

## التناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية وعلاقته بإدراك المصريين المغتربين للواقع الاجتماعي المصري (دراسة تحليلية- ميدانية)

د. منى جمال بيوضة\*

### ملخص الدراسة:

هدف البحث إلى التعرف على العلاقة بين تناول الإعلام للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية وإدراك المصريين المغتربين للواقع الاجتماعي المصري، وذلك من خلال "رصد وتحليل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية وتناولت المبادرات الرئاسية من حيث (الشكل، المضمون)، وأيضاً الكشف عن الدور الذي تقوم به المواقع الإخبارية في حصول المصريين المغتربين على معلومات عن المبادرات الرئاسية وعلاقة ذلك بإدراكهم للواقع الاجتماعي المصري"، وتتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدمت الباحثة منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، واستخدمت في ذلك أداة تحليل المضمون والاستبيان كأدوات لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (صدي البلد، النيل الإخبارية) وتناولت المبادرات الرئاسية، كما طبقت الدراسة على عينة عمدية من مستخدمي الإنترنت قوامها (120) مفردة من الجمهور المصري بالخارج، وبينت نتائج الدراسة التحليلية أن أهم المبادرات الرئاسية التي تم تناولها داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة)، فوجد أن كلاً من (المبادرات الصحية الرئاسية، مبادرة حياة كريمة) احتلت الصدارة، كما أسفرت النتائج عن تحقق الفرض الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين دوافع متابعة الباحثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية ومستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري لديهم.

الكلمات المفتاحية: المبادرات الرئاسية، المواقع الإخبارية، إدراك الواقع، المصريين المغتربين.

\* مدرس بقسم الإعلام بكلية التربية النوعية – جامعة المنوفية

## **Media coverage to the presidential initiatives via news websites and their relationship to the expatriate Egyptians' perception to the Egyptian social reality.**

### **Abstract:**

The research was aimed at finding out the relationship between media dealing with presidential initiatives via news websites and their relationship to the expatriate Egyptians' perception to the Egyptian social reality through analyzing the published materials on Egyptian news sites. It also deals with the presidential initiatives in content and shape. Also, it deals with identifying the role played by news websites to make the expatriate Egyptians get information about such presidential initiatives and the relationship with their realization to the Egyptian social reality. This study belongs to the descriptive ones as the researcher has used the survey method whether analytical or field. the researcher used the tool of analyzing the content (questionnaire) to collect the required data. This study has been applied on a sample of the published materials on The Egyptian websites;(Sada Al Balad and The Nil News). Also, it has been applied on a sample of the internet users of about (120) from The Egyptian overseas. The study has shown the results of the analytical study of the most important presidential initiatives which have been dealt with through the published materials achieving the aim. There is statistically significant correlation between the researches follow – up motives towards those presidential initiatives through news websites the standard of their realization to their Egyptian social reality

**Key words: Presidential Initiatives - News Websites- Realizing Reality - Expatriate Egyptians.**

## مقدمة:

لا شك أن التطورات التي شهدتها العالم في مجال تكنولوجيا الاتصال انعكست على جوانب العمل الإعلامي بكل مستوياته، ومع ظهور الانترنت كوسيلة اتصال تبنت وسائل الإعلام استراتيجيات اتصال مختلفة من أجل الوصول الى الجمهور من خلال الخدمات التي توفرها هذه البيئة الرقمية، وظهر تأثير التحول الإلكتروني لوسائل الإعلام شكلاً ومضموناً عبر الاتجاه نحو المواقع الإلكترونية، ولجوء الكثير من الصحف الورقية والقنوات التلفزيونية إلى تأسيس مواقع إلكترونية لهما أو ظهور مواقع إعلامية إخبارية مستقلة.<sup>(1)</sup>

وانتشرت المواقع الإخبارية كأحد الظواهر التي نتجت عن الثورة التكنولوجية في عالم الإعلام والاتصال، حيث انتقل الإعلام معها إلى آفاق غير مسبوقة، انتقل عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة، أعطى للجمهور بث حي للأحداث أصبح أكثر تأثيراً على الجمهور. هذه الوسائل الجديدة تجاوزت الدور الإخباري للوسائل التقليدية، حيث خلقت التواصل والتفاعل والمشاركة بين الناس بغض النظر عن المكان او المستويات الثقافية، مستغلة لأدوات الإعلام الرقمي وتنوع اساليب التحرير أثناء طرح المحتوى الإعلامي لها أمثال الفيديو والصور المتحركة والارتباطات التشعبية بالإضافة إلى الأنماط التفاعلية المتاحة كالبريد الإلكتروني وإضافة تعليق ومشاركة الخبر وغيرها.

وأهم ما يجب ذكره عن ظهور هذه المواقع الإخبارية من خلال ما توصلت له نتائج الدراسات السابقة أنها مكنت الجمهور المصري المقيم خارج حدود الوطن من معرفة ومتابعة أخبار وطنه، ومن المشاركة في الحياة العامة المصرية، ساعدته على الإحساس بالوجود المجتمعي رغم غربته، سهلت لهم الالتقاء والتجمع وتوصيل صوته إلى مجتمعه، وتحقيق المشاركة في المجتمعات، مما ساعده في التمسك بوطنيته وتعزيز ثقته بأجهزة الدولة.

ومن الملاحظ أنه في السنوات القليلة الماضية وبعد أحداث ثورات الربيع العربي وما صاحبها من ضرر لبعض المجتمعات، شهد المجتمع المصري إطلاق عدد من المبادرات الرئاسية في مختلف المجالات.

ترفع جميعها شعار المواطن أولاً، فهي تهتم بتوفير حياة كريمة للمصريين من حيث المعيشة اليومية والسكن الأمن والرعاية الصحية الى جانب التعليم وتكوين قاعدة شبابية قادرة على إدارة التحديات في المستقبل، هذه المبادرات تعمل جميعها على ترسيخ حقوق الانسان بمصر وضمان حياة مستقرة للجميع ومن أمثلة هذه المبادرات مبادرة تأهيل الشباب للقيادة، مبادرة حياة كريمة، إحلال السيارات المتهالكة، ومبادرة دمج-تمكين- مشاركه، ومبادرة التمويل العقاري، ومبادرة نورت بلدك، وتكافل وكرامة، ومبادرات التعلم التكنولوجي، والمبادرات الصحية مثل 100 مليون صحة والكشف المبكر عن فيروس سي، والكشف المبكر عن أورام الثدي للسيدات، ومنع قوائم الانتظار في المستشفيات... وغيرها من المبادرات.<sup>(2)</sup> وعليه جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على هذه المبادرات والهدف منها، وكيف تناولتها المواقع الإخبارية كوسيلة إعلام حديثة والوقف على أهم الوسائط التكنولوجية التي استخدمتها هذه المواقع في عرض موضوعات المبادرات الرئاسية وإبراز الوسائط التفاعلية التي تمتلكها هذه المواقع والتي مكنت المصريين كافة والمغتربين منهم بصفة خاصة من متابعة المبادرات الرئاسية وما صاحبها من تطورات اجتماعية وكيف أثرت هذه المتابعة على إدراكهم للواقع الاجتماعي المصري.

### مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

شهد المجتمع المصري خلال السنوات القليلة الماضية إطلاق عدد من المبادرات في مختلف المجالات هدفها توفير حياة كريمة للمواطن ورفع شأن الوطن، ولاحظت الباحثة اهتمام كافة وسائل الإعلام المصرية في متابعتها لهذه المبادرات والتحولت أولاً بأول، و نقل التطورات المصرية للعالم اجمع، وقد بدا للباحثة أن الإعلام الإلكتروني بمواقعه المتنوعة من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور المصري بالداخل والخارج لمتابعته للأحداث والقضايا المصرية المختلفة، وذلك لسرعة توصيل المضمون الإخباري بطريقة سهلة، وثرائه المتميز في توظيف الوسائط التكنولوجية الحديثة وكذلك إتاحتها للوسائل التفاعلية التي مكنت كل مصري وخاصة المصري المغترب المقيم خارج الوطن من ابداء رأيه وتوصيله، من المشاركة في الحوارات، من التعليق على كافة الأنباء، من الحصول على كافة اخبار بلده والشعور بالانتماء وعدم الغربة.

ومن خلال الاطلاع على الدراسات السابقة تبين أهمية دور المواقع الإخبارية في نشر الأخبار والمعلومات وأنها مصدر مهم من مصادر المعرفة وعرض المحتوى الإعلامي وبينت النتائج أيضاً أن من أهم دوافع تعرض المصريين المغتربين للمواقع الإخبارية هي الحصول على اخبار الوطن والشعور بالانتماء وعدم الإحساس بالغربة، لذلك جاءت هذه الدراسة للتعرف على العلاقة بين التناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية وإدراك المصريين المغتربين للمواقع الاجتماعية المصري، وذلك من خلال "رصد وتحليل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية وتناولت المبادرات الرئاسية من حيث (الشكل، المضمون)، وأيضاً الكشف عن الدور الذي تقوم به المواقع الإخبارية في حصول المصريين المغتربين على معلومات عن المبادرات الرئاسية وعلاقة ذلك بإدراكهم للمواقع الاجتماعية المصري". وبهذا تتبلور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي وهو: **كيفية التناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية وعلاقة ذلك بإدراك المصريين المغتربين للمواقع الاجتماعية المصري؟**

### وينبثق من هذا التساؤل عددٌ من التساؤلات الفرعية:

#### أولاً: التساؤلات الخاصة بالدراسة التحليلية:

1. ما تصنيف المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) والتي تناولت المبادرات الرئاسية، وما أهدافها، وما اتجاهات مضمونها؟
2. ماهي وسائل الإبراز المستخدمة داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية؟
3. كيف تم الإشارة لجهود الدولة داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية؟
4. ماهي المبادرات التي تم تناولها داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (عينة الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية؟

5. ما الأهداف المرجوة من المُبادرات التي تم تناولها داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدِرَاسَة) وتناولت المُبادرات الرئاسية؟
6. ما الأساليب الإقناعية المُستخدمة داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدِرَاسَة) وتناولت المُبادرات الرئاسية؟
7. ما الإمكانيات التفاعلية المصاحبة للمواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدِرَاسَة) وتناولت المُبادرات الرئاسية؟

#### ثانيًا: التساؤلات الخاصة بالدِرَاسَة الميدانية:

1. ما مدى استخدام المصريين المغتربين (عينة الدِرَاسَة) للمواقع الإخبارية، وما أهم المواقع الإخبارية التي يفضلون استخدامها؟
2. ما أهم أسباب تفضيل الباحثين للمواقع الإخبارية التي يستخدمونها عبر الإنترنت؟
3. ما مستوى ثقة الباحثين بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات؟
4. ما مدى متابعة الباحثين للمُبادرات الرئاسية عبر وسائل الإعلام المختلفة، وما أهم مصادر معرفة الباحثين بالمُبادرات الرئاسية؟
5. ما مدى اهتمام الباحثين بمتابعة المُبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية؟
6. ما دوافع الاهتمام بمتابعة الباحثين للمُبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية؟
7. ما مدى مشاركة الباحثين في المُبادرات الرئاسية، وما أهم أشكال المشاركة؟
8. ما أهم المواد الإعلامية التي يتم فضل الباحثين متابعة أخبار المُبادرات من خلالها؟
9. ما أهم عوامل نجاح المُبادرات الرئاسية في المجتمع المصري من وجهة نظر الباحثين؟
10. ما مستوى إدراك الباحثين للواقع الاجتماعي المصري من خلال التعرض للمُبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية؟

#### أهداف الدِرَاسَة:

##### أهداف خاصة بالدِرَاسَة التحليلية:

تسعي الدِرَاسَة التحليلية هذه إلى تحقيق هدف رئيسي وهو "رصد وتحليل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية وتناولت المُبادرات الرئاسية من حيث (الشكل، المضمون)".

**وينبثق من هذا الهدف عددٌ من الأهداف الفرعية يُمكن إجمالها على النحو التالي:**

1. التعرف على تصنيف المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية وتناولت المبادرات الرئاسية، ووسائل الإبراز المُستخدمة داخل هذه المواد، وأهداف هذه المواد، واتجاه مضمونها، كيفية الإشارة إلى جهود الدولة داخل هذه المواد.
2. الكشف عن المبادرات التي تم تناولها داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية وتناولت المبادرات الرئاسية، والأهداف المرجوة من هذه المبادرات.
3. معرفة الأساليب الإقناعية المُستخدمة داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية وتناولت المبادرات الرئاسية.
4. تحديد الإمكانيات التفاعلية المصاحبة للمواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية وتناولت المبادرات الرئاسية.

**أهداف خاصة بالدراسة الميدانية:**

تسعي الدراسة الميدانية هذه إلى تحقيق هدف رئيسي وهو "دور المواقع الإخبارية في حصول المصريين المغتربين على معلومات عن المبادرات الرئاسية وعلاقة ذلك بإدراكهم للواقع الاجتماعي المصري".

**وينبثق من هذا الهدف عددٌ من الأهداف الفرعية يُمكن إجمالها على النحو التالي:**

1. التعرف على حجم استخدام المصريين المغتربين (عينة الدراسة) للمواقع الإخبارية و أهم المواقع الإخبارية التي يفضلون استخدامها.
2. الإلمام بأسباب تفضيل الباحثين للمواقع الإخبارية التي يستخدمونها عبر الإنترنت.
3. تحديد مستوى ثقة الباحثين بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات.
4. التعرف على حجم متابعة الباحثين للمبادرات الرئاسية عبر وسائل الإعلام المختلفة، وتحديد أهم مصادر معرفة الباحثين بالمبادرات الرئاسية.
5. التعرف على مدى اهتمام الباحثين بمتابعة المبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية.
6. الكشف عن دوافع الاهتمام بمتابعة الباحثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية.
7. التعرف على مدى مشاركة الباحثين في المبادرات الرئاسية، وأهم أشكال المشاركة.
8. رصد أهم المواد الإعلامية التي يفضل الباحثين متابعة أخبار المبادرات من خلالها.
9. الإلمام بعوامل نجاح المبادرات الرئاسية في المجتمع المصري من وجهة نظر الباحثين.
10. تحديد مستوى إدراك الباحثين للواقع الاجتماعي المصري من خلال التعرض للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية.

## أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية النظرية تتبع أهمية الدراسة الحالية من خلال:

- أهمية موضوعها حيث تتناول موضوع مهم وحيوي وهو المبادرات الرئاسية المجتمعية حيث تكتسب أهميتها من دورها في تحقيق التنمية الشاملة والتقدم للمجتمع وخاصة بعد أحداث ثورات الربيع العربي والتي تسببت في فوضى مجتمعية داخل بعض المجتمعات أثرت على النواحي الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المختلفة.
- الأهمية الخاصة للمواقع الإلكترونية الإخبارية على مستوى العالم بشكل عام والمستوى العربي بشكل خاص، حيث لعبت دوراً كبيراً في التأثير على الأحداث المجتمعية والظواهر الكبرى للمجتمعات، من خلال دورها الكبير في حشد الجماهير تجاه موضوعات مجتمعية معينة وذلك لما تتميز به من وسائط تكنولوجية متعددة ووسائل تفاعلية تزيد من قدراتها التأثيرية الكبيرة على الجمهور.
- تكتسب هذه الدراسة أهمية أيضاً من تناولها إحدى العمليات الذهنية ذات الأهمية والتي لها دور كبير في التأثير على غيرها من العمليات الذهنية الأخرى ألا وهي عملية الإدراك الاجتماعي حيث أن إدراك الفرد بصفة عامة والمغترب بصفة خاصة للآخرين ولمجتمعه يساعد في تكوين انطباعات شخصية تؤثر على فهمه وتفكيره فتشعره بالتقارب الاجتماعي.
- تسليط الضوء على قطاع مهم جداً وهم المغتربين المصريين القاطنين في أوطان غير وطنهم حيث تعد من الفئات الهامة والتي لها تأثير على صورة الوطن في الخارج.

## ثانياً: الأهمية التطبيقية:

- تحاول هذه الدراسة إعداد أدوات بحثية يمكن من خلالها توضيح الواقع الحالي للمواقع الإلكترونية وكيفية تناولها للقضايا المجتمعية، وكيفية تعامل الجمهور مع الإنترنت وكيفية استخدامه لهذه المواقع، مما قد يفيد المسؤولين من وضع خطط وقائية وإرشادية وبناء البرامج الوقائية للتخفيف من الآثار السلبية لهذه المواقع والتوجيه نحو الاستخدام الإيجابي الفعال لها.
- تسهم هذه الدراسة فيما تخرج به من نتائج في تعريف الناس بانعكاس المرود الإيجابي للمبادرات الرئاسية في تنمية روح الانتماء في نفوس أفراد المجتمع المصري بصفة عامة والمغتربين المصريين بصفة خاصة.
- مساعدة المسؤولين وخاصة في المجال الإعلامي بالوقوف على العلاقة بين الدور الذي تقوم به هذه المواقع الإلكترونية للوظيفة الإعلامية والإخبارية وبين إدراك المصريين المغتربين لها وللتغيرات المجتمعية داخل المجتمع المصري.

حدود الدراسة: وتتمثل حدود الدراسة في الحدود التالية:

- 1- **حدود موضوعية:** حددت الباحثة موضوع دراستها في تناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية وعلاقته بإدراك المصريين المقيمين بالخارج للواقع الاجتماعي المصري

- 2- **حدود مكانية:** تتمثل حدود الدراسة المكانية في دراسة عينة من المصريين المغتربين ببعض الدول العربية ( الكويت – السعودية – الإمارات ) وبعض الدول الأجنبية ( المانيا- النمسا) .
- 3- **حدود بشرية:** اقتصرت الدراسة على عينة من الجمهور المصري المقيم بالخارج الذين يتراوح عمرهم الزمني بين أقل من 30 سنة وأكثر من سنة 45 سنة.
- 4- **حدود وثائقية:** تتمثل حدود الدراسة الوثائقية في عينة من المواقع الإخبارية المتمثلة في موقع صدى البلد الإخباري - موقع النيل الإخباري.
- 5- **حدود زمنية:** تتمثل الحدود الزمنية في تحليل عدد من المواقع الإخبارية لمدة ستة أشهر في الفترة من (2021/7/1 – 2021/12/31)

#### مصطلحات الدراسة:

##### أولاً: (المبادرات الرئاسية).

"هي مبادرات تقوم بها الدول تشمل في برنامج أعمالها أنشطة متنوعة في مجالات مختلفة وتعد من أكثر الوسائل تأثيراً في التغيير المجتمعي، حيث تقدم خدمات مجتمعية ووقائية للمواطنين من المخاطر القائمة، ويتحقق للمبادرة النجاح عندما تنتوع في استخدام وسائل الاتصال بالجمهور، وعندما تكون بشكل رسمي من الدولة وتبناها في كل مراحلها.<sup>(3)</sup>

**وتعرفها الباحثة إجرائياً بأنها** سلسلة من الخطط والبرامج المقترحة من إدارات محترفة تابعة لرئاسة الجمهورية هدفها الأول والأساسي تصحيح وتغيير أوضاع مجتمعية ومشكلات قائمة، يتعاون في تنفيذها هيئات ومؤسسات الدولة والمجتمع المدني بمنظوماته الخيرية ومشاركة الشباب الفعالة بها وتدعيمها بأعماله التطوعية المجدية".

