض للقنوات الفضائية والمواقع الإخبارية.

ثالثاً: مقياس مستويات المعرفة بالقضايا القومية.

رابعاً : مقياس الاعتماد علي القنوات الفضائية والمواقع الإخبارية للحصول منها على المعلومات حول المعرفة السياسية بالقضايا القومية.

خامساً : مقياس مدى الثقة في القنوات الفضائية والمواقع الإخبارية للحصول منها على المعلومات حول المعرفة السياسية بالقضايا القومية.

### المقاييس الإحصائية المستخدمة :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة ، تم إدخالها - بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences ، وذلك بالجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية

### التالية :

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية .-2المتوسط الحسابي والانحراف المعياري .
  - 3-الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث بناءً على عدد المراتب في السؤال ، ثم تجمع النقاط التي يحصل عليها كل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة وتحسب النسب المئوية لبند السؤال كلها .
  - 4-الوزن النسبي (أو المئوي) والذي يحسب من المعادلة التالية:المتوسط الحسابي  $\times 100 \div$  الدرجة العظمى للإجابة على العبارة .
  - 5-معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من  $2 \times 2$ .
  - 6-معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval O Ratio).
  - 7-اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)
  - 8--تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .
  - 9-الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي ( LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر ، أي عند مستوى معنوية (0.05) فأقل .

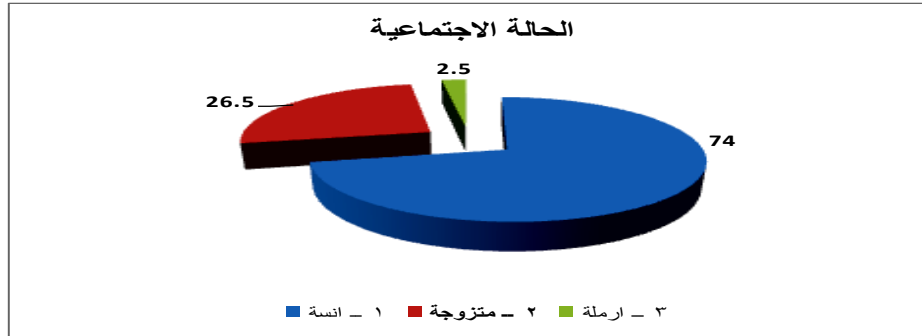
### أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة الميدانية :

#### • توصيف عينة الدراسة"



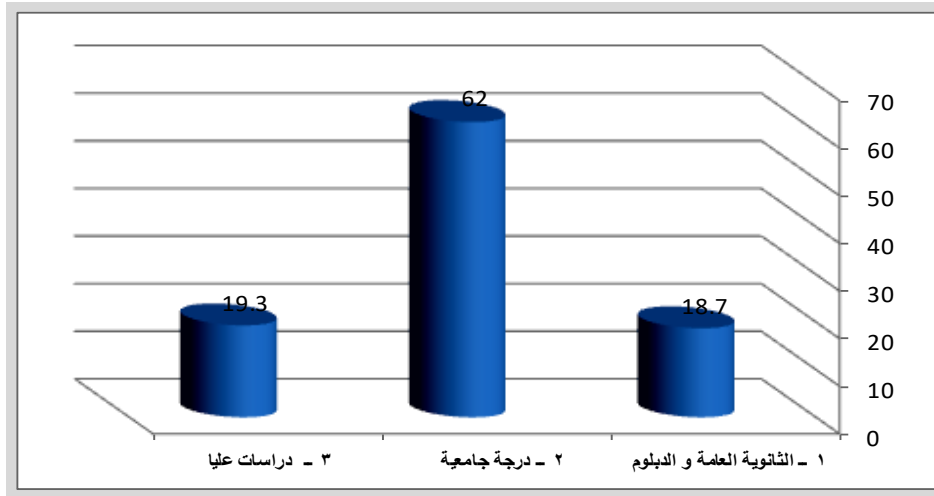
شكل رقم (1) الفئات العمرية للمبحوثات

- جاء في المقدمة عينة الدراسة في المرحلة العمرية (18 حتى أقل من 30 سنة) بنسبة 78.3%، تليها السن من (30 سنة إلى أقل من 45 سنة) بنسبة 14%، ثم تلاهما السن من (45 سنة إلى أقل من 60 سنة) بنسبة ضعيفة جداً، مما يدل على أن المرحلة العمرية الظاهرة في هذه الدراسة هي المرأة في مرحلة الشباب.



