

تعرض المراهقين لواقع الصحف على الانترنت وتأثيره على الصورة الذهنية للأحزاب السياسية

أ.د. محمد شعبان محمد وهمدان

أستاذ ورئيس قسم الصحافة والإعلام كلية الدراسات الإسلامية بنات جامعة الأزهر

د. إيناس محمود حامد

أستاذ مساعد بقسم الإعلام وثقافة الطفل كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

أشرف محمود لطيف زبدان

المخلص

المشكلة: تتحدد مشكلة الدراسة في دراسة دور المواقع الإلكترونية للصحف المصرية، الموجودة على شبكة الانترنت كاحد الأشكال الجديدة في الإعلام المقروء ذات التأثير على الشباب وخاصة، في تكوين الصورة الذهنية عن الأحزاب السياسية في الفترة التي أعقبت ثورة الثلاثين من يونيو

الأهداف: تسعى الدراسة الى معرفة هدف رئيسي وهو: تحديد طبيعة الدور الذي لعبته مواقع الصحف الإلكترونية في تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية لدى المراهقين بعد الثلاثين من يونيو وينبثق عن الهدف الرئيسي أهداف فرعية أهمها: مستوى اهتمام المراهقين بمتابعة مواقع الصحف الإلكترونية، وأهم القوالب الصحفية التي يتعرض لها المراهقون في مواقع الصحف الإلكترونية.

التساؤلات: للدراسة تساؤل رئيسي هو: ما الصورة الذهنية عن الأحزاب السياسية لدى المراهقين نتيجة تعرضهم لمواقع الصحف الإلكترونية؟ وينبثق عنه تساؤلات فرعية أهمها ما مدى مواظبة المراهقين على التعرض لمواقع الصحف الإلكترونية؟

النوع والمنهج: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتستخدم منهج المسح بالعينة.

العينة: عينة عشوائية من طلاب الجامعات- ثلاثمائة مبحوث من جامعات حكومية وخاصة من الذكور والإناث.

الأدوات: تنفذ الدراسة باستخدام استمارة استبيان

النتائج: المراهقون عينة الدراسة يستخدمون مواقع الصحف المصرية بنسبة ١٠٠%، والقضايا الاجتماعية جاءت في مقدمة القضايا التي يحرص المبحوثون على متابعة أخبارها، وأكد ٧٣,٣% من إجمالي حجم العينة من المراهقين أنهم يقرأون المادة الإخبارية بالدرجة الأولى، وفي الترتيب الثاني جاءت الحوارات الصحفية يليها التحقيقات الصحفية ثم المقالات، وموقع جريدة الأهرام جاء في المقدمة من حيث ترتيب المواقع لدى المبحوثين، وفي الترتيب الثاني جاء موقع صحيفة اليوم السابع وفي الترتيب الثالث جاء موقع "بوابة أخبار اليوم". أن صورة الأحزاب السياسية لدى أفراد العينة جاءت سلبية بنسبة ليست بالقليلة بلغت ٤٧,٣% أي نصف حجم العينة تقريبا. والمراهقون عينة الدراسة لديهم نسبة اعتماد مرتفعة على مواقع الصحف المصرية في الحصول على معلومات عن الأحزاب السياسية.

Adolescents' exposure to the Egyptian online journalism and its Relationship to the Image of the Political Parties

Problem: The research problem is based on studying the role of the Egyptian press websites which have an influence on shaping the mental imagery of the youth regarding political parties during the post June 30 revolution period.

Objective: The study seeks to fulfill a main objective, namely: determining the nature of the role played by the on-line journalism in shaping the mental imagery of the adolescents regarding the political parties.

Study Query: The study has one main query: What is the mental imagery the adolescents have about the political parties after June 30 revolt?

Type Of The Study: This study belongs to the descriptive studies.

Methodology: The study is based on conducting a survey, using a sample of a group of university students.

Sample: The field study: a random sample from the public and private universities students, comprising about 300 male and female students

Tools: The study conducted by using questionnaire.

Results: All respondents of the sample adolescents follow the various news through the sites of Egyptian online journalism by 100%, The social issues were at the top of the issues that respondents are keen to follow through on the websites followed by political topics. The site of Al- Ahram came in the forefront in terms of ranking sites of the respondents sample study, in the second ranking came the Alyom 7, 73.3% of the total sample of adolescents said that they read the news item in the first place. Interviews in the second place then articles, The image of the political parties was negative at a rate of not less than 47.3%, or about half the size of the sample, and Teenagers' confidence in online journalism sites was high for several reasons.

والأحزاب أو الجماعات السياسية إلى خبراء الدعاية لمعاونتهم على كسب ود الجماهير والفوز باصواتهم في الانتخابات وهو الهدف الأهم بالنسبة للأحزاب. فعند حالة الأحزاب السياسية من حيث القوة أو الضعف مؤشرا على حالة النظام السياسي ودرجة تطوره في أية دولة، فالأحزاب تلعب دورا هاما في تدعيم الممارسه الديمقراطية باعتبارها همزة الوصل بين الحكام والمحكومين، بما يسمح بتنشيط الحياة الحزبية، وتعميق المشاركة السياسية للمواطنين. وللأحزاب السياسية جذور عميقة في تاريخ مصر الحديث، حيث نشأت وتطورت بتطور مفهوم الدولة ذاته، وظهرت البدايات الأولى للحياة الحزبية المصرية مع نهاية القرن التاسع عشر، ثم برزت وتبلورت بعد ذلك خلال القرن العشرين.^(٢١)

ويعتبر العديد من الباحثين الصورة الذهنية في الاعلام الرقمي الجديد ما هي الا صورة تتضمن عمليات تكنولوجية تعتمد في احدث تأثيراتها على رموز الرسالة الإعلامية المتبعة في المضمون الإعلامي سواء المرئي أو المسموع.^(١٧) فالصور الإعلامية هي رؤية الواقع من وجهة نظر مسؤولى الوسيلة الاعلامية للمجتمع المحيط بكل ما يتضمنه من أنظمة ومؤسسات فالقوى السياسية تلجأ لاستخدام الوسيلة الإعلامية كساحة تطرح فيها تصوراتها لنشر افكارها لدعم تصوراتها وانتشارها. وقد تكون الصحف الالكترونية حاليا طرفا قويا وفعالا للعديد من المراققين الذين يهتمون بالحصول على المعلومة عن طريق الاعلام الجديد الذى يحمل مفاهيمه وتصويراته الخاصة كما تتيح الفرصة كى يتابعوا القوى السياسية المختلفة الموجودة على الساحة.^(٥)