##### ثانياً: (المواقع الإخبارية).

مؤسسات إعلامية مرخصة تعمل إلكترونياً بواسطة شبكة الإنترنت، تنقل الأخبار والتقارير المكتوبة والمصورة حول القضايا والأحداث، تتميز بمحتواها الرقمي المليء بالصور والفيديوهات والتصاميم المدعمة بالارتباطات التشعبية، والبث المباشر و ترتبط مع جماهيرها بواسطة إتاحة التواصل معهم عبر البريد الإلكتروني وصفحاتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي وترك حرية الرد والتعليق من قبل القراء والمتابعين.<sup>(4)</sup>

**وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنها** " منصة إعلامية ذات أصل تلفزيوني مهمة بالشأن المصري والعربي، ناطقة باللغة العربية تنقل الأخبار العاجلة لحظة بلحظة وتعمل على إنتاج محتوى خبري، ترفيهي، تكنولوجي مميز " مثل موقع صدى البلد الإخباري وموقع النيل للأخبار.

##### ثالثاً: (إدراك الواقع الاجتماعي).

يقصد بإدراك الواقع الاجتماعي معرفة الفرد بحقائق الأمور بصفة عامة سواء في المجتمع الذي يعيش فيه أو في المجتمعات الخارجية، وينقسم الواقع الاجتماعي إلى:



واقع اجتماعي ذاتي: وهو العالم الذي يراه الفرد من منظوره الخاص، وواقع اجتماعي رمزي: وهو العالم الذي يتكون من محتوى وسائل الإعلام.<sup>(5)</sup>

**وتعرفه الباحثة إجرائيًا بأنه** "إدراك المغتربين المصريين لطبيعة الحياة داخل المجتمع المصري والتطورات التي تطرأ عليه في ضوء ما تقدمه وسائل الإعلام وخاصة المواقع الإخبارية، وقدرتهم العقلية في معرفة وتفسير ما يحتويه مضمون وسائل الإعلام من قيم وسلوكيات معينة، وما تحمله من معاني ودلالات وتأثيرات مختلفة، ويقاس من خلال الدرجة التي يحصل عليها المبحوث على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي.

#### رابعاً: (المصريون المغتربون)

وتقصد بهم الباحثة المصريين المتواجدين خارج مصر سواء في دول عربية والتي منها (الكويت - السعودية - الإمارات) أو أجنبية والتي منها (النمسا- ألمانيا) والذين يقيمون بشكل دائم أو مؤقت من أجل الدراسة أو العمل أو مرافقين لأسرهم.

#### الدراسات السابقة:

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، وفي هذا الصدد هناك عدة دراسات تقترب من قريب أو بعيد من موضوع الدراسة الحالية، وتم تقسيم هذه الدراسات إلى محورين، **المحور الأول:** دراسات تتعلق بالمبادرات الرئاسية بصفة عامة، **والمحور الثاني:** دراسات تتعلق بالمواقع الإخبارية وعلاقة المصريين المغتربين بالمواقع الإلكترونية، وفيما يلي عرض هذه الدراسات على أساس الترتيب الزمني لها من الأقدم إلى الأحدث.

#### أولاً: دراسات المحور الأول والتي تتعلق بالمبادرات الرئاسية بصفة عامة:

تنوعت واختلقت الدراسات التي اهتمت بالمبادرات الرئاسية، فهناك دراسات تناولت **المبادرات الرئاسية بشكل عام ودورها بالنسبة للمجتمعات كدراسة عبداللطيف بن عبدالعزيز الرباح (2017)<sup>(6)</sup>** والتي جاءت للتعرف على أبرز المبادرات الرائدة والتجديدات التربوية في تربيتها، وإلى تقديم تصور مقترح لتوظيف المبادرات الرائدة والتجديدات المعاصرة في تربية المواطنة بالمملكة العربية السعودية، وأسفرت النتائج عن وجود كثير من المبادرات الرائدة وهي: إجراء دراسات على المستوى المحلي والإقليمي والدولي في مجال تربية المواطنة وإنشاء مراكز بحث وتدريب خاصة بها، ثم التعرف على أهم التجديدات فيها والتي يمكن دراساتهما والاستفادة منها في نظام التعليم وهي (التربية على المواطنة الرقمية، والتربية على المواطنة البيئية، والتربية على المواطنة التنظيمية، والتجديدات التربوية). في الوقت الذي سعت فيه دراسة **Donkor & et all (2017)<sup>(7)</sup>** لمعرفة الآثار الناتجة عن المبادرة الرئاسية النيجرية (المنيوهت) والتي هدفت إلى تحفيز وتشجيع التنمية الاقتصادية الريفية للحد من الفقر وانعدام الأمن الغذائي، وتوصلت النتائج إلى أن برنامج المبادرة قد زاد من إنتاج المنيوهت، وعزز الإمدادات الزراعية، وعزز الأمن الغذائي، في حين جاءت دراسة **أسامة أحمد زارع (2018)<sup>(8)</sup>** للكشف عن العلاقة بين

تعرض المراهقين للمبادرات الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحوها، ورصد أشكال التفاعل التي يستخدمونها، وأسفرت نتائج هذه الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين من المراهقين طلاب الجامعات المصرية – عينة الدراسة - من متابعي شبكات التواصل الاجتماعي يداومون على استخدامها بشكل يومي وبكثافة مرتفعة، وأظهرت النتائج إلى أن هناك نسبة كبيرة من المبحوثين يؤكدون على متابعتهم للمبادرات التي تقدمها رئاسة الجمهورية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وبيّنت النتائج أيضاً أن وسائل التواصل الاجتماعي كانت أهم المصادر التي اعتمدت عينة الدراسة في معرفة المبادرات الرسمية من خلالها. في الوقت الذي جاءت فيه دراسة **Ribeiro & et all (2018)** (9) لفحص مبادرات الرئيس لوغو التشريعية في إطار الرئاسة المتعددة الأحزاب من فرضية الميل الأكبر للمؤتمر الوطني إلى الموافقة على المبادرات الرئاسية الخارجية مقارنة بمبادرات السياسة الداخلية، وبيّنت النتائج أن العوامل السياسية والاقتصادية والبطالة والتضخيم تغير ميل المبادرة التشريعية للرئيس إلى الموافقة عليها في التشريع. وهناك دراسات اهتمت بالمبادرات الرئاسية الخاصة بالمنظومة الصحية ومنها دراسة **محمد كمال أحمد (2019)** (10) والتي توصلت إلى أن المبادرات الصحية التي أطلقتها الدولة ساهمت في إشراك المرضى في عملية صنع القرار الطبي الخاص بهم، كما أكدت نتائج الدراسة على أن الأنماط السلوكية التي تم إفساؤها خلال المبادرات الصحية ساهمت في وضع نمط للصحة الإيجابية مما أسهم في تعظيم الصحة البدنية والعاطفية والإدراكية والاجتماعية لأفراد المجتمع، وتوصلت النتائج أيضاً إلى أن المبادرات الصحية فرضت نوع من التنقيف الصحي للأفراد والمجتمع يدور حول توفير المعلومات والمعارف الصحية، لتمكين الأفراد من تبني السلوكيات الصحية طواعية. وتأكيداً على ما سبق ركزت دراسة **رشا حجازي (2020)** (11) على تسليط الضوء على الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية وإمدادها بالمعلومات الصحية، بالتطبيق على مبادرة رئيس الجمهورية لدعم صحة المرأة المصرية وحملة 100 مليون صحة، وأظهرت النتائج أن نسبة مرتفعة من المبحوثات تصل إلى 55.2% ارتفع لديهن الوعي الصحي وأن هذه الحملات جعلتهن يمارسن نشاطات صحية أبرزها اتباع نظام غذائي صحي. وعن إسهامات المبادرات التوعوية في المجال الصحي جاءت دراسة **أحمد محمد عطيه (2020)** (12) لتحديد إسهامات المبادرات التوعوية في تنمية الوعي الصحي للمرأة بالمناطق العشوائية، وكذلك تحديد معوقات ومقترحات تفعيل المبادرات التوعوية في تنمية الوعي الصحي للمرأة بالمناطق العشوائية، وكان من أهم ما توصلت إليه النتائج أن إسهامات المبادرات التوعوية في تزويد المرأة بالمعارف والمعلومات المرتبطة بالأمراض المستجدة من وجهة نظر المستفيدات المتعلمات جاءت مرتفعة حيث بلغ المتوسط الوزني (2.43)، كما أثبتت النتائج أيضاً أن إسهام المبادرات التوعوية في تعديل السلوكيات السلبية للمرأة من وجهة نظر المسئولون جاء مرتفع حيث بلغ المتوسط الوزني (2.47). في الوقت الذي استهدفت فيه دراسة **السيد السعيد عبدالوهاب (2020)** (13) رصد وتحليل محاور الخطة الرسمية لمبادرة 100 مليون صحة، وكذلك الوسائل الاتصالية بكل أنواعها، والمواد والرسائل والمضامين التوعوية التي استخدمت بالمبادرة للإعلان عنها ونشر الوعي بخدماتها في كل مراحلها، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن جاءت المبادرات الرئاسية بالقطاع الصحي في الاهتمامات الأولى لمشاركة

المواطنين وثقتهم بخدماتها المقدمة لكونها أطلقت من خلال رئيس الدولة، يليها مبادرات التعليم وفرص العمل وتكنولوجيا المعلومات، كما أسفرت النتائج عن أن إعلانات التوعية التلفزيونية وفقاً لاختيارات عينة البحث تصدرت المركز الأول من بين كل وسائل الاتصال التقليدي والإلكتروني والشخصي وذلك بنسبة 73.2% من المبحوثين، ثم منشورات الصفحة الرسمية للمبادرة على الفيس بوك 40.5%، يليها اليوتيوب بنسبة 35.5%. **وتأكيداً على دور مواقع التواصل الاجتماعي في المبادرات الرئاسية** سعت دراسة سعت دراسة هشام رشدي خير الله (2020)<sup>(14)</sup> إلى التعرف على العلاقة بين العوامل المؤثرة على مصداقية تناول الإعلامى للمبادرات الرئاسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل اتجاهات الجمهور نحو مؤسسة الرئاسة، **وتوصلت نتائج الدراسة التحليلية** إلى أن جاءت صفحة مبادرة حياة كريمة في الترتيب الأول من حيث عدد الأخبار التي تم نشرها خلال فترة الدراسة وذلك بنسبة 47.58% من إجمالي عدد الأخبار التي تم نشرها خلال فترة الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني صفحة 100 مليون صحة، **في حين توصلت نتائج الدراسة الميدانية** إلى أنه أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مستويات التعرض للمبادرات الرئاسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لاختلاف ثراء الوسيلة بالمعلومات والوسائط. **وعن أهمية وعي الشباب بالمبادرات الرئاسية** استهدفت دراسة عصام بدري (2020)<sup>(15)</sup> اختبار برنامج التدخل المهني من منظور طريقة تنظيم المجتمع لتنمية وعي الشباب الجامعي بالمبادرات المجتمعية، **ومن أهم نتائج الدراسة** ثبوت صحة الفرض الرئيس للدراسة وهو توجد علاقة إحصائية ذات دلالة معنوية بين التدخل المهني لطريقة تنظيم المجتمع وتنمية وعي الشباب الجامعي بالمبادرات المجتمعية، كما أسفرت النتائج عن قدرة برنامج التدخل المهني لطريقة تنظيم المجتمع على تنمية وعي الشباب بالمبادرات المجتمعية بأبعاده الرئيسية حيث أكدت النتائج على حدوث تغييرات بلغت نسبتها 78.23%. **وعن دور المواقع الإلكترونية في الترويج للمبادرات الرئاسية** سعت دراسة أحمد محمد عبد الله (2022)<sup>(16)</sup> إلى التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج لمبادرة القضاء على العشوائيات عبر الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية القائمة على تنفيذ المبادرة من خلال الفيديوهات الخاصة بالفئات محدودة الدخل، ومدى انعكاس هذه المضامين في توعية الجمهور المصري بتلك المبادرة الوطنية، **ومن أهم نتائج الدراسة** اهتمام أكثر من نصف عينة الدراسة بمتابعة فيديوهات مبادرة القضاء على العشوائيات على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة بنسبة بلغت (52.3%) وقد يرجع ذلك إلى تعدد وسائل الإعلام التي اهتمت بمبادرة القضاء على العشوائيات وخاصة إعلانات المبادرة على التلفزيون، وبالتالي تعدد المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين لمتابعة فيديوهات المبادرة. في الوقت الذي جاءت فيه دراسة إبراهيم أبو **المجد (2022)**<sup>(17)</sup> لرصد تعرض الشباب لإستخدام المواقع الإخبارية للإنفوجرافيك في تناولها للمبادرات الرئاسية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي، **وأشارت نتائج الدراسة** إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع تعرض الشباب لاستخدام المواقع الإخبارية للإنفوجرافيك في تناولها للمبادرات الرئاسية ومعدل اعتمادهم على استخدام المواقع الإخبارية للإنفوجرافيك، كما أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين إدراك الشباب لمستوى ثراء المواقع الإخبارية لاستخدام الإنفوجرافيك في تناولها للمبادرات

الرئاسية وتفاعلهم مع الإنفوجرافيك عند استخدامه لتلك المواقع الإخبارية. وتأكيدا على أهمية المبادرات الرئاسية الصحية جاءت دراسة نسرين حسام الدين حسن وآخرون (2022)<sup>(18)</sup> والتي استهدفت رصد المحتوى الإعلامي النصي والمصور للمبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة في مجال الصحة والتمكين الاقتصادي والحماية الاجتماعية والتحول الرقمي في ضوء رؤية مصر 2030، وانتهت النتائج إلى تصدر مبادرة " الست المصرية صحة مصر " المرتبة الأولى من حيث اهتمام القنوات التلفزيونية عينة الدراسة بمتابعتها وعرضها، كما كشفت نتائج الدراسة عن اهتمام المواقع الإخبارية بتسليط الضوء على المبادرات الرئاسية محل الدراسة؛ وإبراز كافة المعلومات والخدمات والفاعليات التي تنظمها المبادرات وتعريف الجمهور بها.

ثانياً: درّاسات المحور الثاني والتي تتعلق بالمواقع الإخبارية وعلاقة المصريين المغتربين بالمواقع الإلكترونية:

هناك العديد من الدرّاسات التي تناولت المواقع الإخبارية وتأثيرها على الجماهير العربية بصفة عامة والمصرية بصفة خاصة فبعض الدرّاسات ركزت على الخدمات التي تتيحها المواقع الإلكترونية وتميزها في تحقيق إضافة جديدة، وهناك من ركز على نشاطها الإخباري ودورها في نشر المعلومات وتشكيل الاتجاهات، والبعض الآخر أكد على التفاعلية التي تتيحها هذه المواقع. وهذا ما ستوضحه الدرّاسات التالية ومنها دراسة دينا لطفي خضر (2008)<sup>(19)</sup> والتي هدفت إلى تحليل معالجة القضايا السياسية العربية علي مواقع القنوات التلفزيونية الفضائية العربية، و التعرف علي الخدمات التي تتيحها المواقع الإلكترونية وتميزها في تحقيق إضافة جديدة، وأسفرت النتائج عن تفوق موقع قناة النيل للأخبار في تغطية الأخبار والقضايا المختلفة أثناء الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة يليه موقع قناة المنار اللبناني وموقع الجزيرة(الجزيرة نت) وأخيرا موقع قناة العربية( العربية نت). في الوقت الذي ركزت فيه دراسة Brundidge, Jennifer Susan (2008)<sup>(20)</sup> في إمكانية وصول الخطاب المعروض علي الإنترنت مثل(الأخبار، والمناقشات السياسية) إلي الجمهور وكيف تكون هذه الأشكال المعروضة مجدية أو مؤثرة، كما بحثت عن كيفية استخدام شبكة الإنترنت في التأثير علي الجمهور في التغيرات السياسية، وأكدت النتائج علي مساهمة المواقع الإخبارية علي شبكة الإنترنت في رفع المعرفة والمشاركة السياسية وهذا يساهم في اجتياز المجتمع التقليدي. وانتقالاً إلى دور المواقع الإخبارية في تشكيل اتجاهات الجمهور جاءت دراسة نشوي اللواتي (2011)<sup>(21)</sup> للبحث عن تأثير التعرض للمواقع الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو الثورة الشعبية المصرية والليبية، وقامت الباحثة بتصميم موقعين تجريبيين لقياس متغير تأثير الأطر التفاعلية النصية والمرئية في تشكيل الاتجاه، وخلصت النتائج إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية وبين كل من مستوي النشاط والكفاءة والخبرة في الاستخدام والمشاركة السياسية والاهتمام السياسي والخلفية المعرفية والتفاعلية المدركة للمستخدم على الموقع التجريبي. كما أشارت نتائج الدراسة في المقياس التجميعي إلى أن نشاط الحصول على المعلومات جاء في المقدمة 92,8% مما يشير إلى استخدام الإنترنت بشكل هادف ذا مغزى ويعزز الوظيفة

الإخبارية للإنترنت يليه تحميل الملفات بنسبة 91,3. وتأكيداً على أهمية المواقع الإخبارية في نشر المعلومات جاءت دراسة اعتماد خلف معبد، وآخرون (2012) (22) والتي كشفت عن دور المواقع الإخبارية في تزويد شباب المغتربين المصريين بالمعلومات عن أحداث ثورة 25 يناير وأيضاً تحديد الخدمات التي تتيحها تلك المواقع وتميزها في تحقيق إضافة جديدة تجاه مشاهديها، وأشارت النتائج إلى اهتمام المواقع الإخبارية بالقضايا السياسية أكثر من القضايا الأخرى داخل الموقع، كما أثبتت النتائج أيضاً عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى ثقة الباحثين بالمعلومات الموجودة على المواقع الإخبارية على الإنترنت وبين درجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات. وعن دور المواقع الإخبارية في تشكيل الاتجاهات جاءت دراسة أمال الغريباوي (2012) (23) للتعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة على القنوات الفضائية المصرية في تكوين معارفهم بقضايا الوطن وتثقيفهم وتأكيد التواصل بينهم وبين الوطن، وخلصت النتائج أن جميع أفراد العينة يعتمدون على وسائل الإعلام، وأشار 36% منهم يعتمدون بدرجة كبيرة على وسائل الإعلام كمصدر للحصول على أخبار الوطن، مع الأخذ في الاعتبار أن أغلب أفراد العينة أشاروا إلي أنهم عادة ما يتصفحون الصحف المحلية من خلال مواقعها على الإنترنت. بينما توصلت دراسة رباب رافت الجمال (2012) (24) والتي هدفت إلي التعرف على حدود وطبيعة تأثير وسائل الإعلام الجديد (المواقع الإخبارية) على تشكيل معارف المغتربين واتجاهاتهم نحو الأحداث السياسية في مصر، وأظهرت النتائج إلى ارتفاع معدل استخدام عينة الدراسة لشبكة الإنترنت، وأنه كلما زاد استخدام المغتربين للمواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات حول الأحداث السياسية في مصر بعد الثورة، زاد مستوى المعرفة بالأحداث السياسية. وعن التفاعلية التي تتيحها المواقع الإخبارية جاءت دراسة أحمد عادل (2013) (25) تحت عنوان تفاعلية المواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي في إطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي، حيث هدفت إلي تحليل وتوصيف ما تقدمه المواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية على شبكة الإنترنت من خدمات وآليات تدعم التفاعل والمشاركة، وخلصت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين إدراك الشباب المصري عينة الدراسة للتفاعلية بالمواقع الصحفية الإلكترونية وأبعاد ثراء الوسيلة (الفورية- تعدد الرموز- اللغة الطبيعية- التركيز الشخصي- التوجه المتعدد- الذاكرة الحاسوبية) وتأكيداً على التفاعلية التي تتيحها المواقع الإلكترونية سعت دراسة ميسون السباعي (2013) (26) للتعرف على التحول التكنولوجي الجديد في الوطن العربي، ولاسيما وسائل الإعلام الاجتماعية لإنشاء اتصالات للتعبير عن حرية الرأي والتعبير، وخلصت النتائج إلى استخدام المصريين الشبكات لوسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على علاقات قوية في وطنهم، وزيادة الإحساس بالمشاركة السياسية لديهم، والتواصل مع الناس في مصر ومناقشة المعلومات السياسية وتقاسمها مع الناس في حياتهم اليومية. كما توصلت دراسة ليلى الحسيني (2014) (27) إلى أن الصحف العربية المقروءة والإلكترونية على قائمة وسائل الإعلام الأكثر شيوعاً لدى جمهور المغتربين العرب كمصدر للمعلومات داخل المجتمع المحلي وهذا يؤكد تفضيل المغتربين للمواقع الإلكترونية للحصول على معلومات الوطن. وما يؤكد ذلك ما توصلت إليه دراسة إيمان جمعة (2016) (28) حيث أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين معدل استخدام المصريين المغتربين بالدول العربية للمواقع الاجتماعية ودرجة الوعي السياسي