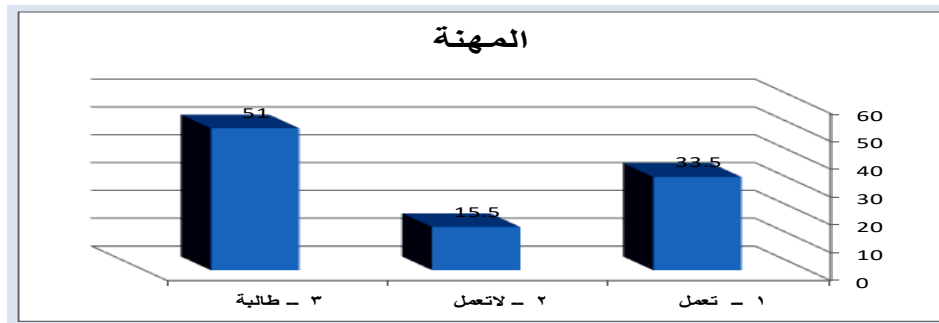
شكل رقم (3) الحالة الاجتماعية للمبحوثات

- يتضح أن ما يزيد عن نصف عينة الدراسة من الأنسات بنسبة 74%، تلاه نسبة 26.5% من العينة المتزوجات، ، وأخيراً نسبة 2,5% كن أرامل ، ويلاحظ مما سبق تنوع عينة الدراسة ما بين المتزوجات وغير المتزوجات بشكل عام.



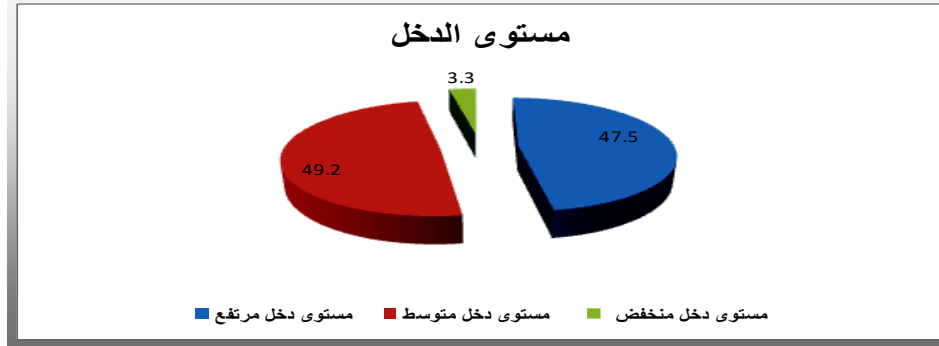
شكل رقم (4) المستوى التعليمي للمبحوثات

○ جاءت أعلى نسبة المؤهل الجامعي للمبحوثات بنسبة 62%، تلاها الحاصلات على الدراسات العليا بنسبة 19.3%، ثم الحاصلات على الثانوية العامة بنسبة 18.7% بفرق بسيط، مما يدل أن معظم عينة الدراسة متعلمات تعليم عالي.



شكل رقم (5) المهنة للمبحوثات

○ يتضح أن نصف عينة الدراسة بنسبة 51% للطالبات، تلاها نسبة 33,5% من العينة يعملن، وأخيراً نسبة 15.5% لا يعملن بل هن ربات منازل.



شكل رقم (6) مستوى الدخل للمبحوثات

○ يتضح أن نسبة 49.2% من المبحوثات مستوى الدخل لهن متوسط ، يليها نسبة 47.5% من المبحوثات مستوى الدخل لهن مرتفع بفرق بسيط، وأخيراً بنسبة ضعيفة جداً المبحوثات ذو مستوى دخل منخفض. وتدل النتائج السابقة على أن عينة الدراسة يتسم دخلهن بالارتفاع. وربما يعزى ارتفاع المستوى الاقتصادي لكون نصف عينة الدراسة طالبات وبالتالي يعتمدن على ارتفاع مستوى دخل أسرهن .

#### - ثانياً: النتائج العامة للدراسة:

- أن أهم المواقع الإخبارية التي تحصل منها المبحوثات على معلومات حول معرفتهن السياسية بالقضايا القومية، جاء موقع اليوم السابع في الترتيب الأول، يليها في الترتيب الثاني موقع المصري اليوم ثم موقع جريدة الأهرام ويليها موقع بي بي سي الإخبارية وتتضح من النتائج ارتفاع استخدام المبحوثات لموقع اليوم السابع أكثر من المواقع الأخرى .