مشكلة الدراسة:

في ضوء تعرض المراققين للصحف على الانترنت بوجه عام وأخبار ونشاط الاحزاب السياسية المصرية بوجه خاص والدور الذى تلعبه هذه الوسائط الالكترونية فى لقاء الضوء ونقل المعلومات والتعريف بالتضاميات والخلافية والكشف عن المزيد من جوانب الموضوعات اثناء معالجة وادارة الازمات من مؤسسات الدولة يتضح ما يتوافر لهذه الوسيلة من اهمية فى رسم الصورة السياسية عن الفاعلين الاساسيين لدى المراققين ضمن جمهور المتلقين، ولاحظ الباحث وجود تأثيرات تنجم عن تعرض المراققين لبعض مواقع الصحف الالكترونية، وعلاقة هذا بشكل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية فى مصر. من كل ما سبق عرضه استشعر الباحث وجود مشكلة تمثلت فى تحديد آلية تعرض هؤلاء المراققين للصحف الالكترونية وتأثيره على تنمية الوعي السياسى للمراققين، وتحديد أهم الأسباب التى تدفع المراققين لتصفح مواقع الصحف على الانترنت ومتابعة المضامين السياسية عليها.

وعلى ضوء كون الصورة (الإعلامية، الذهنية، النمطية، القومية) احدى الأدوات للتأثير والإقناع وتبرير المواقف وخلق صور إيجابية، تكمن أهمية دراسة الصورة الإعلامية والذهنية للأحزاب السياسية.

وتقوم الدراسة الحالية بدراسة عينة من المراققين فى الجامعات المصرية لاستطلاع ملاحظ هذه الصورة وكذلك أداء الأحزاب السياسية فى المجالات المختلفة من الحياة المصرية فى هذه الفترة من تاريخ مصر. هذا وقد قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية ليكشف على أهم الصحف على الانترنت التى يتابعها جمهور المراققين الجامعيين من ناحية، والتى تهتم بعرض دور الأحزاب السياسية من ناحية أخرى. واستغرقت هذه الدراسة الاستطلاعية شهرا كاملا وهو الاول من يناير ٢٠١٧ حتى آخر الشهر قام من خلالها الباحث بجمع البيانات من خلال عينة من المراققين بالفرق الدراسية بالجامعات المصرية بلغ قوامها ٤٠ مجبوئا (من المراققين الذكور، والمراققين الإناث) من سن ١٦ الى اقل من سن العشرين سنة لمعرفة أفضل الصحف على الانترنت التى يتابعها هؤلاء المراققون والتى تهتم بمتابعة اخبار الاحزاب السياسية من خلال صفحاتها الالكترونية وجاءت النتائج أن من أهم الصحف على الانترنت التى يعتمد عليها المراققون الجامعيون الاقل من سن العشرين عينة الدراسة الاستطلاعية هي (الاخبار، اليوم السابع، الوفد) والتى تهتم بالقضايا السياسية المصرية ورسم صورة الاحزاب بمصر.

شهد الاعلام العربى على مستوى تكنولوجيا الاعلام والاتصال تحولات ملموسة خلال العقدين الماضيين، كان من أبرز ملامحها ظهور شبكة الانترنت كوسيلة اتصال تفاعلية أتاحت الفرصة أمام الأفراد والجماعات والمؤسسات للوصول إلى المعلومات وبحجم هائل وبسرعة فائقة، أو إرسالها ونشرها على نطاق واسع لم يسبق له مثيل فى التاريخ. ونظرا للفرص الكبيرة المتنوعة والمتعددة الأبعاد التى أتاحتها شبكة الإنترنت للاتصال، أضحت استخداماتها المختلفة، ومنها على الخصوص الإعلامية، تمثل أحد أبرز تطبيقاتها المعاصرة حيث تسابقت المؤسسات الإعلامية والأفراد والفئات المختلفة لاستغلال هذا المورد الاتصالي الهام فى نشر وتبادل المعلومات بأشكالها المتعددة، مما أدى إلى فرز أنماط إعلامية جديدة، وأبرزها ما يسمى بالصحافة الالكترونية أو صحافة الانترنت Online Journalism.^(٤)

وقد أصبحنا نعيش عصر الصحافة الإلكترونية، هذه الصحافة التى فرضت وجودها فى الواقع الافتراضى بدورها فى رصد الأحداث وصناعة الخبر. وهذا جنبا إلى جنب مع الصحافة التقليدية، ولتتجاوز القيود الجغرافية والسياسية التى تعانى منها نظيرتها الورقية حتى ان البعض بدأ يشير إلى نهاية عصر الصحافة الورقية. وعبر الصحافة تبرز أهمية الصورة الذهنية التى تلعب دورا مهما فى مجال تشكيل الآراء والتوجهات عند الجمهور تجاه مؤسسة أو جماعة أو حزب أو سلعة أو منتج ما. وقد اشار على عوجة فى كتابه عن الصورة الذهنية الى أن قاموس ويبستر فى طبعته الثالثة ذكر أن معنى المصطلح هو 'مفهوم عقلى شائع بين أفراد جماعة معينة يشير إلى اتجاه هذه الجماعة الأساسى نحو شخص معين أو نظام ما أو فلسفة أو قومية ما أو مؤسسة معينة أو أى شيء آخر'.^(١٣)

إن الصورة الذهنية التى تتكون لدى الأفراد عن المؤسسات المختلفة تتوقف قوتها أو ضعفها تبعاً لدرج الاتصال بينهم وبين تلك المؤسسات، ومدى اهتمامهم بها أو تأثرهم بنشاطها، ومن هنا تبرز أهمية المواقع الالكترونية للصحف ودورها المؤثر فى خلق وتعزيز الصورة الذهنية لدى الافراد وجمهور المستقبلين بشكل عام. ويفترض ان يكون الناس صورا صحيحة عن الهيئات والمؤسسات والجمعيات والشخصيات فى المجتمع الذى يعيشون فيه ويتفاعلون معه، وقد لا يعرفون شيئا عن أمور معينة أخرى ولكن إذا ما تلقوا معلومات واضحة ومستفيضة عنها وتكونت بالتالى فى أذهانهم صور معينة سيصعب بعد ذلك تغييرها. ويعرف كينيث بولنج الصورة الذهنية على أنها صور مبنية على خبرات الإنسان السابقة منذ لحظة الميلاد.^(١٢) وربما قبل ذلك، وهو يتلقى رسائل مستمرة عن طريق الأحاسيس، والصور تكون غير واضحة فى البداية، ثم يبدأ الإنسان بعدها يدرك وجوده كشيء وسط عالم الأشياء، وهذا يكون بداية التصور الذى يمكن وصفه بالإدراك، فإذا ما تقدم العمر بالإنسان ازداد هذا التصور ليضم كل شيء موجود أو حتى متخيل.