لديهم عند مستوي دلالة (0.05%). في الوقت الذي سعت فيه دراسة **سعدية فوزي (2016)** (29) للتعرف على دور المواقع الإخبارية في التنقيف السياسي وعلاقته بإدراك الشباب المصري في الداخل والخارج للتحويلات السياسية في مصر، وخلصت النتائج إلى اهتمام المواقع الإخبارية بالقضايا السياسية أكثر من القضايا الأخرى داخل الموقع وبيّنت النتائج أيضاً وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض المبحوثين للإنترنت ومستويات التعرض المختلفة للمواقع الإخبارية على الإنترنت. بينما ركزت دراسة **عبدالخالق زقروق (2019)** (30) على التعرف على مدى تعرض المغتربين المصريين لصحافة المواطن و الوقوف على العلاقة بين قراءة المغتربين المصريين لصحافة المواطن وبين مستوى معرفتهم بالأوضاع الاقتصادية الراهنة. وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية من أشكال صحافة المواطن الأكثر تفضيلاً من المصريين المغتربين ويليها جاءت منتديات النقاش والدرشة، وبيّنت النتائج أيضاً أنهم يتابعون هذه المواقع للتعرف على ما يحدث داخل مصر من أحداث. وفي النهاية خلصت دراسة **صوفيان مصباح (2021)** (31) إلى أن الإعلام الإلكتروني مستقبل الصناعة الإخبارية لما يمنحه من فرص تطوير وشرح وإيضاح، اعتماداً على الجرافيك والانفوجرافيك والملتيميديا، وأن جودة المواقع الإلكترونية الإخبارية تحدد حجم التعرض لها، كما أن جودة هذه المواقع تحدد قدرة الجمهور المستهدف على المشاركة في صناعة المحتوى وقدرة الصحفي على التعديل ومدى توفر الاحالات الإخبارية وتوصلت الدراسة أيضاً إلى أن توافر الفنون البصرية تتناسب مع المنصات الجديدة وتعمل على تثمين الخبر وتحسين جودة الشكل ودقة المضمون .

### التعقيب على الدراسات السابقة:-

من خلال اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة ودراساتها وتحليلها للوقوف على ما انتهت إليه الدراسات لاحظت الباحثة عدد من الملاحظات فبالنسبة لدراسات المحور الأول نجد أن معظم الدراسات اهتمت بالمبادرات الصحية والقليل منها اهتمت بالمبادرات الاقتصادية والمبادرات الاجتماعية، ونجد أيضاً أن معظم الدراسات العربية والأجنبية للمبادرات الرئاسية ركزت على المراهقين والشباب كعينة بحثية ممثلة للمجتمع ولا توجد أي دراسة تعلقت بالمصريين المقيمين بالخارج والمبادرات الرئاسية. كما ركزت معظم الدراسات التي تناولت المبادرات الرئاسية على وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي، وهنا لاحظت الباحثة عدم وجود أي دراسة تتعلق بالمواقع الإخبارية والمبادرات الرئاسية مما كان حافزاً للباحثة لتسليط الضوء على كيفية تناول المواقع الإخبارية للمبادرات الرئاسية.

أما عن دراسات المحور الثاني نجد أن معظم الدراسات اهتمت بالمواقع الإخبارية ودورها في تزويد الجمهور بالمعلومات وأن كثير من المصريين المقيمين بالخارج يعتمدون عليها للحصول على معلومات الوطن، واتفقت كثير من الدراسات على التأثير المباشر للمواقع الإخبارية في تشكيل وتوجيه اتجاه الجمهور نحو القضايا، ولكن نجد أن معظم القضايا التي اهتمت بها الدراسات كانت قضايا سياسية، وركزت كثير من الدراسات على دور المواقع الإخبارية في التنقيف السياسي وعلاقتها بإدراك الواقع السياسي من قبل المصريين المغتربين ومن هنا توصلت الباحثة إلى ندرة الدراسات التي تناولت علاقة المواقع الإخبارية بإدراك الواقع الاجتماعي بالنسبة للمصريين المغتربين مما دفع الباحثة للقيام بهذه الدراسة.

### الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تحديد وبلورة المشكلة البحثية والتأكيد على أهمية دراستها.
- اختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة.
- الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة.
- اختيار وبناء بعض أدوات جمع البيانات، ومقارنة النتائج.

### الإطار النظري للدراسة:

#### أولاً: نظرية ثراء الوسيلة (Media Richness):

استخدمت الدراسة الحالية نظرية ثراء الوسيلة أو نظرية ثراء المعلومات كمدخل نظري لها حيث قدم كل من (Daft & Lengel) نظرية ثراء وسائل الإعلام عام 1984، وقد وضعت في المقام الأول لوصف وتقييم وسائل الاتصال داخل المنظمات، واعتمدت على نظرية "معالجة المعلومات" وكيفية تبادل المعلومات داخل المنظمات.<sup>(32)</sup>

هدفت نظرية ثراء وسائل الإعلام إلى التغلب على تحديات الاتصال التي تواجه المنظمات مثل الرسائل غير الواضحة أو الرسائل ذات التفسيرات المتناقضة. وقد تم دراسة نظرية ثراء وسائل الإعلام على نطاق واسع منذ عرضها لأول مرة.<sup>(33)</sup> وقام كتابها الأصليون بطرح العديد من المقالات الإضافية حول الموضوع والتي تشمل دراسة عن وصف ثراء وسائل الإعلام والقدرة على الاختيار المناسب لوسائل الإعلام كمهارة تطبيقية.<sup>(34)</sup> وعرف (Friedrich & Shaver) ثراء وسائل الإعلام بأنه قدرة الوسيلة الاتصالية على معالجة المعلومات أو نقل المحتوى المتضمن في رسالة ما حيث يري أن قدر المعلومات الذي تستطيع الوسيلة توصيله هو الذي يساعد في عملية صنع القرار باختيار وسيلة من ضمن وسائل إعلامية عديدة، فالتليفزيون والإنترنت بما يحملانه من صور يقومان بتوصيل المعلومات بشكل يفوق الراديو.<sup>(35)</sup> بينما عرف (Robert et all) ثراء الوسيلة بأنه الدرجة التي ندمج عناصر الواقع الحقيقية عندها، ويتم تقديمها في وسائل الإعلام، لأن العالم الواقعي أو الحقيقي يكون أكثر ثراء من أي وسيط اتصالي، ومن هنا فإن الوسيلة الثرية هي التي تقوم بتقديم موضوعات العالم الحقيقي.<sup>(36)</sup>

واستخدمت الباحثة نظرية ثراء الوسيلة لمعرفة كيفية تناول المواقع الإخبارية للمبادرات الرئاسية في الواقع المجتمعي المصري. وكيف استخدمت هذه المواقع للوسائط التكنولوجية الحديثة في تقديم موضوعات المبادرات الرئاسية بشكل بسيط مما يثري الرسالة الإعلامية في ظل توافر الوسائل التفاعلية التي اتاحتها هذه المواقع الإلكترونية الإخبارية كوسيلة من وسائل الإعلام الجديد والتي سهلت من نجاح عملية الاتصال -حيث أن فعالية اتصال الوسيلة يعتمد على درجة ثرائها المعلوماتي- مما جعلها وسيلة مميزة عن وسائل الإعلام التقليدية وأكثر جذبًا فتلاقى اهتمامًا كبيرًا من الجمهور.

و تركز النظرية على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع

صدي تكون أكثر ثراءً، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة.<sup>(37)</sup>

### فرضيات النظرية:

تفترض نظرية ثراء الوسيلة أنه كلما زادت درجة غموض والتباس العملية الاتصالية كان من الأفضل استخدام وسيلة أكثر ثراءً، حيث أن لوسائل الاتصال قدرات استيعابية مختلفة لتسهيل أداء مهامها لاستجلاء الغموض وتسهيل التفاهم بين الأطراف الاتصالية.<sup>(38)</sup> وتفترض هذه النظرية أيضاً أن وسائل الاتصال ذات التكنولوجيا العالية تمتلك قدرًا كبيراً من المعلومات فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها مما يجعلها أكثر تعبيراً للرسالة الإعلامية، وأن هناك أربع معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدراتها على نقل الاشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة والتركيز الشخصي على الوسيلة واستخدام اللغة الطبيعية.<sup>(39)</sup>

### أبعاد نظرية ثراء الوسيلة:

يوجد لنظرية ثراء الوسيلة Media Richness أبعاد تتمثل فيما يلي:<sup>(40)</sup>

- 1- **التنوع:** ويعني التنوع في الأدوات والوسائل الجديدة للإنتاج الإعلامي، وبالتالي يحدث التنوع في الاختيار.
- 2- **الجودة:** إذا أتاحت الوسائل والأدوات الجديدة إمكانيات ومميزات مختلفة ومتعددة بترائها من حيث التكوين وبالتالي الاختيار.
- 3- **الدقة:** وقد أضيف هذا البعد والذي يتعلق بسهولة وسرعة ومرونة وتحقيق الغاية من وراء استخدام تقنية معينة.

وفي النهاية يمكن القول أن وسائل الإعلام تختلف في قدراتها في عرض الرسائل الإعلامية وفي قدرتها علي تغيير فهم المتلقي، إذ يلجأ الجمهور لاختيار وسائل تتمتع بثراء يُمكنها من توصيل المعلومة بشكل بسيط وتتمكن من إزالة الغموض الذي يحيط بالعملية الاتصالية وتوفر أشكال مختلفة للتفاعل ولرجع الصدى أو تطوير الرسالة وتعديلها بما يتناسب مع الجمهور المتلقي.

### ثانياً: نظرية الواقع الاجتماعي (Social Reality):

تعتبر نظرية إدراك الواقع الاجتماعي أحد نظريات علم النفس والتي تركز على الأداء البشري والدور الذي تلعبه البيئة الاجتماعية في التحفيز والتعلم والتنظيم الذاتي، ففي عام 1970 قدم العالم دي فلور نظرية بسيطة نسبياً تدعى نظرية المعايير الثقافية هذه النظرية وفرت الأساس لظهور النظرية الأكثر شمولاً وهي نظرية التوقعات الاجتماعية، فهذه النظرية ترى أن جزء كبير من اكتساب المعرفة لدى الأفراد يرتبط بشكل كبير على مشاهدة وملاحظة سلوك الآخرين داخل السياق الاجتماعي، ففي البداية كانت ترى هذه النظرية أن



الفرد يلاحظ نموذج يؤدي سلوك ما، وما لهذا السلوك من نتائج فيحتفظ الفرد بهذا السلوك ونتائج أي ما كانت، ثم يتذكر هذا الفرد تسلسل الأحداث التي رآها ويستخدم هذه المعلومات التي احتفظ بها لتوجيه سلوكياته اللاحقة في الوقت المناسب. (41) ويرى ألبرت باندورا أن الإدراك ينشأ من علاقة ثلاثية تبادلية بين عوامل أساسية أولهما **المحددات الشخصية** وهي قدرة الفرد في التحكم في افعاله وفرض قيود على نفسه وتقييم الذات مما يزيد إدراكه لذاته، أما **المحددات السلوكية** فهي الاستجابة التي يتلقاها الشخص بعد أداء سلوك معين فكلما كانت النتائج إيجابية كلما عززت من السلوك وتدفعه إلى الاستمرار فيه. **وأخيراً المحددات البيئية** والتي من ال ممكن أن تكون مفروضة على الشخص، أو يتم اختيارها والتحكم فيها. (42)

**ويمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الواقع:** (43)

**الواقع الاجتماعي الموضوعي:** وهو الواقع الموجود خارج الفرد، ويتم النظر إليه باعتباره الحقيقة والواقع الذي لا يحتاج لأي تأكيد.

**الواقع الاجتماعي الرمزي:** ويتمثل في كل أشكال التعبير الرمزي عن الواقع الاجتماعي الموضوعي مثل ما تقدمه محتوى وسائل الإعلام.

**الواقع الاجتماعي الذاتي:** ويتكون نتيجة لدمج الواقع الاجتماعي الموضوعي وتصويره الرمزي داخل وعي الفرد.

وعليه فإن مدركات الفرد عن الواقع تتشكل إما بشكل مباشر من خلال الخبرة الشخصية والملاحظة المباشرة أو من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو من خلال الاتصال بالأصدقاء وبهذا يتحدد مفهوم الإدراك الاجتماعي من حصول الفرد على تفسيرات عما يدور حوله سواء بشكل مقصود أو غير مقصود ثم استخدام هذه التفسيرات كمعين في إدراك المواقف المختلفة. (44)

وبناءً على ما سبق تعرف الباحثة الإدراك الاجتماعي بأنه قدرة أفراد العينة من تفسير ما تقدمه وسائل الإعلام وخاصة المواقع الإخبارية وما تحتويه مضمون هذه الوسائل من قيم وسلوكيات معينة، وإدراكه ما تحمله من معاني ودلالات وتأثيرات مختلفة مما يساعده في تشكيل واقع اجتماعي له. وترى الباحثة أن وسائل الإعلام مصدر مهم لتوقعات إدراك الواقع داخل المجتمعات لجماعات معينة فمثلاً في هذه الدراسة فإن الجمهور المصري المقيم بالخارج ينتقص إلى الخبرة المباشرة في متابعة التطورات والتغيرات الاجتماعية التي يشهدها المجتمع المصري نظراً لظروف إقامته خارج البلاد فبالتالي يعوض ذلك من خلال مشاهدته لوسائل الإعلام والاتصال بالأهل والأصدقاء، وهذا ما يؤكد للباحثة علاقة إدراك الواقع الاجتماعي بوسائل الإعلام، والتي يمكن تفسيرها في: أن لوسائل الإعلام دور كبير في بناء الواقع الاجتماعي للأفراد وخاصة المقيمين خارج حدود أوطانهم حيث ينتقصهم الخبرة المباشرة للأحداث والتطورات التي تتم هناك فتفسر لهؤلاء الأفراد العالم من حولهم وما يطرأ على وطنهم من أحداث مما يساعدهم في عملية الإدراك الاجتماعي، وهذا ما ينطبق على موضوع دراستنا حيث أن المصري المقيم بالخارج يكتسب العديد من الخبرات والسلوكيات التي تساعده في عملية إدراك واقعه الاجتماعي المصري من خلال ملاحظة

الأخرين في الحياة الاجتماعية عن طريق شخصيات وأحداث وتغيرات تظهر عبر وسائل الإعلام، وتقوم هذه الوسائل -وخاصة الحديثة منها- بإمكانيتها التفاعلية- بتفسير هذه الأحداث، وهذه الخبرات المتراكمة التي اتاحتها وأوجدتها هذه الوسائل الإعلامية تمثل الواقع لدى هؤلاء المغتربين، تخلق لهم مجتمع افتراضي جديد وكأنه يعيش بداخل مجتمعه، يدرك ويتوقع ما به من أحداث، وبالتالي فإن وسائل الإعلام تعد من أهم المحددات البيئية الرمزية والافتراضية التي لها دور هام في تشكيل مدركاتهم. وهذا ما دفع الباحثة لدراسة العلاقة بين استخدام المواقع الإخبارية من قبل المصريين المقيمين بالخارج وبين إدراكهم للواقع الاجتماعي المصري.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع البيانات الخاصة باستخدام المصريين المغتربين عينة الدراسة للمواقع الإخبارية عبر الإنترنت، وعلاقة ذلك بمعرفتهم بالمبادرات الرئاسية وإدراكهم للواقع الاجتماعي المصري. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه الميداني والتحليلي، في إطاره تم مسح تحليل مضمون عينة من المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة، وأيضا تم مسح الجمهور على عينة من المصريين المغتربين في إطار أهداف الدراسة وتساؤلاتها. وكذلك اعتمدت الباحثة على المنهج المقارن للمقارنة بين كيفية تناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية على كلاً من المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة عينة الدراسة.

#### مجتمع الدراسة:

وينقسم مجتمع الدراسة إلى:

**مجتمع الدراسة التحليلية:** حيث يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (موقع صدى البلد والنيل الإخباري) وتناولت المبادرات الرئاسية.

**أما مجتمع الدراسة الميدانية:** يتمثل في عينة من الجمهور المصري المقيم خارج مصر في كل من (السعودية- الكويت- الإمارات- النمسا- ألمانيا)

عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات الخاصة بالدراسة التحليلية:

#### عينة الدراسة التحليلية:

تم تطبيق استمارة تحليل المضمون حيث تم تحليل عينة عمدية من المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (صدى البلد، النيل الإخبارية) وتناولت المبادرات الرئاسية لمدة ستة أشهر (2021/7/1 – 2021/12/31)، وقد تم اختيار هذه العينة بشكل عمدي. فهي عينة عمدية أي أنها تعتمد على قيام الباحث باختيار مفردات العينة بناءً على خبرتها

الشخصية وتقييمها الشخصي للخصائص التي يجب توافرها في عينة الدراسة (45) وهناك مجموعة من المبررات التي تم على أساسها اختيار عينة الدراسة التحليلية، وهي كالتالي:

❖ أولاً: أنها المواد المنشورة على المواقع الإخبارية وتناولت المبادرات الرئاسية.

❖ ثانياً: تم اختيار كلاً من (صدى البلد، النيل الإخبارية) لأن موقع صدى البلد يُمثل أحد المواقع الإخبارية المصرية الخاصة، ولأن موقع النيل الإخبارية يُمثل أحد المواقع الإخبارية المصرية الحكومية، ومن هنا نستطيع عمل مقارنة بين كيفية تناول الإعلام للمبادرات الرئاسية على كلاً من المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة.

وقد وزعت عينة الدراسة على المواقع المصرية الإخبارية (صدى البلد، والنيل الإخباري) على النحو المبين بالجدول التالي:

**جدول رقم (1)**  
**يوضح توزيع عينة الدراسة التحليلية**

| توزيع العينة    | ك   | %    |
|-----------------|-----|------|
| النيل الإخبارية | 39  | 30.2 |
| صدى البلد       | 90  | 69.8 |
| الإجمالي        | 129 | 100  |

يوضح لنا هذا الجدول المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية، فنجد أن عدد المواد المنشورة للمبادرات الرئاسية والتي تم تناولها على موقع صدى البلد (90 خبر) أي بنسبة (69.8%)، أما عن عدد المواد المنشورة للمبادرات الرئاسية والتي تم تناولها على موقع النيل الإخبارية (39 خبر) أي بنسبة (30.2%).