- نوعية المواقع الإخبارية الإلكترونية التي تحرص المبحوثات على متابعتها جاء في المرتبة الأولى المواقع الخاصة بالصحف ، وجاء في المرتبة الثانية المواقع الخاصة بالتقنوات الإخبارية ، ثم المرتبة الثالثة المواقع المستقلة التي تقدم الأخبار ويديرها أشخاص أو مؤسسات، وأخيراً المواقع التي تقدم الأخبار ويديرها حزب سياسي أو منظمة مجتمع مدني

- أن أسباب حرص المبحوثات على زيارتهن للمواقع الإخبارية عبر الإنترنت ، حيث جاء في الترتيب الأول لأنها تقوم بالتحديث المستمر للأخبار، يليها في الترتيب الثاني لأنها تقدم خدمات تفاعلية تتيح مشاركة الجمهور في المضمون المقدم، ثم لأنها تقدم معلومات وتغطيات متعمقة للقضايا القومية في مصر والعالم العربي، ثم لأنها تقدم القضايا والمعلومات السياسية بطريقة بسيطة يسهل فهمها، وأخيراً لأنها تتيح للجمهور فرصة المشاركة بإبداء الرأي في القضايا المثارة . وقد خلصت (دراسة حنان جنيد، 2003) إلى إحتلال القضايا السياسية المرتبة الأولى كأهم القضايا التي يفضل الشباب الجامعي مناقشتها . وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة ريم إسماعيل عبود(2004) التي أثبتت النتائج ارتفاع نسبة المبحوثات اللاتي يجدن إن الانترنت تنصف بالتنوع والتجديد ثم المتابعة المستمرة ثم الفورية ثم الأهمية

- اعتماد المبحوثات على المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات للمعرفة السياسية بالقضايا القومية، حيث جاء في المقدمة زيادة معرفتي بالأنشطة السياسية أو الاجتماعية أو الثقافية المتنوعة المتعلقة بالقضايا القومية، يليها في الترتيب الثاني زيادة القدرة على فهم الواقع والمشكلات المحيطة، ثم في الترتيب الثالث التعرف على القضايا الأكثر بروزاً وتأثيراً بالمجتمع المصري لم أكن أعرفها من قبل، والترتيب الرابع تساعدني في تشكيل آرائني نحو أداء مصر والدول العربية نحو القضايا القومية، وجاء في المرتبة الأخيرة وجود رغبة في المشاركة بفاعلية في أنشطة المجتمع المختلفة بالقضايا القومية.

- أن نصف المبحوثات يعتقدن بشكل قوي إن المواقع الإخبارية تساهم في رفع مستوى المعرفة السياسية بالقضايا القومية لديهن، بينما 42% يعتقدن بشكل متوسط أنها تساهم في رفع مستوى المعرفة السياسية لهن، وجاء أنها تساهم بشكل ضعيف بنسبة 7.7%، والسبب في ذلك يعود للحرية الموجودة في النشر والمتابعة للمواد الإعلامية، وتعدد خصائصه وميزاته، وانتقاء دور حارس البوابة الإعلامية الرسمية، مما يدل على إن المواقع الإخبارية ممكن أن تكون مصدر معلوماتي مهم تعتمد عليه المرأة المصرية عينة الدراسة في استنباط المعلومات والأخبار لذلك هو يسهم بشكل كبير في رفع مستوى معرفتها السياسية.

- نوع المواقع الإخبارية التي تلجأ إليها المبحوثات في الحصول على المعلومات حول المشروع الخاص بهم جاء في المرتبة الأولى اليوم السابع، يليها في المرتبة الثانية الأهرام، ثم في المرتبة الثالثة مصرأوي، ثم في المرتبة الرابعة محيط، وبعد ذلك في المرتبة الخامسة بنسب متساوية (الشروق و دريم والنيل للأخبار) وتبدأ تقل نسب المواقع الإخبارية مثل CBC ويليه محيط، ثم الوطن، واخيراً بنسب واحدة المصري اليوم وصدى البلد.