واختلف علماء النفس فى تحديد مرحلة المراهقة إلا أن أغلبية الباحثين يتفقون على أن الفترة من ١٣ إلى أقل من ٢٠ سنة تدخل فى إطار مرحلة المراهقة.^(٦) كما يتفق الباحثون على أن ملامح شخصية الفرد متضمنة الجانب الاجتماعى تبدأ فى التكوين خلال السنوات من (١٥ إلى ٢١) سنة،^(٧) وتدخل غالبية هذه السنوات فى إطار مرحلة المراهقة، وبالتالي فإن ملامح شخصية الفرد تتكون فى هذه المرحلة التى تتم فيها مداركه وانطباعاته وتصويراته عن الأشياء وعن الآخرين، وهذا ما يمثل أساسا لما يتكون ويتطور لديه من صور ذهنية عن كل ما سبق، ويتأثر المراقق فى ذلك بما يعيشه فى الواقع الاجتماعى وبالبيئة الإنسانية التى ينمو فيها وبما يستخدمه من وسائل الاعلام والاتصال. فتمثل المراهقة فترة تغيرات كبيرة فى النمو حيث يتعامل الفرد فيها مع العديد من المتغيرات،^(١٥) كما أنها مرحلة دقيقة فاصلة من الناحية الاجتماعية يتعلم فيها الفرد تحمل المسؤوليات الاجتماعية وواجباته فى المجتمع.^(١٨)

وفى مجال السياسة تلعب الصورة الذهنية دورا مؤثرا فى تحريك خيال الجماهير سلبا او ايجابا تجاه هذا الفريق واذك الطرف ولذا يلجأ العديد من السياسيين

والخاصة وهي (جامعة القاهرة وجامعة عين شمس، معهد الجزيرة الخاص للإعلام والمعهد الكندي لعلوم الاتصال) لمعرفة أفضل الصحف على الانترنت التي يتابعها هؤلاء المراهقون الجامعيون.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية Descriptive Study التي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة من الظواهر كسلوك أو الاتجاه وغيره من العناصر في سياق مجتمع معين بالاعتماد على الأساليب الكمية Quantitative وكذلك الأساليب الكيفية Qualitative والتحليل الإحصائي في تفسير البيانات.

منهج الدراسة:

منهج المسح بالعينة لمجموعة من طلاب الجامعات، فالبحث يشتمل على دراسة تعرض عينة من المراهقين لمواقع الصحف على الانترنت ومدى تأثير ذلك على تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية لديهم، وقت إجراء البحث

الدراسات السابقة:

٢ أولاً دراسات تناولت استخدامات المراهقين للانترنت:

١. دور المضامين السياسية على موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في تنمية الوعي السياسي للمراهقين. (٢٠١٦)^(١) استهدفت الدراسة التعرف على أهمية موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، في تنمية الوعي السياسي للمراهقين من سن (١٤-١٦) بالأحداث السياسية المختلفة، من خلال تعرضهم للمضامين السياسية، والتعرف على المتغيرات التي قد تساعد في تشكيل وعيهم السياسي تجاه تلك الأحداث. وكان من أهم نتائج الدراسة أن التعرض للمضامين السياسية على الفيسبوك يؤدي إلى ارتفاع الوعي السياسي للمبحوثين. كما وجد أن الفيسبوك يعد من أهم الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون في التواصل مع أصدقائهم، ويرجع ذلك إلى سهولة الوصول إليه وارتفاع معدل استخدامه. وأنه من أهم الوسائل التي يتم من خلالها متابعة المضامين السياسية، ثم التليفزيون ثم الصحف.
٢. مشاركة المراهقين في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بإدراكهم لقضايا الواقع الاجتماعي. (٢٠١٤)^(٢) استهدفت الدراسة معرفة مدى تأثير المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك المراهقين لقضايا الواقع الاجتماعي، ودوافع استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي، لعينة عشوائية ٤٠٠ مفردة من المراهقين من (١٥-١٧) سنة، لطلاب المرحلة الثانوية. وأثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية، بين كثافة تعرض المبحوثين للإنترنت ومستويات التعرض المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي. وأثبتت الدراسة أن درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، لا تزداد بزيادة خبرة المبحوثين باستخدام الإنترنت. كما أثبتت الدراسة زيادة ثقة المبحوثين بالمعلومات الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي، والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات.

٣ ثانياً دراسات تناولت الصورة الذهنية والإعلامية:

١. دراسة أمل السيد متولي (٢٠٠٦)، حول "مكونات وسمات الصورة الإعلامية في الصحافة المصرية للمرشحين للانتخابات الرئاسية المصرية"^(٣) استخدمت الدراسة فروض نظرية تحليل الأطر الإعلامية باعتبار أن الصورة الإعلامية هي نتاج أطر دلالية حية تخضع لمراحل ذات بداية ونهاية، وقد اعتمدت دراسات على منحل منهجي متكامل، يجمع بين منهج المسح والأسلوب المقارن. واعتمدت على أسلوب تحليل الخطاب عن طريق الحصر الشامل لجميع أعداد الأهرام والأهالي والدستور، في الفترة من ٢٩ يوليو ٢٠٠٥ وحتى ٧ سبتمبر ٢٠٠٥. وكشفت نتائج الدراسة عن صورتين أساسيتين برزتا في خطاب الدراسة وهما صورة الرئيس مبارك باعتباره مرشح

(تعرض المراهقين لمواقع الصحف على الانترنت ...)

لذا تتحدد مشكلة الدراسة في رصد تعرض المراهقين لمواقع الصحف على الانترنت (من سن ١٦ الى أقل من ٢٠ سنة) وعلاقته بالصورة الذهنية للأحزاب السياسية المختلفة وذلك من خلال تعرضهم للمضامين السياسية بمواقع هذه الصحف الالكترونية والتعرف على المتغيرات التي قد تساعد في تشكيل وعيهم السياسي تجاه الأحداث السياسية.