#### **أداة جمع بيانات الدراسة التحليلية:**

اعتمدت الباحثة على صحيفة تحليل المضمون كأداة لوصف محتوى المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية، والذي يُعرف بأنه أسلوب للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون؛ تلبية للاحتياجات البحثية المُصاغة في فروض البحث وتساؤلاته، وطبقاً للتصنيفات الموضوعية التي يُحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك إما في وصف الجوانب الفنية للمواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية، أو طبيعة ونوعية هذه المواد، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة مُنظمة وفق أسس منهجية ومعايير موضوعية وأن تستند الباحثة في عملية جمع البيانات وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية.

#### **تصميم صحيفة تحليل المضمون:**

استعانت الباحثة بصحيفة تحليل المضمون لجمع البيانات الخاصة بمحتوى Content المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية، وقد قامت الباحثة بتصميم صحيفة تحليل المضمون، من خلال الخطوات الآتية:

1. تحديد الهدف من الدراسة التحليلية: والذي يتمثل في تحليل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية بكافة جوانبها.
2. تحديد وحدات التحليل إلى جانب مجموعة من الفئات التي تتضمنها صحيفة تحليل المضمون: والتي تخدم البحث وتساعد في الإجابة على تساؤلاته.
3. صياغة صحيفة تحليل المضمون بشكل مبدي: ويتم ذلك من خلال تساؤلات الدراسة وأهدافها إلى جانب الاطلاع على الدراسات السابقة.
4. عرض الصحيفة على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين: وذلك لإبداء آرائهم فيها، وللتأكد من أن فئات التحليل تحقق أهداف الدراسة وتجيب على تساؤلاتها، واقتراح تعديلاتهم عليها.
5. إجراء الثبات مع اثنين من الباحثين: وذلك للتأكد من صلاحية هذه الفئات وثباتها في التحليل، وذلك حسب درجة الثبات.
6. صياغة الاستمارة في صورتها النهائية: ويتم ذلك بعد إجراء التعديلات التي أقرها الأساتذة المحكمون.
7. عملية ترميز: حيث تقوم الباحثة في هذه الخطوة بترميز صحيفة تحليل المضمون على المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية، ومن ثم القيام بالعمليات الإحصائية، والخروج بنتائج الدراسة.

### تحديد وحدات التحليل:

**وحدة التحليل:** يُقصد بها وحدة المحتوى التي يُمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة، ويعطى وجودها أو تكرارها أو غيابها دلالات تفيد الباحثة في تفسير النتائج، وقد استخدمت الباحثة الوحدة التالية:

◀ **وحدة المادة المنشورة:** فقد لجأت الباحثة إلى هذه الوحدة للتعرف على تصنيف المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية، ووسائل الإبراز المستخدم داخل هذه المواد، وأهداف هذه المواد، واتجاه مضمونها، كيفية الإشارة إلى جهود الدولة داخل هذه المواد، والأساليب الإقناعية المستخدمة داخل المواد، والإمكانات التفاعلية المصاحبة لهذه المواد، وأيضًا الكشف عن المبادرات التي تم تناولها داخل هذه المواد، وأخيرًا الأهداف المرجوة من هذه المبادرات.

### اختبار الصدق والثبات لصحيفة تحليل المضمون:

(1) **اختبار الصدق:** يقصد بالصدق أو بالصحة validity صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعنى آخر هو صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة<sup>(46)</sup> وقد تم قياس صدق التحليل من خلال ما يلي:

- ❖ التحديد الدقيق لفئات التحليل ووحدها، وتعريف كل فئة وكل وحدة تعريفًا دقيقًا وواضحًا وشاملاً.
- ❖ عرض الصحيفة على مجموعة من المحكمين<sup>(47)</sup>، وذلك للتأكد من أن الأداة تقيس ما أعدت لقياسه بالفعل.
- ❖ اختبار الثبات: يُقصد بثبات التحليل أن الاستمارة تعطي النتائج نفسها أو قريبة منها إذا ما تم تطبيقها على مادة مُعينة في أوقات مُختلفة، أو بواسطة باحثين مُختلفين<sup>(48)</sup>.
- ❖ وقد قامت الباحثة بإجراء ثبات التحليل<sup>(49)</sup> مع زميلين خلاف الباحثة وتم شرح الفئات لهم وتدريبهم عليها، وتزويدهم بقائمة التعريفات الخاصة بفئات التحليل.
- ❖ وقد أجرى الثبات على عينة مُختارة من المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المُبادرات الرئاسية وهي 7 مواد "عينة الدراسة" من إجمالي 129 مادة أي بنسبة (5، 4%) من عينة الدراسة الإجمالية، وقد تم حساب ثبات التحليل وفقاً للخطوات التالية:

$$\text{عدد حالات الثبات} = \frac{3 \times 2}{2} = 3 \text{ حالات.}$$

❑ إذا رمزنا للمحللين بالرموز (أ، ب، ج) تكون حالات الثبات كالتالي: (أب، أ ج، ب ج).

❑ وبالتالي حالات الثبات، هي كالتالي:

$$\text{ثبات أ ب} = \frac{\text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق} \times 2}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{530 \times 2}{1176} = 0,90$$

$$\text{ثبات أ ج} = \frac{\text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق} \times 2}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{541 \times 2}{1176} = 0,92$$

$$\text{ثبات ب ج} = \frac{\text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق} \times 2}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{553 \times 2}{1176} = 0,94$$

$$\text{ترتيب الوسيط} = \frac{1+n}{2} = \frac{1+3}{2} = 2$$

وبترتيب القيم السابقة تنازلياً أو تصاعدياً لحساب الوسيط، تصبح القيم كالتالي: (0، 90، 92، 0، 94).

$$\text{الوسيط} = 0,92$$

❖ المتوسط =  $\frac{0.94+0.92+0.90}{3} = 0,92$ ، وهي نسبة عالية تدل على وضوح المقياس وصلاحيته للتطبيق.

عينة الدِّراسَةِ وأدوات جمع البيانات الخاصة بالدِّراسَةِ الميدانية:

### عينة الدِّراسَةِ الميدانية:

طبقت الدِّراسَةِ علي عينة عمديه من مستخدمي الإنترنت قوامها(120) مفردة من الجمهور المصري بالخارج من الذكور والإناث الذي يتراوح عمرهم الزمني بين(أقل من 30 سنة إلى أكثر من 45 سنة) ، وهناك مجموعة من المُبررات التي تم علي أساسها اختيار عينة الدِّراسَةِ الميدانية، وهي كالتَّالي:

- ❖ تم اختيار هذه الفئة من الجمهور المصري ممن يعيشون خارج مصر نظرا لقلّة الدِّراسَات العربية التي اتخذت من المصريين بالخارج عينة ميدانية لها في البحث عن تأثيرات المواقع الإخبارية في إدراكهم للواقع الاجتماعي المصري.
- ❖ بالإضافة إلى الاهتمام المتزايد من قبل هذه الفئة من الجمهور المصري بالمواقع الإخبارية واعتبارها مصدر هام من مصادر المعرفة بالأخبار وأهم الأحداث والتحويلات الاجتماعية في مصر بالإضافة أيضًا إلى سهولة حصول الباحثة على هذه العينة فهي تعتبر عينة متاحة بالنسبة لها.

وقد وزعت خصائص عينة الدِّراسَةِ وفقا لمتغيرات النوع، الإقامة، السن، المستوى التعليمي

### جدول رقم (2)

توزيع عينة الدِّراسَةِ وفقا للنوع، الإقامة، السن، المستوى التعليمي.

| المتغير          | المجموعات         | التكرار | النسبة |
|------------------|-------------------|---------|--------|
| النوع            | ذكور              | 54      | 45.00  |
|                  | إناث              | 66      | 55.00  |
| المجموع          |                   | 120     | 100    |
| الإقامة          | مغتربي دول عربية  | 78      | 65.00  |
|                  | مغتربي دول أجنبية | 42      | 35.00  |
| المجموع          |                   | 120     | 100    |
| السن             | أقل من 30         | 21      | 17.50  |
|                  | من 30 إلى 45      | 60      | 50.00  |
|                  | 45 فأكثر          | 39      | 32.50  |
| المجموع          |                   | 120     | 100.00 |
| المستوى التعليمي | أقل من جامعي      | 18      | 15.00  |
|                  | جامعي             | 66      | 55.00  |
|                  | أعلى من جامعي     | 36      | 30.00  |
| المجموع          |                   | 120     | 100    |

أدوات جمع بيانات الدِّراسَةِ الميدانية:

اعتمدت الباحثة على الاستبانة الإلكترونية في جمع البيانات؛ أي من خلال توزيع استمارات إلكترونية وتعبئتها رقميًا وتوزيعها على فئات من الجمهور المصري المقيم خارج مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني ومجموعات الواتس أب، ويتكون الاستبيان

من 16 سؤالاً، عبارة عن عدة مقاييس موضحة في التالي، بالإضافة إلى البيانات الشخصية ومتغيرات الدراسة المتمثلة في النوع (ذكور- إناث)، الإقامة (دولة عربية- دولة أجنبية)، السن (أقل من 30 سنة - من 30 إلى 45 سنة - من 45 فأكثر)، المؤهل (أعلى من جامعي - جامعي - أقل من جامعي) وقد تم عرض الاستمارة على عدد من الخبراء والمحكمين المتخصصين في مجال الإعلام، وقامت الباحثة بإجراء التعديلات التي طالبوا بها.

### خطوات تقنين أداة الاستبيان:

قامت الباحثة بتحديد أهداف استمارة الاستبيان في ضوء مشكلة الدراسة وفروضها ومتغيراتها، وكذلك تحديد أفراد العينة التي ستطبق عليهم استمارة الاستبيان، ومعرفة سماتهم من حيث النوع والإقامة والسن والمؤهل وذلك للوقوف على الصياغة المناسبة للمبحوثين من ناحية، وتحقيق أهداف الدراسة من ناحية أخرى. وتم إعداد الاستمارة وتم تطبيق الاستمارة في شكلها الأولي على عينة استطلاعية مكونة من 20 مفردة، وتم تغيير صياغة بعض الأسئلة وإضافة بعض البدائل وحذف أخرى وإضافة بعض التفصيلات والإرشادات والانتقالات. وتم دراسة الاستبيان من خلال مراجعتها علمياً ومنهجياً، وذلك من خلال عرض الاستبيان على مجموعة من الخبراء والمحكمين بهدف التعرف على ملاحظات الخبراء والمحكمين<sup>(50)</sup> في التخصصات المختلفة على استمارة الاستبيان سواء بالحذف أو الإضافة أو التعديل. وبعد إبداء الخبراء والمحكمين ملاحظاتهم وتوجيهاتهم وتنفيذ هذه الملاحظات العلمية على الاستمارة وبناء على نتائج الاختبار القبلي pre test للاستبيان تمت صياغة الاستمارة في شكلها النهائي الذي تم تطبيقه على عينة الدراسة، وتتكون استمارة الاستبيان من 16 سؤالاً، بالإضافة إلى البيانات الأولية، ثم قامت الباحثة بعد ذلك بإجراء الدراسة الميدانية من خلال تلك الاستمارة التي تم إعدادها.

### **صدق وثبات الاستبيان:**

#### **أولاً: صدق الاستبيان:**

يقصد بصدق الاختبار صحته في قياس ما يدعى انه يقيسه، والاختبار الصادق يقيس ما وضع لقياسه<sup>(51)</sup>. وللتحقق من صدق الاستبيان تم الاعتماد على ثلاث طرق مختلفة وهي: الصدق المنطقي، الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، صدق الاتساق الداخلي.

#### **أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى):**

اعتمدت الباحثة في بناء هذا الاستبيان واختيار العبارات المكونة لأبعاده على الدراسات السابقة التي اتخذت من المبادرات الرئاسية موضوعاً لها، وكذلك اشتقت بعض عبارات الاستبيان من بعض المقاييس الخاصة بالدراسات السابقة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكمل باقي عبارات الاستبيان من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الاعتماد على المصادر السابقة إلى تمتع المقاييس الفرعية للاستبيان بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي وأن الاستبيان صالح للتطبيق.

### ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:

تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام وعلم الاجتماع في الجامعات المصرية، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الاستبيان، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها 90% فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبدتها المحكمون؛ حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبيان إلى 16 سؤال.

### ج- صدق الاتساق الداخلي:

تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان، ولهدف التحقق من مدى صدق الاستبيان، ويتضح ذلك من خلال جدول التالي.

### جدول (3)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للاستبيان

| المجال                                      | معامل الارتباط | مستوى الدلالة |
|---|----------------|---------------|
| مقياس متابعة المبادرات الرئاسية             | 0.882          | دالة عند 0.01 |
| مقياس الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية | 0.798          | دالة عند 0.01 |
| مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري         | 0.758          | دالة عند 0.01 |
| مقياس ثراء المواقع الإخبارية بالمعلومات     | 0.669          | دالة عند 0.01 |
| مقياس الاهتمام بمتابعة المبادرات الرئاسية   | 0.728          | دالة عند 0.01 |
| مقياس دوافع متابعة المبادرات الرئاسية       | 0.771          | دالة عند 0.01 |

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من 0.01، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبيان بين (0.669، 0.882) وهذا دليل كافٍ على أن المقاييس المكونة لأداة الدراسة تتمتع بمعامل صدق عالي.

### ثانياً: ثبات الاستبيان:

يقصد بثبات الاستبيان عادة أن يكون على درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق فيما تزودنا به من بيانات عن سلوك المبحوث<sup>(52)</sup>، والاختبار الثابت هو الذي يعطي نفس النتائج (تقريباً) إذا طبق على نفس الأشخاص في فرصتين مختلفتين<sup>(53)</sup>، وقد تم حساب معامل ثبات الاستبيان أداة الدراسة على عينة قوامها (20) مفردة من جمهور المغتربين، وذلك باستخدام طريقة إعادة التطبيق لحساب ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان وبطريقة التجزئة النصفية لسبيرمان - بروان.

### أ- طريقة إعادة التطبيق:

تم تطبيق الاستبيان على عينة مكونة من 20 مفردة من جمهور المغتربين ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قامت الباحثة



بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني، وقد أشارت معاملات الارتباط إلى الاتفاق بين الإجابات على كل بعد من أبعاد الاستبيان بين التطبيق الأول والثاني بنسبة بلغت 0.798 ويتضح ذلك من الجدول التالي:

#### جدول رقم (4)

##### معامل ثبات الاستبيان وأبعاده المختلفة

| م | البعد                                       | معامل الثبات | مستوى الدلالة |
|---|---|--------------|---------------|
| 1 | مقياس متابعة المبادرات الرئاسية             | 0.758        | دالة عند 0.01 |
| 2 | مقياس الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية | 0.762        | دالة عند 0.01 |
| 3 | مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري         | 0.774        | دالة عند 0.01 |
| 4 | مقياس ثراء المواقع الإخبارية بالمعلومات     | 0.698        | دالة عند 0.01 |
| 5 | مقياس الاهتمام بمتابعة المبادرات الرئاسية   | 0.812        | دالة عند 0.01 |
| 6 | مقياس دوافع متابعة المبادرات الرئاسية       | 0.839        | دالة عند 0.01 |
|   | الدرجة الكلية                               | 0.798        | دالة عند 0.01 |

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (0.698 – 0.839) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى 0.01، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للاستبيان قد بلغ 0.798 وهي نسبة توحى بالثقة في صلاحية الاستبيان كأداة من أدوات الدراسة.

#### ب- طريقة التجزئة النصفية (S.H):

كما قامت الباحثة بحساب معامل ثبات كل مقياس فرعي من المقاييس المكونة للاستبيان، وحساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان وفقا لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

#### جدول رقم (5)

##### معامل ثبات الاستبيان وأبعاده وفقا (التجزئة النصفية لجتمان – سبيرمان وبراون).

| م | البعد                                       | معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان | معامل ارتباط سبيرمان – براون |
|---|---|-------------------------------------|------------------------------|
| 1 | مقياس متابعة المبادرات الرئاسية             | 0.882                               | 0.902                        |
| 2 | مقياس الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية | 0.834                               | 0.798                        |
| 3 | مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري         | 0.795                               | 0.812                        |
| 4 | مقياس ثراء المواقع الإخبارية بالمعلومات     | 0.724                               | 0.771                        |
| 5 | مقياس الاهتمام بمتابعة المبادرات الرئاسية   | 0.862                               | 0.834                        |
| 6 | مقياس دوافع متابعة المبادرات الرئاسية       | 0.698                               | 0.762                        |
| * | معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها               | 0.884                               | 0.863                        |
| * | ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية             | 0.876                               | 0.858                        |

يتضح من الجدول السابق رقم (5) أن المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان حققت معاملات ثبات علي درجة معقولة ومقبولة علمياً، حيث تراوحت معاملات ثبات الأبعاد وفقا لمعامل

التجزئة النصفية لجتمان ما بين 0.698 – 0.882، بينما تراوح معامل ثبات الأبعاد وفقاً لمعامل ارتباط سبيرمان وبراون ما بين 0.762-0.902، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط الأبعاد مع بعضها فقد كانت 0.884 وفقاً لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقاً لمعامل سبيرمان – براون 0.863، وهي معاملات ثبات عالية وتدل على ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان فقد كانت 0.876 وفقاً لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت 0.858 وفقاً لمعامل سبيرمان وبراون وهي معاملات ثبات عالية وتشير إلى ثبات الاستبيان وصلاحيته للاستخدام.

#### منهجية قياس متغيرات الدراسة:

أ- **مقياس معدل استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية:** ولقياس معدل استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية استخدمت الباحثة مقياس مكون من 3 أسئلة باستمارة الاستبيان عن مدى استخدام المواقع الإخبارية، وكم مرة يستخدم المبحوث المواقع الإخبارية في الأسبوع، والمدة الزمنية لاستخدام المواقع الإخبارية في اليوم، وتم جمع الدرجات لكل مبحوث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين 3 : 11 درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات من 3 إلى 5 درجات مستوى منخفض، من 6 : 8 درجات مستوى متوسط لاستخدام المواقع الإخبارية، ومن 9 إلى 11 درجة مستوى مرتفع الاستخدام.

ب- **مقياس مصداقية وثقة المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية:** ولقياس مصداقية وثقة المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (7) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين 7 إلى 21 درجة، وتم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول منخفضي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية ويحصلون على الدرجة 7 إلى 11، والثاني متوسطي مستوى الثقة ويحصلون على الدرجة من 12 إلى 16، والثالث مرتفعي مستوى الثقة ويحصلون على الدرجة من 17 إلى 21.

ت- **مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة المبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية:** ولقياس مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة المبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (7) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين 7 إلى 21 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من الاهتمام ويحصل على الدرجة 7 إلى 11، والثاني مستوى متوسط من الاهتمام ويحصل على الدرجة من 12 إلى 16، والثالث مستوى مرتفع من الاهتمام ويحصل على الدرجة من 17 إلى 21.

ث- **مقياس دوافع الاهتمام بمتابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية:** ولقياس دوافع الاهتمام بمتابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية تم

تكوين مقياس تجميعي مكون من (8) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين 8 إلى 24 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من الدافعية ويحصل على الدرجة 8 إلى 13، والثاني مستوى متوسط من الدافعية ويحصل على الدرجة من 14 إلى 19، والثالث مستوى مرتفع من الدافعية ويحصل على الدرجة من 20 إلى 24.