- أن المواقع الإخبارية التي اعتمدت عليها المبحوثات بشكل رئيسي في الحصول على المعلومات الخاصة بالمشروع قناة السويس وجاءت أعلى نسبة لموقع (اليوم السابع) بنسبة 60.8%، بينما جاء أقل نسب لقناة (روسيا اليوم) بنسبة 0.8%، ثم قناة (النيل للأخبار) بنسبة 0.5%، ثم قناة (المصرية الأولى) بنسبة 0.3%. أغلب المبحوثات لديهن معرفة متوسطة بمشروع (قناة السويس) من خلال المواقع الإلكترونية الإخبارية، وجاء في المرتبة الثانية ذات المعرفة المرتفعة بنسبة 13.5%، وجاء في المرتبة الأخيرة المبحوثات اللاتي لديهن مستوى معرفة منخفضة بمشروع قناة السويس بنسبة 12.7%

- أن المواقع الإخبارية التي اعتمدت عليها المبحوثات بشكل رئيسي في الحصول على المعلومات الخاصة بالأحداث الإرهابية الأخيرة الخاصة (بتنظيم داعش) جاء في المقدمة موقع اليوم السابع بأعلى نسبة عن باقي المواقع يليها موقع المصري اليوم، ثم موقع الوطن، ويليه موقع العربية نت، ثم موقع جريدة الأهرام، ثم تبدأ تقل نسب الاعتماد على المواقع الإخبارية لدى المبحوثات مثل موقع (Cnn-أخبار مصر-BBC بالعربية-رصد-Cbc-النيل للأخبار وروسيا اليوم).



- أن (48.9%) من المبحوثات لديهن معرفة مرتفعة بالأحداث الإرهابية الأخيرة الخاصة بتنظيم داعش من المواقع الإلكترونية الأخبارية، تلاها المبحوثات اللاتي لديهن معرفة متوسطة بنسبة 37.8%، وثم في المرتبة الأخيرة ذات المعرفة المنخفضة بالأحداث الإرهابية الخاصة بتنظيم داعش. وتبدو هذه النتائج منطقية في ظل أجواء الأحداث الإرهابية التي حدثت أخيراً وشهدتها مصر وبعض الدول العربية مثل سوريا والعراق بسبب تنظيم داعش، مما أدى زيادة اهتمام المرأة المصرية لمعرفة ما يحدث نتيجة ذلك على الوضع الأمنى والسياسي من خلال القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية الأخبارية لذلك مستوى المعرفة مرتفعة في كلا الوسيلتين.

- معظم المبحوثات لديهن معرفة متوسطة بالمشروع مشروعك من خلال المواقع الإلكترونية الأخبارية، يليها ذات المعرفة المرتفعة بنسبة 8.9%، ثم المبحوثات اللاتي لديهن مستوى معرفة منخفضة بالمشروع مشروعك. ويتضح مما سبق أن المبحوثات عينة الدراسة لديهن معرفة متوسطة بالمشروع مشروعك من المواقع الأخبارية

- اعتمدت المبحوثات على المواقع الاخبارية فمعظم المبحوثات اعتمدت على موقع واحد في معرفة الثلاث قضايا وهو موقع اليوم السابع مما يؤكد أن هذا الموقع يتمتع بقبول شديد من المبحوثات لمعرفة أهم الأحداث والقضايا التي يحبوا أن يعرفها، يدل ذلك على ثقتهن ومصداقية هذا الموقع بالنسبة لهن.

- أن أكثر من نصف المبحوثات يتقن بدرجة كبيرة في المواقع الاخبارية للحصول منها على المعرفة السياسية بالقضايا القومية بنسبة 52%، بينما بلغت تتق بدرجة متوسطة نسبة (39.3%)، فيما كانت نسبة تتق بدرجة منخفضة (8.5%)، وأخيراً لا تتق فيها جاءت نسبة ضئيلة جداً، هذا يعنى أن المبحوثات يتقن بشكل كبير في المواقع الاخبارية أكثر من القنوات الفضائية عند حصولهن على المعرفة السياسية بالقضايا القومية التي تهمن وتشغل تفكيرهن

- أظهرت النتائج أن المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمبحوثات يؤثر على معرفتهن السياسية بالنسبة للقضايا التي يتعرضون لها من خلال المواقع الاخبارية .

- وأظهرت النتائج أيضاً أن نصف المبحوثات يعتقدن بشكل قوى أن المواقع الاخبارية تساهم في تشكيل وتكوين المعرفة السياسية بالقضايا القومية لديهن، و أن أكثر فئة عمرية هي (من 18 حتى أقل من 30 سنة) تعتمد على المواقع الاخبارية كمصدرها الرئيسي الأول في الحصول على المعرفة السياسية، أم الفئة العمرية (من 30 حتى أقل من 45 سنة) تعتمد على القنوات الفضائية كمصدرها الرئيسي الأول في الحصول على المعرفة السياسية

- أظهرت النتائج أن المبحوثات من حملة المؤهلات الجامعية الأكثر اعتماداً على المواقع الاخبارية كمصدر رئيسي أولى للمعلومات .