أهمية الدراسة:

١. من الناحية النظرية لانها من الدراسات الحديثة نسبياً في مجال التعرف على ما حدث في الفترة التي أعقبت ثورة الثلاثين من يونيو في مصر نظراً لقلّة الدراسات التي تتناول دور وسائل الاعلام المقروءة خلال هذه المرحلة
٢. كما انها تسعى للتعرف على طبيعة الدور الذي لعبته وسائل الاعلام المقروءة وخاصة مواقع الصحف الالكترونية في تشكيل الصور الذهنية للأحزاب والجماعات السياسية لدى المراهقين بعدما شهدته مصر من ثورتين كبيرتين.
٣. ومن الناحية العملية ستساهم الدراسة في توفير بيانات للباحثين في مجال الدراسات الاعلامية في التعرف على أهمية ما تقدمه مواقع المؤسسات الصحفية للشباب والمراهقين في الحياة السياسية، وتوفير بيانات تشير الى طبيعة الصورة الذهنية التي يكونها المراهقون عبر وسائل الاعلام عن الاحزاب السياسية ودورها، وهو أمر مهم مستقبلاً لرسم خطط او استراتيجيات تتعلق باجتذاب الشباب للمشاركة الفعالة في الحياة السياسية.
٤. توضح الدراسة أهمية الكشف عن جانب مهم خلال مرحلة المراهقة يتعلق بمتابعة الإعلام الالكتروني.

أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة الى معرفة هدف رئيسي وهو: تحديد طبيعة الدور الذي لعبته مواقع الصحف الالكترونية في تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية لدى المراهقين بعد الثلاثين من يونيو. وينبثق من الهدف الرئيسي للدراسة عدة أهداف فرعية تتلخص في:
١. التعرف على ملامح الصورة الذهنية المتكونة لدى المراهقين عن الاحزاب السياسية.
 ٢. معرفة مدى تعرض المراهقين بالجامعات المصرية عينة الدراسة للصحف على الانترنت.
 ٣. التعرف على رأى المبحوثين فيما تقدمه الصحف الالكترونية عينة الدراسة عن الاحزاب.
 ٤. تحديد طبيعة الصورة الذهنية التي ساهمت الصحف الالكترونية في تشكيلها عن الاحزاب لدى المراهقين.
 ٥. معرفة مدى تأثر المراهقين بما يتابعونه على مواقع الصحف الالكترونية.
 ٦. الكشف عن أهم الاشكال الصحفية التي تستخدمها الصحف الالكترونية لمعالجة قضايا الاحزاب.
 ٧. التعرف على مدى معرفة المراهقين عينة الدراسة بمواقع الصحف الالكترونية.
 ٨. معرفة علاقة الصحف الالكترونية بتشكيل الصورة الذهنية للمراهقين عن الاحزاب السياسية.

حدود الدراسة:

تحدد حدود هذه الدراسة فيما يلي:

- ٢ الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على رصد تعرض المراهقين لمواقع الصحف على الانترنت وعلاقته بتكوين الصورة الذهنية او الانطباعات المتولدة عن الاحزاب لدى المراهقين من طلاب الجامعات المصرية من الاناث والذكور من الفئة العمرية بين ١٦ سنة لأقل من ٢٠ عاماً.
- ٢ الحدود الزمنية: خلال فترة المرحلة التطبيقية للدراسة من عام ٢٠١٨.
- ٢ الحدود الجغرافية: الشق الميداني على عينة من المراهقين (الذكور، والاثاث) من سن ١٦ الى أقل من سن العشرين بالفرق الدراسية بالجامعات المصرية الحكومية

(الوفد والوسط والأهالي). وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: بلغت نسبة عدم الانتماء لأي حزب سياسي بين المبحوثين ٨٧,٥%، في حين بلغت نسبة الانتماء ١٢,٥% مما يدل على ضعف تواجد الأحزاب السياسية. تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع فيما يتعلق بتعرض شباب الجامعات المصرية لمواقع الأحزاب السياسية. أشارت الدراسة إلى أن بوابة الوفد هي البوابة الأكثر تحديثًا حيث تعد بوابة إخبارية أكثر منها بوابة لحزب سياسي.

تساؤلات الدراسة:

تكمّن المشكلة في التساؤل الرئيسي التالي "ما العلاقة بين تعرض المراهقين للصحف على الإنترنت بالصورة الذهنية للأحزاب السياسية؟" وينبثق من التساؤل الرئيسي السابق التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما مدى ارتباط تعرض المراهقين بالجامعات بعينة الدراسة، للصحف على الإنترنت بالصورة الذهنية للأحزاب السياسية؟
٢. ما مدى معرفة المراهقين بعينة الدراسة بمواقع الصحف الإلكترونية؟
٣. ما مدى تأثير المراهقين بما يتابعونه على مواقع الصحف الإلكترونية؟
٤. ما أهم الأشكال الصحفية التي تستخدمها الصحف الإلكترونية لمعالجة قضايا الأحزاب؟
٥. ما طبيعة الصورة الذهنية التي ساهمت الصحف الإلكترونية في تشكيلها عن الأحزاب لدى المراهقين؟
٦. ما أسباب استخدام المبحوثين لمواقع الصحف على الإنترنت؟
٧. ما درجة رضا المبحوثين عن الصورة الإعلامية المقدمة عن أخبار الأحزاب السياسية على مواقع الصحف على الإنترنت؟

عينة الدراسة:

تعتمد الدراسة على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من المراهقين من سن ١٦ إلى أقل من عشرين سنة من طلاب الجامعات المصرية في جامعات مصرية حكومية وخاصة (جامعة القاهرة وعين شمس، ومعهد الإعلام الكندي ومعهد الجزيرة للإعلام).

أدوات جمع البيانات:

تم تنفيذ الدراسة باستخدام استمارة استبيان تحتوي على الاسئلة التي تستطلع آراء مفردات العينة.

مصطلحات وتعريفات إجرائية:

١. الصحافة الإلكترونية: هي الوسيلة الإعلامية التي تتخذ مواقع لها محددة التعريف على شبكة الإنترنت، لنشر المحتوى في عدد من الصفحات الرقمية تحمل اسما وعلامة مميزة لتحقيق عدد من الوظائف الصحفية محليا وعالميا.^(١٤) وقد تأخذ شكلا أو أكثر من الأشكال التالية:

١. نفس نسخة الجريدة لمطبوعة.
٢. موجز بأهم محتويات الجريدة المطبوعة الورقية.
٣. طباعات سابقة من الجريدة.
٤. منابر وساحات للرأي.