ج- مقياس ثراء المواقع الإخبارية بالمعلومات حول المبادرات الرئاسية: لقياس ثراء المواقع الإخبارية بالمعلومات حول المبادرات الرئاسية تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (5) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين 5 إلى 15 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض الثراء ويحصل على الدرجة من 5 إلى 8، والثاني مستوى متوسط من الثراء ويحصل على الدرجة من 9 إلى 12، والثالث مستوى مرتفع من الثراء ويحصل على الدرجة من 13 إلى 15.

ح- مقياس مستوى إدراك المبحوثين للواقع الاجتماعي من خلال التعرض للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية: ولقياس إدراك الواقع الاجتماعي من خلال التعرض للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية: قامت الباحثة بإعداد مقياس يحتوي على 15 عبارة بطريقة ليكرت الثلاثية، ويتم الإجابة عليها من خلال الاختيار بين ثلاثة بدائل (موافق، محايد، معارض) وتأخذ التصحيحات (3، 2، 1) على التوالي، وبناءً على ذلك تم حساب درجات كل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين 15 : 45 درجة، تم تقسيمه إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من الإدراك ويحصلون على الدرجة من 15 إلى 24، والثاني مستوى متوسط من الإدراك ويحصلون على الدرجة من 25 إلى 34، والثالث مستوى مرتفع من الإدراك ويحصلون على الدرجة من 35 إلى 45.

#### المعالجة الإحصائية للبيانات:

لاستخراج نتائج الدراسة قامت الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي (spss) حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

3- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.

- 4- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين على وجود فرق بينها.
- 5- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.
- 6- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين علي أحد متغيرات الدراسة.
- 7- اختبار كا2 لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.
- 8- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من  $2 \times 2$ .
- 9- الوزن المرجح والوزن المنوي.
- 10- اختبار "Z .Test" لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مؤبوتين.
- 11- اختبار مان وتني يو Man – Whitney U لدراسة الدلالة الإحصائية للفرق في متوسط الترتيبات لمجموعتين من المبحوثين في متغير ترتيبي.

#### نتائج الدراسة:

يحتوي هذا الجزء على خلاصة ما توصلت إليه الدراسة التحليلية من نتائج، ثم تأتي خلاصة من نتائج تطبيق الاستبيان، وسوف نتناول الباحثة في هذا الجزء ايضاً نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة والإجابة عن بعض تساؤلاتها البحثية، ثم تقدم ملخصاً عن هذه النتائج، والتي في ضوئها يمكن طرح عدد من المقترحات والتوصيات.

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

وفي ضوء أهداف الدراسة التحليلية وتساؤلاتها سوف يتم عرض ملخص للنتائج.

جدول رقم (6)

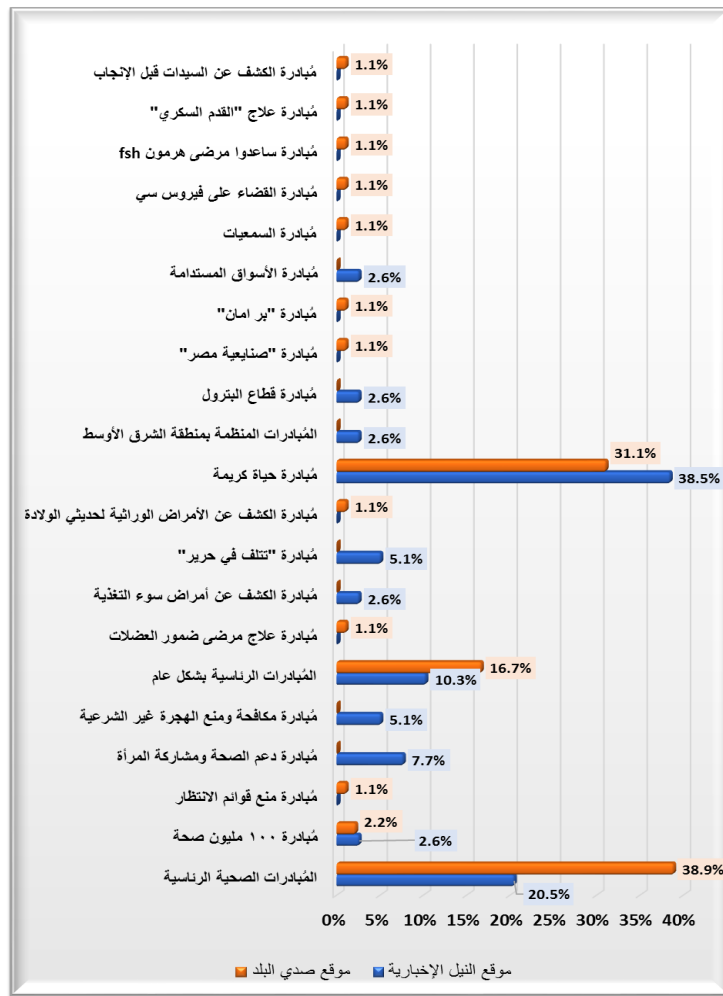
يوضح اسم المبادرة

| اسم المبادرات                                   | النيل الإخبارية |      | صدي البلد |      | الإجمالي |      |
|---|-----------------|------|-----------|------|----------|------|
|   | ك               | %    | ك         | %    | ك        | %    |
| المبادرات الصحية الرئاسية                       | 8               | 20.5 | 35        | 38.9 | 43       | 33.3 |
| مبادرة 100 مليون صحة                            | 1               | 2.6  | 2         | 2.2  | 3        | 2.3  |
| مبادرة منع قوائم الانتظار                       | -               | -    | 1         | 1.1  | 1        | 0.8  |
| مبادرة دعم الصحة ومشاركة المرأة                 | 3               | 7.7  | -         | -    | 3        | 2.3  |
| مبادرة مكافحة ومنع الهجرة غير الشرعية           | 2               | 5.1  | -         | -    | 2        | 1.5  |
| المبادرات الرئاسية بشكل عام                     | 4               | 10.3 | 15        | 16.7 | 19       | 14.6 |
| مبادرة علاج مرضى ضمور العضلات                   | -               | -    | 1         | 1.1  | 1        | 0.8  |
| مبادرة الكشف عن أمراض سوء التغذية               | 1               | 2.6  | -         | -    | 1        | 0.8  |
| مبادرة "تتلف في حرير"                           | 2               | 5.1  | -         | -    | 2        | 1.5  |
| مبادرة الكشف عن الأمراض الوراثية لحدیثي الولادة | -               | -    | 1         | 1.1  | 1        | 0.8  |
| مبادرة حياة كريمة                               | 15              | 38.5 | 28        | 31.1 | 43       | 33.3 |
| المبادرات المنظمة بمنطقة الشرق الأوسط           | 1               | 2.6  | -         | -    | 1        | 0.8  |
| مبادرة قطاع البترول                             | 1               | 2.6  | -         | -    | 1        | 0.8  |
| مبادرة "صناعية مصر"                             | -               | -    | 1         | 1.1  | 1        | 0.8  |
| مبادرة "بر امان"                                | -               | -    | 1         | 1.1  | 1        | 0.8  |
| مبادرة الأسواق المستدامة                        | 1               | 2.6  | -         | -    | 1        | 0.8  |
| مبادرة السمعيات                                 | -               | -    | 1         | 1.1  | 1        | 0.8  |
| مبادرة القضاء على فيروس سي                      | -               | -    | 1         | 1.1  | 1        | 0.8  |
| مبادرة ساعدوا مرضى هرمون shf                    | -               | -    | 1         | 1.1  | 1        | 0.8  |
| مبادرة علاج "القدم السكري"                      | -               | -    | 1         | 1.1  | 1        | 0.8  |
| مبادرة الكشف عن السيدات قبل الإنجاب             | -               | -    | 1         | 1.1  | 1        | 0.8  |
| الإجمالي  | 39              | 100  | 90        | 100  | 129      | 100  |

تُفيد بيانات هذا الجدول بأسماء المبادرات الرئاسية التي تم تناولها داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة)، فنجد أن كلاً من (المبادرات الصحية الرئاسية، مبادرة حياة كريمة) احتلال الصدارة حيث بلغت نسبة تواجدهما (33.3%) لكلاً منهما بواقع (20.5%، 38.5%) على التوالي لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال مادة منشورة تتناول المبادرات الصحية الرئاسية "برتوكول تعاون بين العربية للتصنيع والرعاية الصحية لتطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتنفيذ الابتكارات بالمجالات الطبية"، وعلى سبيل المثال مادة منشورة تتناول مبادرة حياة كريمة "بالصور .. وزيرة الهجرة تتوجه بالشكر لرئيس مؤسسة ملتقى شباب الخير المصرية بالكويت على دعم مشروع حياة كريمة"، و(38.9%، 31.1%) على التوالي لموقع صدى البلد، فعلى سبيل المثال مادة

منشورة تتناول المبادرات الصحية الرئاسية "عوض تاج الدين: المبادرات الرئاسية الطبية منعت إصابة المواطنين بمضاعفات كورونا"، وعلى سبيل المثال مادة منشورة تتناول مبادرة حياة كريمة "وكيل صحة الغربية يتابع قوافل "حياة كريمة" الطبية بزفتى والسنطة"، ويُعد ذلك طبيعياً لأنها من أكثر المبادرات نشاطاً وتنفيذاً وممارسة على أرض الواقع، ومن ثم تلاهما المبادرات الرئاسية بشكل عام بنسبة (14.6%) بنحو (10.3%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "وزير المالية: خفض معدلات الفقر 5.2% ببرامج الدعم المباشر للفئات الأكثر احتياجاً"، و(16.7%) لموقع صدق البلد، فعلى سبيل المثال "المبادرات الرئاسية خلال 7 سنوات .. نقطة فارقة ومضيئة داخل المجتمع لبناء الإنسان"، في حين ظهر كلاً من (مبادرة 100 مليون صحة، مبادرة دعم الصحة ومشاركة المرأة) في المرتبة الثالثة بنسبة (2.3%) لكلاً منهما بنحو (2.6%، 7.7%) على التوالي لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال مادة منشورة تتناول مبادرة 100 مليون صحة "الصحة: فحص مليون و100 ألف سيدة ضمن مبادرة الرئيس (للعناية بصحة الأم والجنين)"، وعلى سبيل المثال مادة منشورة تتناول مبادرة دعم الصحة ومشاركة المرأة "السياسي يوجه بتطبيق كشوفات شاملة للطلاب قبل بدء العام الدراسي والتوسع بمبادرة صحة المرأة المصرية"، و(2، 2%) لموقع صدق البلد، فعلى سبيل المثال مادة منشورة تتناول مبادرة 100 مليون صحة "100 مليون صحة .. المبادرة الأكبر من نوعها عالمياً.. فيديو"، والجدير بالذكر لم توجد مادة منشورة تناولت مبادرة دعم الصحة ومشاركة المرأة على موقع صدق البلد على الإطلاق، بينما ظهرت نسبة (1.5%) لكلاً من (مبادرة مكافحة ومنع الهجرة غير الشرعية، مبادرة "تتلف في حرير") وقد تم تناول هذه المبادرات فقط في المواد المنشورة المتواجدة على موقع النيل الإخبارية بواقع (5.1%) لكلاً منهما، فعلى سبيل المثال مادة منشورة تتناول مبادرة مكافحة ومنع الهجرة غير الشرعية "وزير الهجرة: نثمن جهود الاتحاد الأوروبي وتعاونهم مع مصر في مكافحة الهجرة غير الشرعية"، وعلى سبيل المثال مادة منشورة تتناول مبادرة "تتلف في حرير" "بالصور .. القبايح تعلن بدء تنفيذ المرحلة الأولى من المبادرة الرئاسية (تتلف في حرير) بالتعاون مع صندوق (تحيا مصر) بالفيوم"، ولم تظهر هذه المبادرات على الإطلاق على المواد المنشورة على موقع صدق البلد، وأخيراً نجد كلاً من (مبادرة منع قوائم الانتظار، مبادرة علاج مرضى ضمور العضلات، مبادرة الكشف عن أمراض سوء التغذية، مبادرة الكشف عن الأمراض الوراثية لحدیثي الولادة، المبادرات المنظمة بمنطقة الشرق الأوسط، مبادرة قطاع البترول، مبادرة صناعية مصر، مبادرة بر امان، مبادرة الأسواق المستدامة، مبادرة السمعيات، مبادرة القضاء على فيروس سي، مبادرة ساعدوا مرضى هرمون fsh، مبادرة علاج القدم السكري، مبادرة الكشف عن السيدات قبل الإنجاب) بنسبة (0.8%) لكلاً منهم بنحو (2.6%) لكلاً من (مبادرة الكشف عن أمراض سوء التغذية، المبادرات المنظمة بمنطقة

الشرق الأوسط، مبادرة قطاع البترول، مبادرة الأسواق المستدامة) على موقع النيل الإخبارية، ولم تظهر باقي المبادرات في المواد المنشورة على هذا الموقع على الإطلاق، و(1.1%) لكلاً من (مبادرة منع قوائم الانتظار، مبادرة علاج مرضى ضمور العضلات، مبادرة الكشف عن الأمراض الوراثية لحدِيثي الولادة، مبادرة صناعية مصر، مبادرة بر امان، مبادرة السمعيات، مبادرة القضاء على فيروس سي، مبادرة ساعدوا مرضى هرمون fsh، مبادرة علاج القدم السكري، مبادرة الكشف عن السيدات قبل الإنجاب) على موقع صدى البلد، ويُعد الشكل البياني التالي ما هو إلا توضيح لنتائج هذا الجدول:



شكل رقم (1)

يوضح أسماء المبادرات الرئاسية التي تم تناولها داخل المواد المنشورة

### على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة)

وقد اتفقت هذه النتائج إلى حد ما مع نتائج دراسة السيد السعيد عبد الوهاب (2020) (54) التي قد أفادت نتائجها بأن المبادرات الرئاسية بالقطاع الصحي جاءت في الاهتمامات الأولى لمشاركة المواطنين وثقتهم بخدماتها المقدمة لكونها أطلقت من خلال رئيس الدولة، يليها مبادرات التعليم وفرص العمل وتكنولوجيا المعلومات.

كما اتفقت هذه النتائج إلى حد ما مع نتائج دراسة هشام رشدي خير الله (2020) (55) التي قد أشارت نتائجها إلى أن صفحة مبادرة حياة كريمة جاءت في الترتيب الأول من حيث عدد الأخبار التي تم نشرها خلال فترة الدراسة وذلك بنسبة (47.58%) من إجمالي عدد الأخبار التي تم نشرها خلال فترة الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني صفحة 100 مليون صحة.

وكذلك اتفقت هذه النتائج إلى حد ما مع نتائج دراسة عبد اللطيف بن عبد العزيز الرباح (2017) (56) التي قد توصلت إلى وجود كثير من المبادرات الرائدة وهي: إجراء دراسات على المستوى المحلي والإقليمي والدولي في مجال تربية المواطنة وإنشاء مراكز بحث وتدريب خاصة بها.

ولكن اختلفت النتائج مع نتائج دراسة نسرين حسام الدين حسن، وآخرون (2022) (57) التي قد بينت نتائجها أن مبادرة "الست المصرية صحة مصر" تصدرت المرتبة الأولى من حيث اهتمام القنوات التلفزيونية (عينة الدراسة) بمتابعتها وعرضها.

### جدول رقم (7)

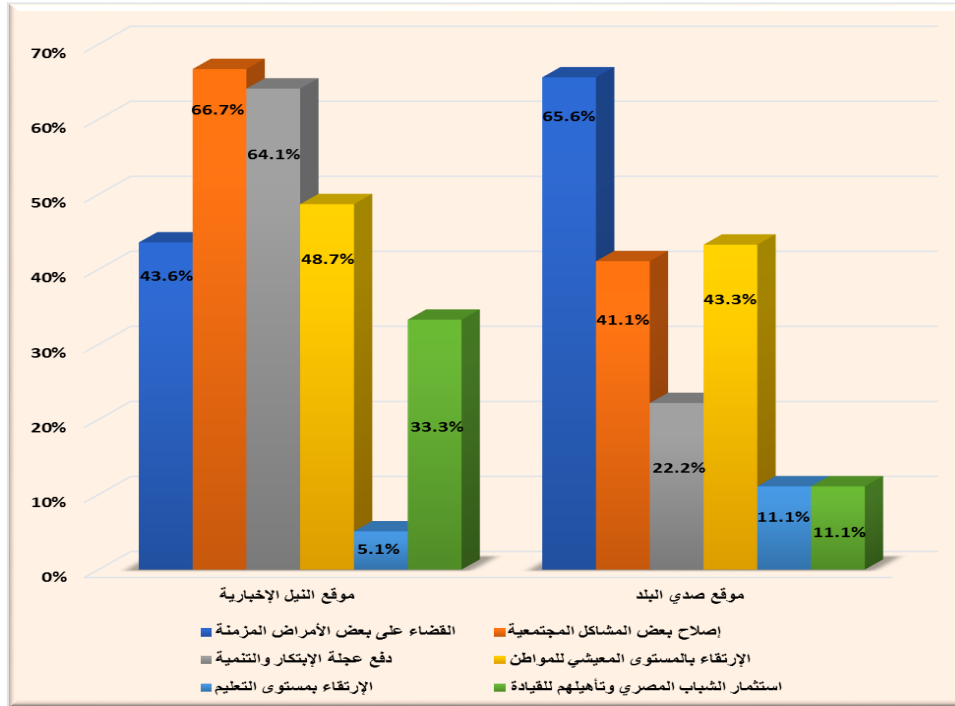
#### يوضح الأهداف المرجوة من المبادرات الرئاسية

| الأهداف المرجوة من المبادرات الرئاسية |      | النيل الإخبارية |      | صدى البلد |      | الإجمالي |      |
|---------------------------------------|------|-----------------|------|-----------|------|----------|------|
| ك                                     | %    | ك               | %    | ك         | %    | ك        | %    |
| 17                                    | 43.6 | 59              | 65.6 | 76        | 58.9 | 17       | 43.6 |
| 26                                    | 66.7 | 37              | 41.1 | 63        | 48.8 | 26       | 66.7 |
| 25                                    | 64.1 | 20              | 22.2 | 45        | 34.9 | 25       | 64.1 |
| 19                                    | 48.7 | 39              | 43.3 | 58        | 45   | 19       | 48.7 |
| 2                                     | 5.1  | 10              | 11.1 | 12        | 9.3  | 2        | 5.1  |
| 13                                    | 33.3 | 10              | 11.1 | 23        | 17.8 | 13       | 33.3 |
| 39                                    |      | 90              |      | 129       |      | 39       |      |

توضح بيانات هذا الجدول أن هدف القضاء على بعض الأمراض المزمنة يأتي في مقدمة الأهداف المرجوة من المبادرات الرئاسية التي تم تناولها داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) حيث كانت نسبتها (58.9%) بواقع (43.6%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "بالصور.. رئيس الوزراء يتابع جهود تطوير منظومة التغذية المدرسية"، و(65.6%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "رئيس جامعة عين شمس يفتتح غدا المؤتمر الدولي الثاني لأمراض العضلات والأعصاب"، ويُعد ذلك طبيعياً لأن الرئيس السيسي حينما بدأ بإطلاق المبادرات كان هدفه الرئيسي المحافظة على صحة المواطن المصري باعتباره أحد عناصر الثورة الاقتصادية للبلد لأن بتوافر موارد بشرية