- يوجد علاقة ارتباطية بين المواقع الاخبارية والمهنة حيث جاءت قيمة كاي<sup>2</sup>(23.369) عند معامل التوافق (0.300) وعند مستوى المعنوية (0.01) وهي دالة غير إحصائياً.

وينتج عن النتائج التفصيلية للمواقع الإخبارية جاء (مستوى متوسط) 88.6% يليها (مستوى مرتفع) 8.9%، واخيراً (مستوى منخفض) بنسبة 2.5%.

- تبين عدم وجود علاقة ارتباطية بين ثقة المبحوثات بالمواقع الإخبارية للحصول منها على المعلومات السياسية والفئات العمرية لهن، حيث جاءت قيمة كا<sup>2</sup>(7.601) عند درجة حرية = 6، عند معامل التوافق = (0.137) بمستوى معنوية = (0.296)، وهي علاقة غير دالة احصائياً

- تبين عدم وجود علاقة ارتباطية بين مستوى معرفة المبحوثات بمشروع قناة السويس بالمواقع الإخبارية والفئات العمرية لهن، حيث جاءت قيمة كا<sup>2</sup>(8.155) عند درجة حرية = 6، عند معامل التوافق = (0.141) بمستوى معنوية = (0.086)، وهي علاقة غير دالة احصائياً.

- وجود علاقة دالة احصائياً بين معرفة المبحوثات بالأحداث الإرهابية الأخيرة (تنظيم داعش) والفئات العمرية لهن، جاءت قيمة كا<sup>2</sup>(17.281)، عند درجة حرية = 4، وعند معامل التوافق = (0.186) بمستوى معنوية (0.006).

- واتضح أن أكثر المبحوثات (من 18 حتى أقل من 30 سنة) يعرفن بالأحداث الإرهابية الخاصة بتنظيم داعش بنسبة (59.4%)، يليها بفرق كبير المبحوثات (من 30 حتى أقل من 45 سنة)، ونسبة ضعيفة جداً من المبحوثات (من 30 حتى أقل من 45 سنة) يعرفن إلى حد ما

- يتضح وجود علاقة دالة احصائياً مستوى معرفة المبحوثات بالأحداث الإرهابية الأخيرة الخاصة بتنظيم داعش من المواقع الإخبارية والفئات العمرية لهن جاءت قيمة كا<sup>2</sup>(38.148) عند معامل التوافق (0.295) بمستوى معنوية (0.01).

- يتضح وجود علاقة بين استخدام للمبحوثات للمواقع الإخبارية والمستوى الإقتصادي والاجتماعي لهن حيث جاءت قيمة كا<sup>2</sup>(11.804) عند معامل التوافق (0.169) بمستوى معنوية (0.019) وهي دالة احصائياً، ويتضح من بيانات النتائج التفصيلية للمواقع الإخبارية أن المبحوثات اللاتي لديهن مستوى اجتماعي واقتصادي متوسط يستخدمونها بصفة دائمة (كل يوم) واحياناً (بعض ايام الأسبوع) المبحوثات ذات المستوى الاجتماعي والاجتماعي المنخفض.

- وجود علاقة ذات دالة احصائياً بين هذا اعتقاد المبحوثات بأن المواقع الإخبارية الإلكترونية بأنها تساهم في رفع مستوى المعرفة عن القضايا القومية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي، جاءت قيمة كا<sup>2</sup>(23.700) عند درجة الحرية = 6، وعد معامل التوافق (0.237) بمستوى معنوية = (0.01) وهي علاقة دالة احصائياً. ويتضح من بيانات النتائج التفصيلية أن المستوى الاجتماعي والاقتصادي المنخفض والمتوسط للمبحوثات ساهم (بشكل

قوي) ، يليها (بشكل متوسط) بنسبة 42%، ثم (بشكل ضعيف) بنسبة 7%، وأخيراً لا تساهم أبداً بنسبة 1%.