٢. خدمات مرجعية: ويقصد بالصحف الإلكترونية في هذه الدراسة كل موقع على الإنترنت يقدم الفنون الإعلامية، سواء أكانت تلك المواقع نسخة إلكترونية لصحيفة مطبوعة، أم صحيفة إلكترونية ليس لها نسخة ورقية.^(١٥)

٣. الصحف الإلكترونية: في ظل الاتجاه المتزايد نحو استخدام الإنترنت كوسيلة للإعلام والحصول على الأخبار ومتابعة ما جرى عالميا، تبين على الصحف المطبوعة أن تنشئ لنفسها مواقع إلكترونية تخاطب بها جمهور الإنترنت الذي يتزايد بصورة كبيرة عالميا، إذن فإن الصحافة الإلكترونية هي الصحافة غير الورقية، مقروءة ومسموعة ومرئية، تبث محتوياتها عبر مواقع لها على الشبكة المعلومات العالمية.^(١٥)

وتشير هنا إلى ان استخدام المصطلح بهذه الدراسة يقصد به تحديدا الامتدادات

الحزب الوطني وصورة المنافسين للرئيس وقد احتلت صورة مبارك المرتبة الأولى من اهتمام صحف الدراسة. اختلفت الصورة الإيجابية في صحيفة الأهرام إلى شديدة السلبية في الصحف المعارضة. وفي محاولة لإصلاح الصورة السلبية التي قدمتها الصحف الحزبية والمستقلة سعت الأهرام للتركيز على الجوانب العاطفية والإنسانية وإبراز أنشطته، وارتباطه بهوموم ومشاكل الوطن.

٧. دراسة إيمان نعمان جمعة (٢٠٠١)، حول "حدود تأثير التعطية الإعلامية لمجلس الشعب على صورته الذهنية وانعكاساتها على المشاركة في الانتخابات البرلمانية ٢٠٠٠"^(١٦) هدفت الدراسة إلى تحليل اتجاهات الناخبين نحو التعطيات الإعلامية الخاصة بمجلس الشعب وأعضائه في شتى وسائل الإعلام المصرية، وقد استفادت الدراسة من معطيات نظرية التوازن المعرفي Balance Theory كما جمعت بين منهج المسح والأسلوب المقارن ودمجت بين أداتي تحليل المضمون، وتحليل الخطاب في إطار مسار البرهنة. أوضحت نتائج الدراسة أن المجلس اتسم بملامح وظيفية محايدة تتمثل في أنه مجلس لسن القوانين والتشريعات، وملامح سلبية تتمثل في وصف المجلس بأنه مجلس شكلي وتجمع لمناقشات غير مجدية، ولمصالح ذاتية، والملامح الإيجابية وصفته بأنه بيت الأمة وصوت الشعب يسعى لحل مشكلات الشعب ورمزا للديمقراطية.

٨. ثالثا دراسات اهتمت بالوعي السياسي والأحزاب السياسية:

١. دراسة نشوى جمال الدين (٢٠١٦)^(١٧) بعنوان "نور برامج الرأي في القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو أداء الأحزاب السياسية" سعت الدراسة إلى رصد تأثيرات برامج الرأي في القنوات الفضائية المصرية على تكوين اتجاهات الجمهور نحو أداء الأحزاب السياسية خلال فترة الانتخابات البرلمانية، وذلك في إطار نظرية التهيئة المعرفية لوسائل الإعلام، واعتمدت الدراسة على تحليل المضمون لأربعة برامج رأى في القنوات الفضائية المصرية الخاصة والرسمية، وهي برامج: الحياة اليوم، السادة المحترمون، على مسئوليتي، ومصر على الهواء، خلال فترة الانتخابات البرلمانية الأخيرة، كما تم إجراء دراسة ميدانية على عينة من ٤٠٠ مبحوثا، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية خلال الانتخابات البرلمانية والاتجاه نحو أداء الأحزاب السياسية في هذه الانتخابات. تم التوصل إليها: بعدم توازن فقرات برامج الرأي بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة والرسمية في تناول قضية أداء الأحزاب السياسية في الانتخابات البرلمانية بنسبة بلغت ٧٨,٤% مقابل ٤,٦% فقط للفقرات المتوازنة. وجاء أسلوب "عرض مشاكل المواطنين وتقديم وعود بحلها" من أبرز أساليب الأحزاب السياسية في الدعاية الانتخابية لها عبر برامج الرأي. فجاءت القنوات الفضائية المصرية الخاصة في مقدمة القنوات الفضائية التي اعتمد الجمهور على برامج الرأي بها للحصول على أخبار الأحزاب السياسية في الانتخابات، بينما جاءت القنوات الفضائية الرسمية في الترتيب الأخير.

٢. دراسة سامية ابو النصر (٢٠١٥)^(١٨) بعنوان "استخدام طلاب الجامعات لمواقع الأحزاب السياسية المصرية وعلاقته باتجاهاتهم نحوها" وهدفت إلى رصد استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية الخاصة بالأحزاب والقوى السياسية المصرية في عدد من القضايا واتجاهات الشباب المصري نحو هذه الأحزاب، بالإضافة إلى التعرف على تأثير متغيرات الاهتمام والسن والمستوى الاجتماعي الاقتصادي على مستوى إدراك الشباب الجامعي مستهدفة الفئة العمرية من (١٨ إلى ٢١) عاما. واعتمدت الدراسة على مسح عينة من ٤٥٠ من الشباب الجامعي مستخدمى الإنترنت، بالإضافة إلى تحليل مضمون عينة ممثلة للمواقع الإلكترونية للأحزاب السياسية المصرية وهم