بصحة جيدة ويُمكننا دفع عجلة التنمية والارتقاء للأمام فهناك العديد من الدول التي لديها العديد من الثروات المالية والمعدنية ولكن ليست لديها موارد بشرية يُمكن من خلالها الاستفادة من هذه الثروات والتقدم للأمام، وفي المرتبة التي تليها ظهر هدف إصلاح بعض المشاكل المجتمعية بنسبة (48.8%) بنحو (66.7%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "وزير المالية: خفض معدلات الفقر 5.2% ببرامج الدعم المباشر للفئات الأكثر احتياجًا"، و(41.1%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "عضو تنسيقية الأحزاب بالإسماعيلية: الأمم المتحدة أدرجت مبادرة حياة كريمة كأهم مشروع تنموي"، ويُعد هذا طبيعيًا لأن هناك العديد من المشاكل الاجتماعية التي تؤثر على الاقتصاد العام للدولة وبالتالي فهل هذه المُشكلات سيؤدي إلى جذب الاستثمار الخارجي ورفع الاقتصاد العام للدولة، يليه هدف الارتقاء بالمستوى المعيشي للمواطن بنسبة (45%) بواقع (48.7%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "خلال اجتماع مجلس الوزراء اليوم .. مذبولي يشيد بكلمة الرئيس أمام تجمع (فيشجراد) ويؤكد: المشروعات الضخمة في حياة كريمة عصب حقوق الإنسان"، و(43.3%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "شاه شاكر: مبادرة حياة كريمة تعزز قيمة المواطن المصري"، ومن ثم ظهر هدف دفع عجلة الابتكار والتنمية بنسبة (34.9%) بنحو (64.1%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "رانيا المشاط: البنك الأوروبي لإعادة الإعمار والتنمية يُقر تمويل مشروع مترو الإسكندرية بـ250 مليون يورو"، و(22.2%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "برلماني: حياة كريمة قفزة للمستقبل.. وإنشاء 330 مجمعًا صناعيًا يخلق فرص عمل مستدامة"، أما عن هدف استثمار الشباب المصري وتأهيلهم للقيادة فقد ظهر بنسبة (17.8%) بواقع (33.3%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "بالصور.. الرئيس السيسي يلتقي بمجموعة من خريجي البرنامج الرئاسي لتأهيل الشباب"، و(11.1%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "توجيه عاجل من السيسي خلال لقائه بـ خريجين بالبرنامج الرئاسي لتأهيل الشباب"، واحتل المرتبة الأخيرة هدف الارتقاء بمستوى التعليم بنسبة (9.3%) بنحو (5.1%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "بالصور.. وزير التعليم العالي يجتمع بقيادات وزارة الصحة والسكان"، و(11.1%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "رئيس جامعة بنها الجديد: تفعيل المبادرات الرئاسية وتطوير الخدمات التعليمية والصحية ونظم الجودة"، ويُعد الشكل البياني التالي ما هو الإيضاح لنتائج هذا الجدول:



شكل رقم (2)

### يوضح الأهداف المرجوة من المبادرات الرئاسية التي تم تناولها داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة)

وتؤكد هذه النتائج وتتفق مع نتائج الجدول رقم (6) الذي يتمحور حول اسم المبادرة والتي قد أفادت نتائجها بأن كلاً من (المبادرات الصحية الرئاسية، مبادرة حياة كريمة) احتلا الصدارة من حيث أسماء المبادرات الرئاسية التي تم تناولها داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) حيث بلغت نسبة تواجدهما (33.3%) لكلاً منهما، ولهذا من الطبيعي أن يحتل كلاً من (هدف القضاء على بعض الأمراض المزمنة، وهدف إصلاح بعض المشاكل المجتمعية) المرتبة الأولى والثانية من حيث الأهداف المرجوة من المبادرات الرئاسية التي تم تناولها داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة).

وقد اتفقت هذه النتائج إلى حد ما مع نتائج دراسة محمد كمال أحمد (2019) (58) والتي قد أوضحت نتائجها أن المبادرات الصحية فرضت نوع من التنقيف الصحي للأفراد والمجتمع يدور حول توفير المعلومات والمعارف الصحية، وتوفير المهارات لتمكين الأفراد من تبني السلوكيات الصحية طواعية، أي أنها مزيج من خبرات التعلم المصممة لمساعدة الأفراد على تحسين صحتهم من خلال زيادة معرفتهم أو التأثير على مواقفهم.

### جدول رقم (8)

#### يوضح تصنيف المادة المنشورة

| تصنيف المادة المنشورة  |     | النيل الإخبارية |      | صدى البلد |      | الإجمالي |   |
|--|-----|-----------------|------|-----------|------|----------|---|
| ك  | %   | ك               | %    | ك         | %    | ك        | % |
| 39   | 100 | 84              | 93.3 | 123       | 95.3 |          |   |
| -  | -   | 4               | 4.4  | 4         | 3.1  |          |   |
| -  | -   | 2               | 2.2  | 2         | 1.6  |          |   |
| 39   | 100 | 90              | 100  | 129       | 100  |          |   |
| كا <sup>2</sup> : 2.727 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.256 غير دال |     |                 |      |           |      |          |   |

تُشير بيانات هذا الجدول إلى أن الخبر هو تصنيف المادة المنشورة الذي تصدر قائمة تصنيف المواد المنشورة المتواجدة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية بنسبة (95.3%) بنحو (100%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "الصحة: فحص مليون و100 ألف سيدة ضمن مبادرة الرئيس للعناية بصحة الأم والجنين"، و(93.3%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "مبادرات السيسي.. 725، 4 مليون جنيه فاتورة فيروس سي والكشف عن الأمراض غير السارية"، ويُعد ذلك طبيعيًا لأن من الطبيعي أن يكون التناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) أغلبها أخبار لأن هي في الأساس مواقع لقنوات تلفزيونية مصرية إخبارية، أما عن تصنيف التحقيق فقد ظهر بنسبة (3.1%) بواقع (4.4%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "2021 عام دعم البسطاء .. 6 مبادرات من الدولة تحمل الخير للمصريين"، والجدير بالذكر لم يظهر هذا التصنيف على الإطلاق على موقع النيل الإخبارية، وأخيرًا نجد نسبة (1.6%) للحوار بنحو (2.2%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "النائب طلعت عبد القوي يتحدث لصدى البلد عن إيجابية تأثير المبادرات الرئاسية في حياة المواطن .. حوار"، ولم يظهر هذا التصنيف على الإطلاق على موقع النيل الإخبارية.

كما أفادت نتائج هذا الجدول أيضًا بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تصنيف المواد المنشورة المتواجدة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> (2.727) عند درجة حرية (2) بمستوى معنوية (0.256) وهي قيمة غير دالة عند مستوى المعنوية 0.05.

### جدول رقم (9)

#### يوضح أهداف المواد المنشورة

| أهداف المواد المنشورة   |      | النيل الإخبارية |     | صدى البلد |      | الإجمالي |   |
|---|------|-----------------|-----|-----------|------|----------|---|
| ك   | %    | ك               | %   | ك         | %    | ك        | % |
| 3   | 7.7  | 27              | 30  | 30        | 23.3 |          |   |
| 36  | 92.3 | 63              | 70  | 99        | 76.7 |          |   |
| 39  | 100  | 90              | 100 | 129       | 100  |          |   |
| كا <sup>2</sup> : 7.587 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.236 |      |                 |     |           |      |          |   |

يتضح من بيانات هذا الجدول لنا أن هدف الإعلام والإخبار احتل الصدارة من حيث أهداف المواد المنشورة المتواجدة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية حيث بلغت نسبته (76.7%) بواقع (92.3%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "وزير الهجرة: توجيهات رئاسية بضرورة ربط أبناء مصر في الخارج بوطنهم الأم"، و(70%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "برلماني: "حياة كريمة" ستغير معيشة 58 مليون مواطن"، ويُعد من الطبيعي أن يحتل هذا الهدف الصدارة من حيث أهداف المواد المنشورة حيث أن المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) هي في الأساس مواقع لفتوات تليفزيونية مصرية إخبارية هدفها الأساسي إعلام الناس وإخبارهم بأحداث الأخبار والمعلومات في كافة المجالات وما يحدث حول العالم، في حين أن هدف التوعية والإرشاد كانت نسبته (23.3%) بنحو (7.7%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "السياسي يوجه بتطبيق كشوفات شاملة للطلاب قبل بدء العام الدراسي والتوسع بمبادرة صحة المرأة المصرية"، و(30%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "مبادرة الكشف المبكر.. الصحة تعلن أكثر الأمراض التي تصيب الأطفال المبتسرين".

كما أشارت نتائج هذا الجدول أيضًا إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أهداف المواد المنشورة المتواجدة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة كاي<sup>2</sup> (7.587) عند درجة حرية (1) بمُستوى معنوية (0.000) وهي قيمة دالة عند مُستوى المعنوية 0.05، حيث بلغ مُعامل توافقها (0.236)

#### جدول رقم (10)

##### بوضوح وسائل الإبراز المستخدمة

| وسائل الإبراز المستخدمة |    | صدى البلد |     | النيل الإخبارية |      | الإجمالي |   |
|-------------------------|----|-----------|-----|-----------------|------|----------|---|
| ك                       | %  | ك         | %   | ك               | %    | ك        | % |
| صور ثابتة               | 34 | 90        | 100 | 124             | 96.1 |          |   |
| فيديو                   | 6  | 18        | 20  | 24              | 18.6 |          |   |
| انفوجراف                | 1  | 8         | 8.9 | 9               | 7    |          |   |
| الإجمالي                | 39 | 90        |     | 129             |      |          |   |

تُبين بيانات هذا الجدول لنا أن أغلبية المواد المنشورة المتواجدة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية تحتوي على صور ثابتة بنسبة (96.1%) بواقع (87.2%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "خلال اجتماع مع نظيرتها الهولندية .. وزيرة الهجرة : نتطلع لعقد اتفاقيات في مجال الهجرة والجاليات"، و(100%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "الرئيس السيسي يوجه بتدقيق كافة تفاصيل مشروع "تنمية الأسرة المصرية" لتتكامل مع سلسلة المبادرات الرئاسية المتعددة"، أما عن الفيديو فقد ظهرت بنسبة (18.6%) بنحو (15.4%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "وزير الشباب يعلن عن إنشاء اتحاد نوعي للمسئولية المجتمعية لتعزيز الانتماء للوطن"، و(20%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال فيديو بعنوان "الرعاية الصحية تكشف تفاصيل جديدة في الكشف عن هشاشة العظام"، بينما كانت نسبة ظهور انفوجراف (7%) بواقع (2.6%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل

المثال "بالإنفوجراف .. مجلس الوزراء :تحسين إنتاج الثروة البترولية وتحقيق 52 كشفا أبرز إنجازات قطاع البترول خلال 2021"، و(8.9%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "78.3 مليار جنيه .. مشروعات تنمية الصحة بالصعيد في عهد السيسي .. إنفوجراف"، وإن دل ذلك دل على عدم استفادت المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) من وسائل الإبراز التي توافرها المواقع الإلكترونية بالشكل الأمثل الذي يُجذب القراء والمُتابعين لهذه المواقع وخصوصًا موقع النيل الإخبارية، ولهذا يجب التطوير من هذه المواقع عن طريق استغلال كافة الإمكانيات التي تُتيحها المواقع الإلكترونية من عناصر إبراز وجذب للمُتابعين والمُستخدمين، وأيضًا حتى يستطيعوا أن يقوموا بالتناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية بشكل شيق وجذاب.

### جدول رقم (11)

#### يوضح الإمكانيات التفاعلية المصاحبة

| الإجمالي |     | صدى البلد |    | النيل الإخبارية |    | الإمكانيات التفاعلية المصاحبة |
|----------|-----|-----------|----|-----------------|----|-------------------------------|
| %        | ك   | %         | ك  | %               | ك  |                               |
| 30.2     | 39  | -         | -  | 100             | 39 | التعليق على المادة الصحفية    |
| 100      | 129 | 100       | 90 | 100             | 39 | طباعة المادة الإخبارية        |
| 30.2     | 39  | -         | -  | 100             | 39 | إرسال لصديق                   |
| 100      | 129 | 100       | 90 | 100             | 39 | مشاركته على موقع آخر          |
|          | 129 |           | 90 |                 | 39 | الإجمالي                      |

تُفيد بيانات هذا الجدول بأن جميع المواد المنشورة على موقع النيل الإخبارية وتناولت المبادرات الرئاسية قد وجدت بالفعل الإمكانيات التفاعلية التالية: (التعليق على المادة الصحفية، طباعة المادة الإخبارية، إرسال لصديق، مشاركته على موقع آخر) مُصاحبه لها بنسبة (100%)، على عكس جميع المواد المنشورة على موقع صدى البلد وتناولت المبادرات الرئاسية والتي قد صاحبته فقط كلاً من (طباعة المادة الإخبارية، مشاركته على موقع آخر) كإمكانيات تفاعلية بنسبة (100%)، وإن دل فقد دل على أن موقع النيل الإخبارية يهتم بردود فعل الجمهور والمُتابعين والمُستخدمين له بشكل أكبر من موقع صدى البلد تجاه ما يقوموا بنشره من مواد، وهذا يدل على استفادة موقع النيل الإخبارية بشكل كبير من أغلبية الإمكانيات التفاعلية التي توفرها المواقع الإلكترونية على عكس موقع صدى البلد.

وقد اختلفت هذه النتائج مع نتائج الجدول رقم (10) الذي استعرض وسائل الإبراز المستخدمة والذي قد خلصت نتائجه أن موقع النيل الإخبارية لا يستغل وسائل الإبراز التي توفرها المواقع الإلكترونية بشكل كبير كما يفعل موقع صدى البلد.

### جدول رقم (12)

#### يوضح اتجاه مضمون المواد المنشورة

| الاتجاه مضمون المواد المنشورة |      | النيل الإخبارية |      | صدي البلد |      | الإجمالي |      |
|-------------------------------|------|-----------------|------|-----------|------|----------|------|
| ك                             | %    | ك               | %    | ك         | %    | ك        | %    |
| 1                             | 2.6  | 24              | 26.7 | 25        | 19.4 | 1        | 19.4 |
| 38                            | 97.4 | 66              | 73.3 | 104       | 80.6 | 38       | 80.6 |
| 39                            | 100  | 90              | 100  | 129       | 100  | 39       | 100  |

كا: 2: 10.117 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.270

توضح بيانات هذا الجدول لنا أن أغلبية المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية كانت موضوعية من حيث اتجاه مضمونها حيث أنها كانت تقوم بالتناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية بشكل محايد دون التحيز لطرف، كما كانت تستعرض إما الإحصائيات أو نماذج من الواقع للتدليل داخلها، وقد ظهرت هذه المواد بنسبة (80.6%) بنحو (97.4%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "برتوكول تعاون بين العربية للتصنيع والرعاية الصحية لتطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتنفيذ الابتكارات بالمجالات الطبية"، و(73.3%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "نجاح باهر للمبادرات الرئاسية للحفاظ على صحة المواطن في شمال سيناء"، أما عن المواد التفسيرية فقد بلغت نسبة توأجدها (19.4%) بواقع (2.6%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "الصحة: فحص مليون و100 ألف سيدة ضمن مبادرة الرئيس للعناية بصحة الأم والجنين"، و(26.7%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "برلماني يناشد بإجراء فحص مبكر لأمراض الكلى"، حيث أنها كانت تقوم بالتناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية بشكل تفسيري بمعنى توضيح ما هي المبادرة وأهدافها وإنجازاتها على أرض الواقع، كما كانت توضح في بعض الأحيان كيف يمكن للمواطن الاستفادة من هذه المبادرة.

كما بينت نتائج هذا الجدول أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه مضمون المواد المنشورة المتواجدة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> (10.117) عند درجة حرية (1) بمستوى معنوية (0.000) وهى قيمة دالة عند مستوى المعنوية 0.05، حيث بلغ معامل توافقها (0.270).

### جدول رقم (13)

#### يوضح الإشارة إلى جهود الدولة

| الإشارة إلى جهود الدولة |      | النيل الإخبارية |      | صدي البلد |      | الإجمالي |      |
|-------------------------|------|-----------------|------|-----------|------|----------|------|
| ك                       | %    | ك               | %    | ك         | %    | ك        | %    |
| 39                      | 100  | 81              | 90   | 120       | 93   | 39       | 93   |
| 39                      | 100  | 85              | 94.4 | 124       | 96.1 | 39       | 96.1 |
| 14                      | 20.3 | 2               | 2.2  | 16        | 12.4 | 14       | 12.4 |
| 39                      | 100  | 90              | 100  | 129       | 100  | 39       | 100  |

تُشير بيانات هذا الجدول إلى كيفية الإشارة إلى جهود الدولة في المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية، فقد جاءت في المرتبة الأولى صرامة الإجراءات الرسمية بنسبة (96.1%) بنحو (100%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "بالصور.. منظومة الشكاوى الحكومية تنجح في التنسيق لعودة مصري مغترب لاستكمال رعايته الطبية"، و(94.4%) لموقع صدی البلد، وعلى سبيل المثال "كيف ساندت المبادرات الرئاسية وبرامج الحماية الاجتماعية محدودي الدخل في مصر؟"، فمن الطبيعي أن يتم في تناول الإعلام للمبادرات الرئاسية توضيح مدى صرامة الإجراءات التي تتبعها الدولة لتنفيذ هذه المبادرات على أرض الواقع وتحقيق الأهداف المرجوة منها، بينما ظهرت نجاح سياسات التصدي بنسبة (93%) بواقع (100%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "الصحة: فحص مليون و100 ألف سيدة ضمن مبادرة الرئيس للعناية بصحة الأم والجنين"، و(90%) لموقع صدی البلد، وعلى سبيل المثال "برلماني: المبادرات الرئاسية ساهمت في حل العديد من المشاكل خلال الفترة الماضية"، ومادة منشورة عن "المبادرات الرئاسية الصحية بالقلوبية .. علاج الأمراض المتوطنة وتنفيذ 222 مشروعاً بتكلفة 6 مليارات جنيه"، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أنه من الطبيعي عند تناول الإعلام للمبادرات الرئاسية التدليل من أرض الواقع على الإنجازات التي تم تحقيقها من خلال تنفيذ هذه المبادرات وكيف تم التصدي للعديد من الأمراض المزمنة من خلال المبادرات الصحية وكيف تم معالجة بعض المشكلات المجتمع من خلال مبادرة حياة كريمة وكيف تم الارتقاء بمستوى المواطن ودفع عجلة التنمية من خلال المبادرات الرئاسية بشكل عام، واحتل المرتبة الأخيرة نسبة (12.4%) بحاجة إلى العون الدولي بنحو (20.3%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "المشاطر تبحث مع قيادات مجموعة Bayer الألمانية التوسع في أعمال الشركة في مصر"، و(2.2%) لموقع صدی البلد، وعلى سبيل المثال "الرئيس السيسي يحضر احتفالية حياة كريمة اليوم .. ونواب: تجسيد لاحتزام حقوق الإنسان.. وساهمت في تحقيق التنمية الاقتصادية للدولة في ظل كورونا.. ويؤكدون: انتشلت المواطن من الوقوع في براثن الحاجة والعوز".

وقد اتفقت هذه النتائج إلى حد ما مع نتائج دراسة هشام رشدي خير الله (2020)<sup>(59)</sup> التي قد أظهرت نتائجها أن إبراز إنجازات الدولة جاءت في مقدمة طبيعة اتجاهات الأخبار التي تم نشرها في الصفحات خلال فترة الدراسة بنسبة (40.33%) من إجمالي عدد الأخبار التي تم نشرها خلال فترة الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني دعم سياسات مؤسسة الرئاسة بنسبة بلغت (31.78%).