– يوجد علاقة بين ثقة المبحوثات بالمواقع الإخبارية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي جاءت قيمة كا<sup>2</sup> (30.210) عند درجة حرية = 6 وعند معامل التوافق = (0.265) مستوى معنوية (0.01) وهي علاقة دالة إحصائياً

### مقترحات الدراسة:

في ضوء نتائج هذه الدراسة وفي إطار إلمام الباحثة بالدراسات السابقة، تبرز مجموعة من المقترحات تعرضها الباحثة في إطار مستويين إجرائيين على النحو التالي:

#### 1- مقترحات موجهة للقائمين عن المواقع الإخبارية:

– ضرورة دراسة القائمين للمواقع الإخبارية للخصائص الديموغرافية والاجتماعية والنفسية لجمهورهم، وخصوصاً المرأة المصرية للوقوف على تأثير تلك الخصائص على عاداتهن الاتصالية في التعامل مع الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد عموماً، ومعرفة رغباتهن واهتماماتهن والمضامين التي يفضلونها وتطلعاتهن من وراء الاتصال بهذه الوسيلة.

– الاهتمام بنشر المعرفة السياسية لدى المرأة المصرية، مما يحفزها على ممارسة حقوقها السياسية.

– من المهم تفعيل نتائج الدراسات من خلال المؤسسات المدنية المتعلقة بالمرأة وذلك بهدف تفعيل دورها في المجتمع.

– الإهتمام بعرض نماذج من السيدات العربية بشكل عام والمرأة المصرية بشكل خاص، وخاصة المتميزات منهن في مجال العمل السياسي، حتى تشعر المرأة بوجود القدوة لها وتسعى لتطوير نفسها والمشاركة الفاعلة في المجتمع.

– لا بد من تفعيل دور الإعلام الجديد؛ حيث الاستغلال الأمثل لإمكانياته في تحقيق جودة التناول الإعلامي لقضايا السياسية في البرامج الحوارية التلفزيونية، خاصة في مجال تفعيل مشاركة المرأة كجمهور متابع للبرامج في التعبير عن آرائها غيرها.

– زيادة اهتمام وسائل الإعلام المختلفة بشكل أكبر بموضوع المشاركة السياسية، الذي أصبح من الضروري استخدام أساليب الجذب الموضوعية في تناولها، وذلك لتحقيق المصداقية.

– الأخذ بتعليقات مستخدمي المواقع الإخبارية على الموضوعات السياسية التي يتم نشرها على هذه المواقع بحيث تضيف هذه التعليقات أبعاداً جديدة أكثر عمقاً في معالجة القضايا المطروحة من وجهة نظر الجمهور عامة والمرأة خاصة.

## 2- ماتثيره الدراسة من بحوث مستقبلية:

– تقترح الباحثة إعداد دراسة مسحية علي المرأة المصرية بكافة طوائفها للتعرف علي منظورهن لطبيعة التغير الذي حدث علي المجتمع المصري بناءً علي ما يستفيد من معلومات وأخبار من الإعلام الجديد والتقليدي.

– إجراء دراسات تحليلية متابعة التغطية الإعلامية من خلال المواقع الإلكترونية للتعرف علي القضايا التي تنشر من خلالها ويحظي بأعلي متابعة وردود فعل المرأة المصرية، وذلك يمكن الاعتماد عليها من قبل متخذي القرار.

– إجراء دراسات تختبر العلاقة بين المعرفة السياسية للمرأة وسلوكها السياسي.