- أوضحت التكرارات والنسب التقارب الواضح بينهما.
٥. وجود تفاوت في معدلات الاستخدام اليومي لمواقع الصحف المصرية عبر الإنترنت لدى المراهقين عينة الدراسة، حيث أشارت النتائج إلى أن الاستخدام القليل "أقل من ساعة" قد جاء في مقدمة إجابات المبحوثين بنسبة ٦٠,٣%، يليه الاستخدام المتوسط "من ساعة إلى أقل من ساعتين" بنسبة ٢٢,٧%، في حين تراجع الاستخدام الكثيف "من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات"، وثلاث ساعات فأكثر "إلى نسبة قليلة لم تتجاوز ١٠%، و٧% على التوالي.
٦. عدم وجود تفاوت كبير بين كل من الذكور والإناث عينة الدراسة في معدلات استخداماتهم اليومية لمواقع الصحف الإلكترونية المصرية، حيث أوضحت التكرارات بحسب ساعات الاستخدام وجود تقارب ملحوظ بينهما في ساعات الاستخدام تلك.
٧. جميع المبحوثين من المراهقين بالعينة يتابعون الأخبار المختلفة من خلال مواقع الصحف المصرية الإلكترونية وذلك بنسبة ١٠٠%.
٨. جاءت القضايا الاجتماعية في مقدمة القضايا والموضوعات التي يحرص المبحوثون على متابعة أخبارها عبر المواقع الإلكترونية للصحف بنسبة مرتفعة بلغت ٦٢%، يليها القضايا والموضوعات السياسية في الترتيب الثاني بنسبة ٤٧,٣%، وجاءت القضايا والموضوعات الفنية في الترتيب الثالث بنسبة ٤٦,٧%، ثم القضايا والموضوعات الرياضية في الترتيب الرابع بنسبة ٤١,٧%، وجاءت القضايا والموضوعات الثقافية في الترتيب الخامس بنسبة ٣٨%، يليها في الترتيب السادس القضايا والموضوعات الدينية بنسبة ٢٧,٣%، وحلت القضايا والموضوعات الاقتصادية في الترتيب السابع الأخير بنسبة ٢٤,٣%.
٩. أكد ٧٣,٣% من إجمالي حجم العينة من المراهقين أنهم يقرأون المادة الإخبارية بالدرجة الأولى، وفي الترتيب الثاني جاءت الحوارات الصحفية بنسبة ٣٦,٧%، يليها التحقيقات الصحفية بنسبة ٣٠%، ثم مواد الرأي ممثلة في المقالات بنسبة ٢٨,٣%، يليها التقارير الإخبارية بنسبة ٢٦,٣%.
١٠. جاء موقع جريدة الأهرام المصرية جاء في المقدمة من حيث ترتيب المواقع لدى المبحوثين عينة الدراسة، حيث حاز الموقع على أعلى نقاط الوزن المرجح بنسبة مئوية بلغت ١٣,٢%، وفي الترتيب الثاني جاء موقع صحيفة اليوم السابع بوزن نسبي بلغ ١٢,٧% وفي الترتيب الثالث جاء موقع "بوابة أخبار اليوم" بنسبة مئوية بلغت ١١,٧%، يليه موقع صحيفة "المصري اليوم" في الترتيب الرابع بنسبة بلغت ١١,٣%، وجاء موقع جريدة "الجمهورية" في الترتيب الخامس بنسبة ١١,١%، ثم في الترتيب السادس موقع جريدة "الوطن" المصرية بنسبة ٧,٩%، يليه في الترتيب السابع موقع صحيفة "الدستور" المصرية بنسبة ٦,٩%، يليه موقع "بوابة الشروق" بنسبة ٦,٨%، ثم في الترتيب الثامن جاء موقع بوابة فيتو للأخبار بنسبة ٦,٧%، يليه موقع بوابة الوفد الإلكترونية بنسبة ٦,٦%، وأخيرا موقع البوابة نيوز مصر بنسبة ٥,١%.
١١. وجود تباين بين المبحوثين في معدلات استخدامهم أو تصفحهم لمواقع الصحف المصرية على الإنترنت خلال أيام الدراسة، حيث أكد ٤٨,٣% من إجمالي حجم العينة من المراهقين أنهم يتصفحون تلك المواقع خلال أيام الدراسة "مرة واحدة يوميا"، كما أكد ٢٥,٣% من المبحوثين أنهم يتصفحون مواقع الصحف "مرتين أسبوعيا"، وفي المرتبة الثالثة جاء التصفح "أكثر من مرة خلال اليوم" بنسبة ١٩%، وفي المرتبة الرابعة الأخيرة جاء تصفح المواقع "طوال الأسبوع" بنسبة ٧,٣%.
١٢. جاء سبب "سهولة تواجدها في أي وقت" في مقدمة أسباب الاستخدام، حيث حاز على أعلى الأوزان النسبية في المقياس فبلغ ٨٨,٣%، يليه في الترتيب الثاني سبب "معرفة القرارات والأخبار الجديدة" بوزن نسبي بلغ ٨٥,٧%، ثم في الترتيب الثالث سبب "للاطلاع على الأخبار المحدثة اليومية بشكل دوري" بوزن نسبي بلغ ٨٣% وفي الترتيب الرابع بين عبارات المقياس جاء سبب "وجود