جدول رقم (14)

يوضح الأساليب الإقناعية المستخدمة

| الإجمالي |     | صدي البلد |    | النيل الإخبارية |    | الأساليب الإقناعية المستخدمة |                           |
|----------|-----|-----------|----|-----------------|----|------------------------------|---------------------------|
| %        | ك   | %         | ك  | %               | ك  |                              |                           |
| 93       | 120 | 90        | 81 | 100             | 39 | الاستشهاد بالأحداث الجارية   | أساليب<br>إقناع<br>منطقية |
| 10.9     | 14  | 15.6      | 14 | -               | -  | عرض وجهات النظر المختلفة     |                           |
| 97.7     | 126 | 96.7      | 87 | 100             | 39 | إبراز تصريحات المسؤولين      |                           |
| 77.5     | 100 | 67.8      | 61 | 100             | 39 | الاستشهاد بالأدلة والبراهين  |                           |
| 63.6     | 82  | 62.2      | 56 | 66.7            | 26 | تقديم بيانات واحصائيات       |                           |
|          | 129 |           | 90 |                 | 39 | الإجمالي                     |                           |
| 85.7     | 12  | 81.8      | 9  | 100             | 3  | استخدام الشعارات             | أساليب<br>إقناع<br>عاطفية |
| 14.3     | 2   | 18.2      | 2  | -               | -  | عرض وجهة نظر واحدة           |                           |
| 100      | 14  | 100       | 11 | 100             | 3  | الإجمالي                     |                           |

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول الأساليب الإقناعية المستخدمة في المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية، وقد انقسمت هذا الأساليب إلى قسمين ستعرض الباحثة فيما يلي نتائج كل قسم على حد:

❖ **القسم الأول:** والذي قد بينت نتائجه أن إبراز تصريحات المسؤولين في مقدمة أساليب الإقناع المنطقية المستخدمة في المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية حيث بلغت نسبتها (97.7%) بواقع (100%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "رئيس الوزراء يستمع لمدخلات ويرد على استفسارات سفراء الدول أعضاء منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية"، و(96.7%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "محافظ أسيوط يناقش أنشطة المجلس في دعم وتمكين المرأة اقتصاديًا"، يليه الاستشهاد بالأحداث الجارية بنسبة (93%) بنحو (100%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "وزيرة الهجرة: نثمن جهود الاتحاد الأوروبي وتعاونه مع مصر في مكافحة الهجرة غير الشرعية"، و(90%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "وزير البترول: حياة كريمة يستهدف توصيل الغاز لـ 7 ملايين وحدة سكنية جديدة .. ونواب: القطاع شهد طفرة غير مسبوقة.. وتطور الخدمات يليق بعصر الجمهورية الجديدة"، ومن ثم ظهرت نسبة (77.5%) للاستشهاد بالأدلة والبراهين بواقع (100%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "المشاط: الإصلاحات الاقتصادية مكنت الحكومة من زيادة الاستثمار في رأس المال البشري"، و(67.8%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "على عهدنا ومنهجنا دينيًا ومجتمعيًا.. كيف دعمت الأوقاف المبادرات الرئاسية"، وفي المرتبة التي تليها نجد تقديم بيانات واحصائيات بنسبة (63.6%) بنحو (66.7%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "الملا أمام مجلس الأعمال المصري الكندي: 2 مليار جنيه قيمة مساهمات قطاع البترول في المشاركة المجتمعية"، و(62.2%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "هيئة تعليم الكبار: إطلاق حملة «محو أمية مليون مواطن» بمبادرة حياة كريمة"، وقد احتلت المرتبة الأخيرة نسبة (10.9%) لعرض وجهات النظر المختلفة بواقع (15.6%)



لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "قيادة سياسية ناجحة.. حسام موافى: المُبادرات الرئاسية ساهمت في تغيير فكر المواطن"، والجدير بالذكر لم تظهر هذه النوعية من الأساليب على موقع النيل الإخبارية على الإطلاق.

❖ **القسم الثاني:** والذي قد أفادت نتائجها بأن استخدام الشعارات قد احتل الصدارة من حيث أساليب الإقناع العاطفية المستخدمة في المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المُبادرات الرئاسية حيث كانت نسبتها (85.7%) بنحو (100%) لموقع النيل الإخبارية، فعلى سبيل المثال "وزيرة التضامن تلتقي المدير الإقليمي لبرنامج الأمم المتحدة للمتطوعين لبحث سبل التعاون"، و(81.8%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "لو محتاج عملية عاجلة.. طريقة التقديم في مبادرة منع قوائم الانتظار"، بينما بلغت نسبة استخدام عرض وجهة نظر واحدة كأسلوب إقناعي عاطفي (14.3%) بواقع (18.2%) لموقع صدى البلد، وعلى سبيل المثال "النائب طلعت عبد القوي يتحدث لـ صدى البلد عن إيجابية تأثير المُبادرات الرئاسية في حياة المواطن.. حوار"، والجدير بالذكر لم تظهر هذه النوعية من الأساليب على موقع النيل الإخبارية على الإطلاق.

#### ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية:

تعرض الباحثة أهم نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من جمهور المغتربين المصريين، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وهو ما يعكس سمات وخصائص العينة في علاقتها بالمواقع الإخبارية، الأمر الذي يساعد في معرفة العلاقة بين حجم التناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية وعلاقتها بإدراك المصريين المغتربين للواقع الاجتماعي المصري. وقد أسفر تحليل استجابات المبحوثين التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت على التحقق من أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

#### 1- مستوى استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية عبر الإنترنت.

##### جدول رقم (15)

#### مستوى استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية عبر الإنترنت وفقاً للنوع.

| النوع    | ذكور |       | إناث |       | الإجمالي |       |
|----------|------|-------|------|-------|----------|-------|
|          | ك    | %     | ك    | %     | ك        | %     |
| مرتفع    | 30   | 55.56 | 15   | 22.73 | 45       | 37.50 |
| متوسط    | 21   | 38.89 | 33   | 50.00 | 54       | 45.00 |
| منخفض    | 3    | 5.56  | 18   | 27.27 | 21       | 17.50 |
| الإجمالي | 54   | 100   | 66   | 100   | 120      | 100   |

قيمة كا<sup>2</sup> = 17.354 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.355 مستوى الدلالة = دالة عند 0.001

بحساب قيمة كا<sup>2</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 17.354 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001، أي أن مستوى المعنوية أصغر من 0.001، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.355 تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى استخدام المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - للمواقع الإخبارية عبر الإنترنت. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون

المواقع الإخبارية عبر الإنترنت بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 37.50%، موزعة بين 55.56% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 22.73% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون المواقع الإخبارية عبر الإنترنت بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 45.00%، موزعة بين 38.89% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 50.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمون المواقع الإخبارية عبر الإنترنت بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 17.50%، موزعة بين 5.56% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 27.27% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

**وباستعراض نتائج الجدول السابق تبين للباحثة أن أفراد العينة يستخدمون المواقع الإخبارية والتي تعتبر مصدر معلوماتي ثري بالنسبة لهم خاصة أنهم يقتنون خارج حدود الوطن بعيداً عن الرؤية الذاتية للتطورات الاجتماعية، وتبين من خلال الدراسة التحليلية التي قامت بها الباحثة ثراء هذه المواقع الإخبارية بالوسائط التكنولوجية ووسائل التفاعلية المتعددة مما جعلها في مقدمة الوسائل التي يستخدمها المغتربين المصريين في الحصول على المعلومات وهذا ما أكدته أيضاً دراسة سعدية فوزي (2016) (60) والتي توصلت أن نسبة كبيرة من الجمهور المصري المقيم بالخارج يعتمدون على المواقع الإخبارية كمصدر معلوماتي يمددهم بمعلوماتي عن الوطن مما يقلل لديهم شعورهم بالغربة.**

2- عدد سنوات خبرة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية عبر الإنترنت.

### جدول رقم (16)

عدد سنوات خبرة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية عبر الإنترنت وفقاً للنوع.

| النوع                     | ذكور |       | إناث |       | الإجمالي |       |
|---------------------------|------|-------|------|-------|----------|-------|
|                           | ك    | %     | ك    | %     | ك        | %     |
| أقل من سنة                | 6    | 11.11 | 3    | 4.55  | 9        | 7.50  |
| من سنة إلى أقل من سنتين   | 6    | 11.11 | 21   | 31.82 | 27       | 22.50 |
| من سنتين إلى أقل من ثلاثة | 6    | 11.11 | 24   | 36.36 | 30       | 25.00 |
| من ثلاثة سنوات فأكثر      | 36   | 66.67 | 18   | 27.27 | 54       | 45.00 |
| الإجمالي                  | 54   | 100   | 66   | 100   | 120      | 100   |

قيمة  $\chi^2 = 25.185$  درجة الحرية = 3 معامل التوافق = 0.416 مستوى الدلالة = دالة عند 0.001 بحساب قيمة  $\chi^2$  من الجدول السابق عند درجة حرية = 3، وجد أنها = 25.185 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001، أي أن مستوى المعنوية أصغر من 0.001، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.416 تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) وعدد سنوات خبرة استخدام المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - للمواقع الإخبارية عبر الإنترنت. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون المواقع الإخبارية عبر الإنترنت منذ أقل من سنة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 7.50%، موزعة بين 11.11% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 4.55% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون المواقع الإخبارية عبر الإنترنت منذ من سنة إلى أقل من سنتين من إجمالي مفردات عينة الدراسة 22.50%، موزعة بين 11.11% من

إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 31.82% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون المواقع الإخبارية عبر الإنترنت منذ من سنتين إلى أقل من ثلاثة سنوات من إجمالي مفردات عينة الدراسة 25.00%، موزعة بين 11.11% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 36.36% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمون المواقع الإخبارية عبر الإنترنت منذ ثلاثة سنوات فأكثر سنوات من إجمالي مفردات عينة الدراسة 45.00%، موزعة بين 66.67% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 27.27% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وباستعراض النتائج السابقة تبين أن غالبية الباحثين يستخدمون المواقع الإخبارية منذ أكثر من ثلاث سنوات، وترى الباحثة أن هذا يؤكد على شعبية المواقع الإلكترونية مقارنة بالإعلام الرسمي وأنها فتحت المجال لكافة الجمهور للتعبير الحر عن آرائهم في مختلف القضايا، واتفقت مع هذه النتيجة إلى حد ما مع دراسة حاتم العلوانة (2012) (61) حيث أشارت إلى أن الإعلام الجديد جاء ليشكل عالم افتراضياً يفتح المجال للأفراد والمجتمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها لإبداء آرائهم في القضايا والموضوعات التي تهتم.

### 3- أهم المواقع الإخبارية التي يفضل الباحثون استخدامها عبر الإنترنت.

#### جدول رقم (17)

أهم المواقع الإخبارية التي يفضل الباحثون استخدامها عبر الإنترنت وفقاً للنوع.

| الترتيب | الدالة   | قيمة z | الإجمالي |    | إناث  |    | ذكور  |    | النوع<br>المواقع الإخبارية |
|---------|----------|--------|----------|----|-------|----|-------|----|----------------------------|
|         |          |        | %        | ك  | %     | ك  | %     | ك  |                            |
| 1       | دالة**   | 3.110  | 70.00    | 84 | 81.82 | 54 | 55.56 | 30 | موقع صدى البلد             |
| 2       | غير دالة | 0.283  | 62.50    | 75 | 63.64 | 42 | 61.11 | 33 | موقع النيل للأخبار         |
| 3       | غير دالة | 0.283  | 37.50    | 45 | 36.36 | 24 | 38.89 | 21 | موقع BCC                   |
| 4       | غير دالة | 0.345  | 35.00    | 42 | 36.36 | 24 | 33.33 | 18 | موقع CNN                   |
| 5       | غير دالة | 0.995  | 32.50    | 39 | 36.36 | 24 | 27.78 | 15 | موقع اكسترا نيوز           |
| 6       | غير دالة | 0.061  | 27.50    | 33 | 27.27 | 18 | 27.78 | 15 | موقع أخبار مصر             |
| 6       | غير دالة | 0.061  | 27.50    | 33 | 27.27 | 18 | 27.78 | 15 | موقع الحرة                 |
| 7       | غير دالة | 0.633  | 25.00    | 30 | 27.27 | 18 | 22.22 | 12 | موقع العربية نت            |
|         |          |        | 120      |    | 66    |    | 54    |    | جملة من سنلوا              |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المواقع الإخبارية التي يفضل الباحثون استخدامها عبر الإنترنت وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول موقع صدى البلد، حيث جاءت بنسبة بلغت 70.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 55.56% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 81.82% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0.01، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 3.110 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.99. وجاء في الترتيب الثاني موقع النيل للأخبار حيث جاءت بنسبة بلغت 62.50% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 61.11% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 63.64% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.283 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

وجاء في الترتيب الثالث موقع ال BBC، حيث جاءت بنسبة بلغت 37.50% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 38.89% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 36.36% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.283 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

#### 4- أهم أسباب تفضيل المبحوثين للمواقع الإخبارية التي يستخدمونها عبر الإنترنت.

### جدول رقم (18)

أهم أسباب تفضيل المبحوثين للمواقع الإخبارية التي يستخدمونها عبر الإنترنت وفقاً للنوع.

| الترتيب | الدلالة  | قيمة z | الإجمالي |    | إناث  |    | ذكور  |    | النوع<br>أهم الأسباب   |
|---------|----------|--------|----------|----|-------|----|-------|----|--|
|         |          |        | %        | ك  | %     | ك  | %     | ك  |  |
| 1       | غير دالة | 1.675  | 70.00    | 84 | 63.64 | 42 | 77.78 | 42 | سهولة التصفح داخل الموقع أثناء تصفحه                                 |
| 2       | دالة**   | 3.103  | 65.00    | 78 | 77.27 | 51 | 50.00 | 27 | السهولة والوضوح في عرض الموضوعات                                     |
| 3       | دالة*    | 2.462  | 60.00    | 72 | 50.00 | 33 | 72.22 | 39 | تقديم معلومات فورية حول الأحداث                                      |
| 4       | غير دالة | 0.992  | 45.00    | 54 | 40.91 | 27 | 50.00 | 27 | استخدام مستحدثات تكنولوجيا وإخراجها بشكل جديد                        |
| 5       | دالة**   | 3.110  | 30.00    | 36 | 18.18 | 12 | 44.44 | 24 | تعمقه في معالجة الأحداث وتقديم المبررات والأساليب الإقناعية المختلفة |
|         |          |        | 120      |    | 66    |    | 54    |    | جملة من سنلوا  |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب تفضيل المبحوثين للمواقع الإخبارية التي يستخدمونها عبر الإنترنت وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول سهولة التصفح داخل الموقع أثناء تصفحه، حيث جاءت بنسبة بلغت 70.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 77.78% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 63.64% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.675 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95. وجاء في الترتيب الثاني السهولة والوضوح في عرض الموضوعات، حيث جاءت بنسبة بلغت 65.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 50.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 77.27% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0.01، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 3.103 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.99. وجاء في الترتيب الثالث تقديم معلومات فورية حول الأحداث، حيث جاءت بنسبة بلغت 60.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 72.22% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 50.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد

فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0.05، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2.462 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

5- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الموقع الإخبارية كمصدر للمعلومات حول المبادرات الرئاسية.

### جدول (19)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الموقع الإخبارية كمصدر للمعلومات حول المبادرات الرئاسية.

| درجة الدوافع | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | معارض |       | محايد |       | موافق |         | درجة الثقة العبارة |  |
|--------------|-------------------|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|--------------------|--|
|              |                   |                 | %     | ك     | %     | ك     | %     | ك       |                    |  |
| مرتفع        | 1                 | 0.67            | 2.60  | 10.00 | 12    | 20.00 | 24    | 70.00   | 84                 | إتاحة الموقع الانتقال لمصادر المعلومات المرجعية ومواقع أخرى ترتبط بالمواد المنشورة |
| مرتفع        | 2                 | 0.74            | 2.55  | 15.00 | 18    | 15.00 | 18    | 70.00   | 84                 | وجود بيانات توضيحية عن سياسة الموقع والجهة المسؤولة عنه                            |
| مرتفع        | 3                 | 0.66            | 2.49  | 9.17  | 11    | 32.50 | 39    | 58.33   | 70                 | تناول الموقع للحدث بأكثر من شكل  |
| مرتفع        | 4                 | 0.66            | 2.48  | 9.17  | 11    | 34.17 | 41    | 56.67   | 68                 | الشهرة والسمعة التي يتمتع بها الموقع الإلكتروني                                    |
| مرتفع        | 4                 | 0.66            | 2.48  | 9.17  | 11    | 33.33 | 40    | 57.50   | 69                 | اهتمام الموقع بالفصل بين المواد الإعلانية والمواد التحريرية                        |
| مرتفع        | 5                 | 0.72            | 2.43  | 13.33 | 16    | 30.00 | 36    | 56.67   | 68                 | التحديث الفوري والمستمر أولاً بأول للموقع الإلكتروني                               |
| مرتفع        | 6                 | 0.67            | 2.40  | 10.00 | 12    | 40.00 | 48    | 50.00   | 60                 | تمتع الموقع بمصداقية وموضوعية في نشر الأخبار                                       |
| مرتفع        | --                | 0.68            | 2.49  |       |       |       |       | 120 = ن |                    | جملة من سنلوا  |

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الموقع الإخبارية كمصدر للمعلومات حول المبادرات الرئاسية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي 2.49، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات إتاحة الموقع الانتقال لمصادر المعلومات المرجعية ومواقع أخرى ترتبط بالمواد المنشورة حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.60، وجاءت وجود بيانات توضيحية عن سياسة الموقع والجهة المسؤولة عنه في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.55، وجاءت تناول الموقع للحدث بأكثر من شكل في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.49، وجاءت الشهرة والسمعة التي يتمتع بها الموقع الإلكتروني، اهتمام الموقع بالفصل بين المواد الإعلانية والمواد التحريرية في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.48، وجاءت التحديث الفوري والمستمر أولاً بأول للموقع الإلكتروني في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.43، وجاءت تمتع الموقع

بمصادقية وموضوعية في نشر الأخبار في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.40.

**وباستعراض النتيجتين السابقتين** تبين للباحثة أن من أهم أسباب تفضيل المبحوثين للمواقع الإخبارية جاءت سهولة التجول داخل الموقع أثناء تصفحه في المرتبة الأولى، وأن مستوى ثقة المبحوثين بالمواقع الإخبارية جاء مرتفع حيث جاءت أولى أسباب توافر الثقة إتاحة الموقع الانتقال لمصادر المعلومات المرجعية ومواقع أخرى ترتبط بالمواد المنشورة، وهذا يؤكد على توافر الجودة والتنظيم داخل هذه المواقع والبساطة في عرض الموضوعات مع تنوع الوسائط المتعددة وإتاحة الروابط والوصلات التي تؤكد من مصداقية الخبر وهذا ما أكدته أيضاً دراسة **صوفيان مصباح (2021)** <sup>(62)</sup> والتي اشارت إلى تطور انتاج مضامين المواقع الإخبارية الإلكترونية واستخدام أشكال عرض رقمي لإيضاح الخبر كالجغرافيك والملميديا والألوان وكذلك استخدام وصلات للأخبار المتشابهة لسهولة استخدامها وتحليل الأخبار من وجهات نظر مختلفة.