## المراجع:

1. إيناس أبو يوسف. الوعي السياسية والانتخابي لدى طلاب الجامعات ، دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة القاهرة. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد الأول ، يناير – مارس 2001 ، ص73. على عباس فياض. دور القنوات الإخبارية العربية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية العراقية. رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2015)، ص 2
2. محمد عبد الحميد. الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت. (القاهرة: عالم الكتب، 2007)، ص42.
3. دينا منصور محمود ، العلاقة بين مستويات المصادقية لمواقع القنوات الإخبارية على الإنترنت واعتماد الشباب العربي عليها في الحصول على المعلومات السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة – كلية الإعلام، 2020).
4. اشرف عصام فريد صالح، دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، رسالة ماجستير، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الاوسط، 2016
5. Moeller, Judith & De Vreese, Claese. (2015) Spiral of Political Learning: The Reciprocal Relationship of News Media Use and Political Knowledge among Adolescents. *Communication Research*, pp1-17
6. صابر حسن محمد طر، العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية لدى الشباب اليمني، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة – كلية الإعلام، 2014).
7. Dimitrova, Daniela V. & others. (2014) The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns: Evidence From Panel Data. *Communication Research*. vol. 41(1)PP95-118. www.sagepub.com
8. رباب رأفت الجمال، دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو الأحداث السياسية في مصر للفترة ما بعد ثورة 25 يناير: دراسة في إطار المجال العام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 39 يناير – مارس ، (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، 2012).
9. طه نجم وأنور الرواس، العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الاعلام الجديدة ومستوي المعرفة السياسية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الانترنت، في مجلة دفاتر السياسة والقانون. -عدد4، ( سلطنة عمان ،كلية الآداب –جامعة السلطان قابوس، 2011) ، ص46-86.
10. Lee, Alice. and So, Clement. (2006) "Consuming Online News: Purposive News Seeking Mode and Types of Users. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Dresden International Congress Centre, Dresden, Germany, Jun 16
11. هبة أمين شاهين، اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الاول، المجلد السابع، يناير-يونيو، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 2006). ، ص ص181-245.
12. 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)، ٢٠٠٥ نوفمبر ٢٣ – ٢٢.
13. مي محي عجلان، دور المرأة في الحياة السياسية: دراسة مقارنة بين مصر والبرازيل (2000 – 2015)، بحث قدم إلى (جامعة بني سويف المصرية – كلية الدراسات الاقتصادية و العلوم السياسية- قسم العلوم السياسية، 2015).
14. Pereira, Monica Ferrin, others. (2015) Young and Gapped? Political Knowledge of Girls and Boys in Europe. *Political Research Quarterly*., vol. 68 (1). PP63-76. online: <http://prq.sagepub.com/content/68/1/63.full.pdf+html>

15. Dolan, Kathleen. (2011) Do Women and Men Know Different Things? Measuring Gender Differences in Political Knowledge. In: The Journal of Politics, Vol. 73, No. 1, January, Pp. 97–107
16. Finkel, Steven E. & Smith, Amy Erica. (2011). Civic Education, Political Discussion, and the Social Transmission of Democratic Knowledge and Values in a New Democracy: Kenya 2002. In: American Journal of Political Science, Vol. 55, No. 2, April, Pp. 417–435.
17. Gerber Alan S, Gregory A.( 2011) Huber, David Doherty and Conor M. Dowling Personality Traits and the Consumption of Political Information. In: American Politics Research 39: 32 originally published online 9 September <http://apr.sagepub.com/content/39/1/32>
18. Stock, Dayna M.(2011) Making Politics Personal: Leadership Programs as a Tool for Increasing Political Efficacy in College Women.University of Missouri-St. Louis [dstock@umsl.edu](mailto:dstock@umsl.edu). (paper presented at the 2011 Annual Meeting of the Northeastern PoliticalScience Association), Philadelphia, PA. Nov. 17-19, 2011
19. Dow, Jay K. (2009), Gender Differences in Political Knowledge: Distinguishing Characteristics-Based and Returns-Based Differences. In: Political Behavior 31:117–136. Available at: [www.springer.com](http://www.springer.com)
20. Sidman, Andrew H., Lizotte, Mary-Kate (2008). Explaining the Gender Gap in Political Knowledge. (prepared for Midwest Conference)
21. <http://research.allacademic.com/>
22. Stolle, Dietlind & Gidengil, Elisabeth.(2008) What do Women Really Know? A Gendered Analysis of Varieties of Political Knowledge McGill University, (Paper prepared for the Annual Conference of the Midwest Political Science Association in Chicago). April 3-6.
23. Dolan, Kathleen. (2008) Gender Stereotypes, Gender Knowledge, and Evaluations of Women Candidates Department of Political Science, University of Wisconsin Milwaukee. A paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association, August 28-31, Boston, Massachusetts
24. Miller, Katherine (2002), Communication Theories. Perspectives, Processes and Context. Texas ASM University, p. 247.
25. حسنين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي،(القاهرة:دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع،2014)،ص177
26. مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال , ط 1، (القاهرة : دار النهضة العربية , 2006م)، ص 120
27. Gordon, Joy C. (2009) A Tale of Two Hurricanes: Crisis Communication and Media Dependency as a Predictor of Evacuation Behavior in Southeast Louisiana for Hurricanes Katrina and Gustave, Kansas state University, National communication emaciation, Chicago, <http://allacademic.com> at September 2010.
28. حازم الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري ، (عمان ، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2010)، ص.39
29. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، (القاهرة: عالم الكتب، 2010)، ص ٢٩٨.
30. محمد عبد الحميد،الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، (القاهرة: عالم الكتب، 2009)، ص 257.
31. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص307.