- الإلكترونية للصحف المطبوعة^(١٧) أي مواقع للصحف القائمة بالفعل ولها اصدار ورقى مطبوع واخترنا هنا ثلاثة نماذج لصحف قومية وحزبية وخاصة وهي الاخبار والوفد والمصري اليوم.
٢. الصورة الإعلامية: هي مجموعة السمات والانطباعات التي تقدم بها وسائل الإعلام فئة ما، أو مهنة معينة، أو نطاقا ما، أو شعبا ما، أو مؤسسة، أو منظمة، أو أي شيء آخر من خلال تصورات صانعو الرسالة الإعلامية هم الإعلاميون ومن خلال وسائل الإعلام المختلفة، وباستخدام الأشكال الخاصة بكل وسيلة، حيث أن مجال الصورة يساهم في التعايش مع صور وتخييلات مرئية مختلفة من الممكن رؤيتها كمصدر للتصور.^(٢٠)
٣. الصورة الذهنية: مفهوم عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة يشير إلى اتجاه هذه الجماعة الأساسي نحو شخص معين أو نظام ما أو فلسفة أو قومية ما أو مؤسسة معينة أو أي شيء آخر. وتبرز أهمية الصورة الذهنية هنا في انه اذا كانت بعض الشخصيات القيادية او المؤسسات او المنظمات تسعى الى تكوين صورة مشرقة بين جماهيرها فانها تواجه في حالات كثيرة بقوى اخرى تحاول النيل منها وزعزعة صورتها في اذهان الجماهير. ومن هنا ظهرت أهمية مراجعة الانجازات التي تتحقق في مجال تكوين الصورة المحابية والتعرف على اثار التنويه التي يصنعها الخصوم ومواجهتها على اسس علمية سليمة.^(١٣)
- فهي الأفكار والمعتقدات والمشاعر والاتجاهات التي تكونت في عقول ووجدان الجماهير تجاه أي قضية أو منظمة أو شخصية وهي تتبادر إلى الأذهان عند ذكر اسمها لتعطي فكرة معينة أو مفهوما عاما عنها قد يكون طيبا أو سيئا ويتكون مما يستقيقه الفرد من وسائل الإعلام وما اكتسبه من معلومات ومعارف وخبرات حول هذه القضايا.^(١١)
- وتعرف إجرائيا على أنها الانطباع او الصورة التي يستدعيها ذهن المراهقين الجامعيين بمجرد تعرضهم لصفح الانترنت وعلاقتهم بالأحزاب السياسية.
٢. الحزب السياسي: هو تنظيم سياسي يسعى إلى بلوغ السلطة السياسية داخل الحكومة من خلال مرشح في الانتخابات الرئاسية، وعادة من خلال المشاركة في الحملات الانتخابية. والأحزاب السياسية تمارس الديمقراطية في داخلها من خلال انتخاب أعضائها في أمانات الحزب المختلفة وصولا إلى انتخاب رئيس الحزب، وترشيح أعضاء ينتمون للحزب لحوض الانتخابات. الأحزاب السياسية كثيرا ما تتبنى أيديولوجية معينة ورؤى، ولكن يمكن أيضا أن تمثل التحالف بين المصالح المتباينة. أو يمكن تعريف الحزب السياسي بأنه تنظيم يسعى لبلوغ السلطة وممارستها وفق برنامج الحزب السياسي والاقتصادي والاجتماعي.^(٢٢)
- نتائج الدراسة:**
١. المراهقون عينة الدراسة يستخدمون مواقع الصحف المصرية بنسبة ١٠٠%، ولم يجب أي من أفراد العينة بأنه لا يستخدم تلك المواقع، حيث أكدت النتائج أن ٤١% من المبحوثين يستخدمون مواقع الصحف على الإنترنت بصفة غير منتظمة "أحيانا"، بينما يستخدمها ٤٦% بصفة منتظمة "دائما".
٢. الذكور هم الأكثر استخداما لمواقع الصحف المصرية عبر الإنترنت من الإناث (٥١,٣% للذكور، مقابل ٤٠,٧% للإناث) فيما يتعلق بالاستخدام المنتظم "دائما"، على حين كان الإناث الأكثر استخداما لمواقع الصحف عبر الإنترنت في الاستخدام أحيانا (٥٩,٣% للإناث، مقابل ٤٨,٧% للذكور).
٣. ٤١% من المراهقين عينة الدراسة أكدوا أنهم يستخدمون مواقع الصحف المصرية عبر الإنترنت "مرتين أسبوعيا" بنسبة ٤١%، كما أكد ٣٣,٣% من إجمالي حجم العينة أنهم يستخدمونها "مرة واحدة خلال اليوم"، في الوقت الذي أكد فيه ما نسبته ٢٥,٧% من إجمالي حجم العينة أنهم يتصفحون المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على الإنترنت "بشكل دائم".
٤. عدم وجود تفاوت كبير بين كل من الذكور والإناث عينة الدراسة في معدلات استخداماتهم الأسبوعية في المتوسط لمواقع الصحف الإلكترونية المصرية، حيث

إعلامياً في الترتيب الرابع بين العبارات بوزن نسبي ٧٣%، يليها عبارة "أثق في كفاءة مهارات الصحفيين بهذه المواقع للصحف" بوزن نسبي ٦٥,٧%، وأخيراً جاءت عبارة "أثق في مواقع الصحف التي أتابعها لأنها تهتم بالصالح العام" في الترتيب السادس بوزن نسبي ٦٤,٣%.

١٩. اختلفت اتجاهات المراهقين عينة الدراسة نحو الأحزاب السياسية المصرية حيث جاءت عبارة "الأحزاب السياسية المصرية تحتاج إلى تعديل جذري" في مقدمة عبارات المقياس وحظيت بأعلى درجات الموافقة بوزن نسبي بلغ ٨٦%، وجاءت عبارة "الأحزاب السياسية المصرية تعمل ما عليها" في الترتيب الثاني بوزن نسبي ٨٣,٣%، ثم جاءت عبارة "الأحزاب السياسية المصرية مقصرة" في الترتيب الثالث بوزن نسبي ٨٣% وجاءت عبارة "الأحزاب السياسية المصرية تتسم بسوء التخطيط" في الترتيب الرابع ٧٩%، يليها في الترتيب الخامس عبارة "الأحزاب السياسية المصرية لا تمثل الشعب" بوزن نسبي ٧٦%.

المراجع:

١. أحمد طه محمد إبراهيم، دور المضامين السياسية على موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في تنمية الوعي السياسي للمراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، ٢٠١٦.
٢. أمال كمال، الشباب وبرامجه في التلفزيون المصري، دراسة استطلاعية، المجلة الاجتماعية القومية، قسم بحوث الاتصال الجماهيري والثقافة- المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة: المجلد ٣٩، العدد الأول، ٢٠٠٢.
٣. أمل السيد متولي، صورة المرشحين للانتخابات الرئاسية المصرية في الصحافة المصرية، المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام، الإعلام وتحديث المجتمعات العربية، مايو ٢٠٠٦.
٤. إيمان نعمان جمعة، حدود تأثير التغطية الإعلامية لمجلس الشعب على صورته الذهنية وانعكاساتها على المشاركة في الانتخابات البرلمانية ٢٠٠٠، مجلة الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الأول، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يناير- مارس ٢٠٠١.
٥. حسام الهامى وآخرون، مناهج البحث في الإعلام الجديد، (القاهرة، شركة الوابل الصيب للانتاج والتوزيع والنشر، ٢٠١٣).
٦. خليل ميخائيل معوض، سيكولوجية النمو، الطفولة والمراهقة، الطبعة الثانية، (الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، ١٩٨٣).
٧. سارة محمد يونس، مشاركة المراهقين في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بإدراكهم لقضايا الواقع الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، جامعة المنصورة، ٢٠١٤.
٨. سامية محمد محمود ابوالنصر، استخدام طلاب الجامعات لمواقع الأحزاب السياسية المصرية وعلاقته باتجاهاتهم نحوها، رسالة دكتوراة غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٥.
٩. سامية ابوالنصر، الصحافة الإلكترونية وثورة الفيسبوك، (القاهرة، المكتبة المصرية، للنشر والتوزيع، ٢٠١٣).
١٠. سليمان صالح، الإعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة، (الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩).
١١. صلاح الدين محمد كامل، الصور الذهنية للمخابرات العامة المصرية، مطابع مجلس الدفاع الوطني، الطبعة الأولى، القاهرة، ١٩٩٨.
١٢. عبدالصبور فاضل، الصحافة والثورة الرقمية، (حلوان، دار عطا الله للطباعة، ٢٠١٣).
١٣. على عوجة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط٢، (القاهرة، عالم الكتب، ٢٠١٤).
١٤. محمد عبدالحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، (القاهرة، عالم الكتب،

لقطات مباشرة لعدد من الأخبار" بوزن نسبي بلغ ٨٠%، ثم في الترتيب الخامس سبب "الاكتفاء بمتابعة ما يجري من حولي" بوزن نسبي بلغ ٧٩%، يليه في الترتيب السادس سبب "تناولها الموضوعات بصراحة" بوزن نسبي بلغ ٦٧,٣% وفي الترتيب السابع جاء سبب "المشاركة في الحوار مع الآخرين" بوزن نسبي بلغ ٦٦,٣%.

١٣. صورة الأحزاب السياسية لدى أفراد العينة جاءت سلبية بنسبة ليست بالقليلة بلغت ٤٧,٣% أي نصف حجم العينة تقريباً، في حين لم يستطع ما نسبته ٣٥,٣% تحديد صورة الأحزاب السياسية لديهم فجاءت إجاباتهم "محايدة"، إلا أن النتيجة الأبرز كانت ضعف الصورة الإيجابية لهذه الأحزاب السياسية حيث لم تتعد نسبتها ١٧,٣%.

١٤. حزب الوفد جاء في مقدمة الأحزاب السياسية المصرية التي يعرف بها الشباب عينة الدراسة بوزن نسبي بلغ ٨٥%، يليه في المرتبة الثانية حزب مستقبل وطن بوزن نسبي قدره ٨٣%، وفي المرتبة الثالثة جاء حزب النور التابع لجماعة السفليين في مصر بوزن نسبي بلغ ٧٦,٣%، يليه في المرتبة الرابعة حزب المصريين الأحرار بوزن نسبي بلغ ٧٢%، وفي المرتبة الخامسة جاء حزب الدستور بوزن نسبي بلغ ٦٧,٣%، يليه حزب الغد في المرتبة السادسة بوزن نسبي بلغ ٥٤,٧%، ثم حزب الاستقلال في المرتبة السابعة بوزن نسبي بلغ ٤٩,٧%، وأخيراً حزب المحافظين في المرتبة الثامنة بوزن نسبي بلغ ٤٩%.

١٥. ٥٤,٧% من إجمالي حجم العينة أكدوا أنهم يتابعون ما ينشر من أخبار حول الأحزاب السياسية عبر مواقع الصحف على الإنترنت، إلا أن ما نسبته ٤٥,٣% من إجمالي العينة قد أكدوا أنهم لا يتابعون ما ينشر من أخبار تتعلق بالأحزاب السياسية عبر مواقع الصحف.

١٦. المراهقون عينة الدراسة لديهم نسبة اعتماد مرتفعة على مواقع الصحف المصرية الإلكترونية في الحصول على معلومات عن الأحزاب السياسية، حيث أكد ذلك ٨١,٧%، في الوقت الذي لم يتجاوز فيه من يرون عكس ذلك نسبة ١٨,٣%.

١٧. المبحوثون من المراهقين ذكروا عدداً من الأسباب التي كانت دافعا لاعتمادهم على مواقع الصحف في الحصول على معلومات حول الأحزاب السياسية المصرية، والتي جاءت على النحو الآتي: جاء سبب "سهولة التعامل مع هذه الصحف" في مقدمة هذه الأسباب بوزن نسبي بلغ ٨٦,٣%، كما جاء سبب "إمكانية استدعاء المعلومات في أي وقت" بوزن نسبي ٨٣,٧%، يليه في الترتيب الثالث سبب "تساعدني على البحث عن أكثر من موضوع في نفس الوقت وفي أكثر من صحيفة" بوزن نسبي ٨٢,٧% وجاء في الترتيب الثالث سبب "ساعدني على المقارنة في أكثر من صحيفة لموضوع واحد" بوزن نسبي ٨١,٣%، يليه في الترتيب الرابع سبب "الفورية في تحديث الموضوعات" بوزن نسبي ٧٩,٣%، ثم في الترتيب الخامس سبب "التفاعلية التي توفرها الصحف الإلكترونية" بوزن نسبي ٧٥,٧% وفي الترتيب السابع جاء سبب "وجود الوسائط المتعددة التي تساعدني على فهم الأحداث بصورة متكاملة" بوزن نسبي ٧٥,٧%، يليه في الترتيب الثامن سبب "لأنها تتيح لي إمكانية التعليق وإبداء الرأي حول بعض المعلومات" بوزن نسبي ٧٤%، ثم سبب "الفورية في تصحيح الخطأ" في الترتيب التاسع بوزن نسبي ٦٢,٣%.

١٨. ثقة المراهقين في مواقع الصحف على الإنترنت كانت مرتفعة لعدة أسباب جاء ترتيبها على النحو التالي: حيث جاءت عبارة "مواقع الصحف على الإنترنت تحاول جاهدة التجديد في شكلها العام لمواكبة التكنولوجيا واستقطاب الجمهور الجديد" في مقدمة عبارات المقياس بوزن نسبي بلغ ٨١%، يليها عبارة "تعودني على أن مواقع الصحف على الإنترنت تهتم بما يفضله جمهورها المتابع لها" في الترتيب الثاني بوزن نسبي ٧٥%، كما جاءت عبارة "تأكدني بأن مواقع الصحف على الإنترنت تهتم بما يدور بالرأى العام" في الترتيب الثالث بوزن نسبي بلغ ٧٤%، وجاءت عبارة "تقتني بأن هذه المواقع للتصفح على الإنترنت ناجحة

(٢٠٠٤).

١٥. محمود حسن إسماعيل، قضايا المراهقين كما يعكسها التلفزيون المصري،
المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة: العدد الثالث
عشر، (٢٠٠١).

١٦. محمود علم الدين، مدخل إلى الفن الصحفي، ط٢، (القاهرة، ركلام للنشر
والتوزيع، ٢٠٠٣).

١٧. محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، (القاهرة،
دار النهضة العربية، ٢٠١٣).

١٨. مرهان حسين الحلواني، الثقافة الرفيعة والثقافة الجماهيرية في برامج التلفزيون
المصري، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الإعلام- جامعة
القاهرة، ١٩٨٨.

١٩. نشوى جمال الدين بدر، دور برامج الرأي في القنوات الفضائية في تشكيل
اتجاهات الجمهور نحو الأحزاب السياسية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية
الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٦.

20. Robins. *The Image culture and Politics in the field of vision*. 1st
Published. (New York: Rout Ledgg, 1996),

٢١. موقع الهيئة العامة للاستعلامات على الانترنت: الحياة الحزبية في مصر.

٢٢. موقع دائرة المعارف ويكيبيديا <https://ar.wikipedia.org/wiki>