32. وليد فتح الله بركات ، " اعتماد الشباب الجامعي الكويتي على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا العربية والدولية " ، في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن عشر، يناير – مارس، 2003، ص 81.
33. Westgate, Christopher (2008), "The Everyday Life of media dependency theory", (paper presented at the annual meeting of the NCA 94<sup>th</sup>. Annual convention), TBA San Diego, <http://allacademic.com>.
34. Ashapiro, Micheal and Chock T.Makanna (2004) Op.Cit .
35. Yan, Chang (2004), Ambiguity, Sars And Media System Dependency Theory".(Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association) New oreans Sheraton, <http://www.allacademic.com>
36. حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ( القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2006)، ص 314.
37. Fry, Donald i. and McCain, Thomas A. (1983) Community influentially media depending in dealing with a controversial Local Issue", Journalism Quarterly, vol.60,No.3.
38. Helpern, Pablo (1994), "Media Dependency and Political perceptions in an Authoritarian Political System", Journal of Communication, Vol. 44, No. 4, pp. 39-52.
39. Miller, Mark and Reese, Stephen D. (1982), "Media Dependency As Interaction, Effects of exposure and Reliance on political Activity and Efficacy", In: Communication Research, Vol. 9, No. 2, April, pp. 227- 248.
40. محمد هلال، دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة. كلية الإعلام، 2007)، ص 74
41. المرجع السابق، ص 76
42. Jing, Shao, M. Rubin, Alan and M.Haridakis (2008), "The role of Motivation and Media involvement in explaining internet dependency, Journal of Broadcasting Electronic Media, September, pp.404-431.
43. Maxian, Wendy.(2008) "Reconceptualizing Dependence: Finding a Place for Psychophysiological Correlates Within Media Systems Dependency Theory" (Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association), TBA, Montreal, Quebec, Canada, May 21, Online. [http://www.allacademic.com/meta/p234-708\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p234-708_index.html)
44. عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، ( القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٥ )، ص ٥
45. Davis, Dennis K. and J. Baran, Stanley (2003), Op. Cit. p55
46. Baran Stanley J. & K. Davis, Dennis (2009) "Mass Communication Theory Foundations, Ferment And Future" 5th Edition, Wadsworth Cengage Learning, Boston, Usa .Pp 273-275. 2-
47. La Rose, Robert & Eastin, Matthew.(2004) A social Cognitive Theory Of Internet Uses And Gratifications: Toward Anew Model Of Media Attendance. Journal Of Broadcasting & Electronic Media. Vol.48 No.3. P 361.2---3 3-
48. ابراهيم عبد الله المسلمي، مناهج البحث في الدراسات الاعلامية، ( القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠١٣ )، ص ٣
- \* اسماء المحكمين بالابجدية:

- د/أماني رضا: المدرس بقسم الأذاعة والتلفزيون-كلية الإعلام-جامعة القاهرة
- أ.د/ أماني فهمي: الأستاذ بقسم الأذاعة والتلفزيون-كلية الإعلام-جامعة القاهرة
- أ.د/ بركات عبدالعزيز: وكيل الكلية للدراسات العليا-كلية الإعلام-جامعة القاهرة
- أ.د/ خالد صلاح الدين: الأستاذ بقسم الأذاعة والتلفزيون-كلية الإعلام-جامعة القاهرة
- د/سالي احمد جاد: المدرس بقسم الأذاعة والتلفزيون-كلية الإعلام-جامعة القاهرة
- أ.د/ سلوى أمام: الأستاذ بقسم الأذاعة والتلفزيون-كلية الإعلام-جامعة القاهرة
- أ.د/ شيماء ذو الفقار: : الأستاذ بقسم الأذاعة والتلفزيون-كلية الإعلام-جامعة القاهرة
- أ.د/عادل عبدالغفار: عميد كلية الإعلام بجامعة النهضة – بنى سويف
- د/ عادل فهمي: الأستاذ المساعد بقسم الأذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام- جامعة القاهرة
- أ.د/ عبدالله غالى : الأستاذ بقسم الاحصاء- كلية السياسية والاقتصاد –جامعة القاهرة
- د/ ممدوح مكايى: مدرس الأذاعة والتلفزيون –كلية الإعلام-جامعة بنى سويف
- د/ ياسمين أحمد: المدرس بقسم الأذاعة والتلفزيون-كلية الإعلام-جامعة القاهرة