#### 6- مدى متابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر وسائل الإعلام المختلفة.

#### جدول رقم (20)

مدى متابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر وسائل الإعلام المختلفة وفقاً للنوع.

| النوع                | ذكور |       | إناث |       | الإجمالي |       |
|----------------------|------|-------|------|-------|----------|-------|
|                      | ك    | %     | ك    | %     | ك        | %     |
| أتابعها بدرجة كبيرة  | 21   | 38.89 | 25   | 37.88 | 46       | 38.33 |
| أتابعها بدرجة متوسطة | 27   | 50.00 | 26   | 39.39 | 53       | 44.17 |
| أتابعها بدرجة منخفضة | 6    | 11.11 | 15   | 22.73 | 21       | 17.50 |
| الإجمالي             | 54   | 100   | 66   | 100   | 120      | 100   |

قيمة كا<sup>2</sup> = 3.054 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.158 مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا<sup>2</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 3.054 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.158 تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى متابعة المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - للمبادرات الرئاسية عبر وسائل الإعلام المختلفة.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتابعون المبادرات الرئاسية عبر وسائل الإعلام المختلفة بدرجة كبيرة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 38.33%، موزعة بين 38.89% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 37.88% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتابعون المبادرات الرئاسية عبر وسائل الإعلام المختلفة بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 44.17%، موزعة بين 50.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 39.39% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتابعون المبادرات الرئاسية عبر وسائل الإعلام المختلفة بدرجة

منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 17.50%، موزعة بين 11.11% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 22.73% من إجمالي مفردات عينة الإناث .

7- أهم مصادر معرفة المبحوثين بالمبادرات الرئاسية.

### جدول رقم (21)

أهم مصادر معرفة المبحوثين بالمبادرات الرئاسية وفقاً للنوع.

| الترتيب | الدلالة  | قيمة z | الإجمالي |    | إناث  |    | ذكور  |    | النوع<br>المصادر            |
|---------|----------|--------|----------|----|-------|----|-------|----|-----------------------------|
|         |          |        | %        | ك  | %     | ك  | %     | ك  |                             |
| 1       | غير دالة | 0.354  | 65.00    | 78 | 63.64 | 42 | 66.67 | 36 | المواقع الإلكترونية         |
| 2       | غير دالة | 0.895  | 60.00    | 72 | 63.64 | 42 | 55.56 | 30 | القنوات التلفزيونية المحلية |
| 3       | غير دالة | 0.494  | 47.50    | 57 | 45.45 | 30 | 50.00 | 27 | الصفحات الرسمية للرئاسة     |
| 4       | غير دالة | 1.289  | 27.50    | 33 | 22.73 | 15 | 33.33 | 18 | الفضائيات المصرية الخاصة    |
| 5       | غير دالة | 0.633  | 25.00    | 30 | 27.27 | 18 | 22.22 | 12 | الراديو                     |
| 6       | غير دالة | 1.247  | 22.50    | 27 | 18.18 | 12 | 27.78 | 15 | الفضائيات العربية والأجنبية |
|         |          |        | 120      |    | 66    |    | 54    |    | جملة من سنلوا               |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مصادر معرفة المبحوثين بالمبادرات الرئاسية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول المواقع الإلكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت 65.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 66.67% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 63.64% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.354 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95. وجاء في الترتيب الثاني القنوات التلفزيونية المحلية، حيث جاءت بنسبة بلغت 60.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 55.56% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 63.64% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.895 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95. وجاء في الترتيب الثالث الصفحات الرسمية للرئاسة، حيث جاءت بنسبة بلغت 47.50% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 50.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 45.45% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.494 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

وباستعراض النتائج السابقة يتضح للباحثة أن المواقع الإلكترونية من أولى مصادر معرفة المبحوثين بالمبادرات الرئاسية، وهذا يؤكد تفوق المواقع الإلكترونية عن وسائل الإعلام الأخرى في عرض موضوعات المبادرات الرئاسية، وهذا يدل على تفوق الإعلام

الجديد الذي أصبح أكثر شعبية وأكثر جذبًا وتأثيرًا وهذا ما أكدته أيضًا دراسة احمد زارع (2018)<sup>(63)</sup> والذي توصلت إلى أن المواقع الإلكترونية هي أولى المصادر الذي يعتمد عليها الجمهور عينة الدراسة في الحصول على معلومات عن المبادرات الرئاسية.

8- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى الاهتمام بمتابعة المبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية.

### جدول (22)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى الاهتمام بمتابعة المبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية.

| درجة التقييم | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | معارض |       | محايد |       | موافق |       | درجة التقييم العبرة |   |
|--------------|-------------------|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------|---|
|              |                   |                 | %     | ك     | %     | ك     | %     | ك     |                     |   |
| مرتفع        | 1                 | 0.71            | 2.58  | 12.50 | 15    | 17.50 | 21    | 70.00 | 84                  | اطلع على أكثر من وسيلة إعلامية كي ألم بالتحولات الاجتماعية المختلفة                         |
| مرتفع        | 2                 | 0.67            | 2.53  | 10.00 | 12    | 27.50 | 33    | 62.50 | 75                  | أشارك بالتعليق على الموضوعات الاجتماعية والمبادرات الرئاسية المنشورة في المواقع الإلكترونية |
| مرتفع        | 3                 | 0.64            | 2.50  | 7.50  | 9     | 35.00 | 42    | 57.50 | 69                  | أجد نفسي مستغرقًا في التفكير في التحولات الاجتماعية في المجتمع المصري                       |
| مرتفع        | 4                 | 0.67            | 2.45  | 10.00 | 12    | 35.00 | 42    | 55.00 | 66                  | اهتمامي بالقضايا المجتمعية التي تدور بالوطن لا يعيقني عن العمل                              |
| مرتفع        | 5                 | 0.67            | 2.43  | 10.00 | 12    | 37.50 | 45    | 52.50 | 63                  | اهتم بمتابعة المبادرات الرئاسية عبر المواقع الإلكترونية                                     |
| مرتفع        | 5                 | 0.71            | 2.43  | 12.50 | 15    | 32.50 | 39    | 55.00 | 66                  | اهتم بالحضور في بعض ورش العمل و الندوات الإلكترونية التي تخص المبادرات الرئاسية             |
| مرتفع        | 6                 | 0.70            | 2.40  | 12.50 | 15    | 35.00 | 42    | 52.50 | 63                  | أشجع أهلي للمشاركة في المبادرات الرئاسية في مصر   |
| مرتفع        | --                | 0.68            | 2.49  |       |       |       |       |       | 120 = ن             | جملة من سنلوا   |

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى الاهتمام بمتابعة المبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي 2.49، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثات على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات أطلع علي أكثر من وسيلة إعلامية كي ألم بالتحولات الاجتماعية المختلفة حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.58، وجاءت أشارك بالتعليق علي الموضوعات الاجتماعية والمبادرات الرئاسية المنشورة في المواقع الإلكترونية في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير



مرتفعة بمتوسط حسابي 2.53، وجاءت أجد نفسي مستغرقا في التفكير في التحولات الاجتماعية في المجتمع المصري في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.50، وجاءت اهتمامي بالقضايا المجتمعية التي تدور بالوطن لا يعيقني عن العمل في الترتيب الرابع .

9- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس دوافع الاهتمام بمتابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية.

### جدول (23)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس دوافع الاهتمام بمتابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية.

| درجة التقييم | الترتيب | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | معارض |    | محايد |    | موافق |    | درجة التقييم العيارة  |
|--------------|---------|-------------------|-----------------|-------|----|-------|----|-------|----|---|
|              |         |                   |                 | %     | ك  | %     | ك  | %     | ك  |   |
| مرتفع        | 1       | 0.52              | 2.68            | 2.50  | 3  | 27.50 | 33 | 70.00 | 84 | تقديم تفاصيل لأخبار المبادرات مع صور وفيديوهات              |
| مرتفع        | 2       | 0.62              | 2.63            | 7.50  | 9  | 22.50 | 27 | 70.00 | 84 | الاهتمام بالرد على رسائل وتعليقات زوار الموقع               |
| مرتفع        | 3       | 0.59              | 2.58            | 5.00  | 6  | 32.50 | 39 | 62.50 | 75 | تهتم بالقضايا المجتمعية المختلفة والأحداث الجارية           |
| مرتفع        | 4       | 0.63              | 2.53            | 7.50  | 9  | 32.50 | 39 | 60.00 | 72 | الأنية أو الحالية في نشر أخبار المبادرات                    |
| مرتفع        | 5       | 0.67              | 2.50            | 10.00 | 12 | 30.00 | 36 | 60.00 | 72 | التغطية الإخبارية للمبادرات عليها أكبر وأوسع                |
| مرتفع        | 6       | 0.67              | 2.48            | 10.00 | 12 | 32.50 | 39 | 57.50 | 69 | كفاية المعلومات بها والتي لا أجدها مع أي وسيلة إعلامية أخرى |
| مرتفع        | 7       | 0.67              | 2.45            | 10.00 | 12 | 35.00 | 42 | 55.00 | 66 | تعرض وجهة نظر الخبراء ومتخصصين في مجالات مختلفة             |
| مرتفع        | 8       | 0.70              | 2.38            | 12.50 | 15 | 37.50 | 45 | 50.00 | 60 | التحديث المستمر لموضوع المبادرات الرئاسية                   |
| مرتفع        | --      | 0.64              | 2.53            | ن=120 |    |       |    |       |    | جملة من سنلوا   |

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس دوافع متابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي 2.53، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثات على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات تقديم تفاصيل لأخبار لمبادرات مع صور وفيديوهات حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.68، وجاءت الاهتمام بالرد على رسائل وتعليقات زوار الموقع في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.63، وجاءت تهتم بالقضايا المجتمعية المختلفة والأحداث الجارية في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.58، وجاءت الأنية أو الحالية في نشر أخبار المبادرات في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.53.

10- ترتيب المُبادرات الرئاسية في المجتمع المصري وفقاً لانتشارها عبر المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين.

جدول رقم (24)

ترتيب المُبادرات الرئاسية في المجتمع المصري وفقاً لانتشارها عبر المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع.

| الترتيب | الدالة   | قيمة z | الإجمالي |    | إناث  |    | ذكور  |    | النوع<br>الطريقة                       |
|---------|----------|--------|----------|----|-------|----|-------|----|--|
|         |          |        | %        | ك  | %     | ك  | %     | ك  |  |
| 1       | غير دالة | 0.176  | 67.50    | 81 | 68.18 | 45 | 66.67 | 36 | مبادرة حياة كريمة                      |
| 2       | غير دالة | 1.830  | 42.50    | 51 | 50.00 | 33 | 33.33 | 18 | مبادرة 100 مليون صحة                   |
| 3       | غير دالة | 0.849  | 37.50    | 45 | 40.91 | 27 | 33.33 | 18 | مكافحة فيروس سي                        |
| 3       | غير دالة | 1.982  | 37.50    | 45 | 45.45 | 30 | 27.78 | 15 | صبح على مصر بجنية                      |
| 3       | غير دالة | 0.849  | 37.50    | 45 | 40.91 | 27 | 33.33 | 18 | مبادرة صندوق تحيا مصر                  |
| 4       | غير دالة | 1.346  | 32.50    | 39 | 27.27 | 18 | 38.89 | 21 | مصر بلا غارمات                         |
| 4       | غير دالة | 1.346  | 32.50    | 39 | 27.27 | 18 | 38.89 | 21 | البرنامج الرئاسي لتأهيل الشباب للقيادة |
| 5       | غير دالة | 0.718  | 30.00    | 36 | 27.27 | 18 | 33.33 | 18 | اسأل الرئيس                            |
|         |          |        | 120      |    | 66    |    | 54    |    | جملة من سنلوا                          |

تشير بيانات الجدول السابق إلى ترتيب المُبادرات الرئاسية في المجتمع المصري وفقاً لانتشارها عبر المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول مبادرة حياة كريمة، حيث جاءت بنسبة بلغت 67.50% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 66.67% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 68.18% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.176 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95. وجاء في الترتيب الثاني مبادرة 100 مليون صحة، حيث جاءت بنسبة بلغت 42.50% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 33.33% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 50.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.830 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95. وجاء في الترتيب الثالث مكافحة فيروس سي، حيث جاءت بنسبة بلغت 37.50% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 33.33% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 40.91% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.849 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

ويتضح للباحثة من خلال الجدول السابق مدى وعي أفراد العينة بالمبادرات الرئاسية ومتابعتهم لها حيث أنها مبادرات اهتمت بالمواطن أولاً وتوفير حياة كريمة له ورعاية صحية

ملائمة من أجل رفعة شأنه والقضاء على مشاكله ومن هنا يجب التوعية بأهمية هذه المبادرات لصالح الفرد والمجتمع وضرورة الحث على المشاركة بها.

## 11- مدى مشاركة المبحوثين في المبادرات الرئاسية.

### جدول رقم (25)

مدى مشاركة المبحوثين في المبادرات الرئاسية وفقاً للنوع.

| النوع    | ذكور |       | إناث |       | الإجمالي |       |
|----------|------|-------|------|-------|----------|-------|
|          | ك    | %     | ك    | %     | ك        | %     |
| نعم      | 27   | 50.00 | 57   | 86.36 | 84       | 70.00 |
| لا       | 27   | 50.00 | 9    | 13.64 | 36       | 30.00 |
| الإجمالي | 54   | 100   | 66   | 100   | 120      | 100   |

قيمة  $\chi^2 = 18.701$  درجة الحرية = 1 معامل التوافق = 0.367 مستوى الدلالة = دالة عند 0.001 بحساب قيمة  $\chi^2$  من الجدول السابق عند درجة حرية = 1، وجد أنها = 18.701 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001، أي أن مستوى المعنوية أصغر من 0.001، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.367 تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى مشاركة المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - في المبادرات الرئاسية. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من شاركوا في المبادرات الرئاسية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 70.00%، موزعة بين 50.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 86.36% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من لم يشاركوا في المبادرات الرئاسية من إجمالي مفردات عينة الدراسة 30.00%، موزعة بين 50.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 13.64% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

## 12- أهم أشكال مشاركة المبحوثين في المبادرات الرئاسية.

### جدول رقم (26)

أهم أشكال مشاركة المبحوثين في المبادرات الرئاسية وفقاً للنوع.

| الترتيب | الدلالة | قيمة z | الإجمالي |    | إناث  |    | ذكور  |    | النوع<br>أهم أشكال المشاركة                                 |
|---------|---------|--------|----------|----|-------|----|-------|----|---|
|         |         |        | %        | ك  | %     | ك  | %     | ك  |   |
| 1       | دالة**  | 2.939  | 60.71    | 51 | 63.16 | 36 | 55.56 | 15 | نشر بوسنات لدعم وتأييد هذه المبادرات                        |
| 2       | دالة*** | 3.581  | 57.14    | 48 | 63.16 | 36 | 44.44 | 12 | التبرع لصندوق تحيا مصر                                      |
| 3       | دالة*   | 2.193  | 28.57    | 24 | 31.58 | 18 | 22.22 | 6  | محاورة الأصدقاء في الداخل والخارج حول فعاليات هذه المبادرات |
| 4       | دالة**  | 2.901  | 17.86    | 15 | 5.26  | 3  | 44.44 | 12 | دعوة الأهل والأصدقاء للمشاركة في هذه المبادرات              |
|         |         |        | 84       |    | 57    |    | 27    |    | جملة من سنلوا   |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أشكال مشاركة المبحوثين في المبادرات الرئاسية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول نشر بوسنات لدعم وتأييد هذه المبادرات، حيث جاءت بنسبة بلغت 60.71% من إجمالي مفردات من شاركوا في المبادرات الرئاسية من

إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 55.56% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 63.16% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0.01، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2.939 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.99. وجاء في الترتيب الثاني التبرع لصندوق تحيا مصر، حيث جاءت بنسبة بلغت 57.14% من إجمالي مفردات من شاركوا في المبادرات الرئاسية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 44.44% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 63.16% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0.001، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 3.581 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.999. وجاء في الترتيب الثالث محاوره الأصدقاء في الداخل والخارج حول فعاليات هذه المبادرات، حيث جاءت بنسبة بلغت 28.57% من إجمالي مفردات من شاركوا في المبادرات الرئاسية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 22.22% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 31.58% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0.05، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2.193 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

وباستعراض نتائج الجدول السابق تبين للباحثة اهتمام الباحثين بهذه المبادرات وبأهميتها، حيث قاموا بالمشاركة في نشر بوسنات هذه المبادرات كنوع دعم وتشجيع لهذه المبادرات رغم تواجدهم خارج حدود الوطن إلا إنهم يؤيدون ويشجعون ما يحدث من تطورات اجتماعية بوطنهم الحبيب.

### 13- موقف الباحثين حول المواد الإعلامية التي يتم من خلالها نشر فعاليات المبادرات الرئاسية.

#### جدول (27)

موقف الباحثين حول المواد الإعلامية التي يتم من خلالها نشر فعاليات المبادرات الرئاسية.

| درجة التقويم | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | معارض |       | محايد |       | موافق |       | درجة التقويم المواد الإعلامية |
|--------------|-------------------|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------------------------------|
|              |                   |                 | %     | ك     | %     | ك     | %     | ك     |                               |
| مرتفع        | 1                 | 0.66            | 2.49  | 9.17  | 11    | 32.50 | 39    | 58.33 | 70                            |
| مرتفع        | 2                 | 0.66            | 2.48  | 9.17  | 11    | 34.17 | 41    | 56.67 | 68                            |
| مرتفع        | 2                 | 0.66            | 2.48  | 9.17  | 11    | 33.33 | 40    | 57.50 | 69                            |
| مرتفع        | 3                 | 0.72            | 2.43  | 13.33 | 16    | 30.00 | 36    | 56.67 | 68                            |
| مرتفع        | 4                 | 0.67            | 2.40  | 10.00 | 12    | 40.00 | 48    | 50.00 | 60                            |
| مرتفع        | --                | 0.67            | 2.46  |       |       |       |       |       | ن=120                         |

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين حول المواد الإعلامية التي يتم من خلالها نشر فعاليات المبادرات الرئاسية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي 2.46، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس ما

بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه المواد الإعلامية الصور حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.49، وجاءت المواد الإخبارية، القصص الإخبارية في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.48، وجاءت مقاطع الفيديو في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.43، وجاءت المقالات في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.40.

14- أهم عوامل نجاح المبادرات الرئاسية في المجتمع المصري من وجهة نظر المبحوثين.

#### جدول رقم (28)

أهم عوامل نجاح المبادرات الرئاسية في المجتمع المصري من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع.

| الترتيب | الدلالة  | قيمة z | الإجمالي |    | إناث  |    | ذكور  |    | النوع<br>أهم العوامل                   |
|---------|----------|--------|----------|----|-------|----|-------|----|--|
|         |          |        | %        | ك  | %     | ك  | %     | ك  |  |
| 1       | غير دالة | 0.176  | 67.50    | 81 | 68.18 | 45 | 66.67 | 36 | كانت منظمة بشكل جيد                    |
| 2       | غير دالة | 0.354  | 65.00    | 78 | 63.64 | 42 | 66.67 | 36 | أنها واجهت مخاطر كانت قائمة في المجتمع |
| 3       | غير دالة | 0.895  | 60.00    | 72 | 63.64 | 42 | 55.56 | 30 | مشاركة المواطنين بها                   |
|         |          |        | 120      |    | 66    |    | 54    |    | جملة من سنلوا                          |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم عوامل نجاح المبادرات الرئاسية في المجتمع المصري من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول كانت منظمة بشكل جيد، حيث جاءت بنسبة بلغت 67.50% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 66.67% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 68.18% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.176 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95. وجاء في الترتيب الثاني أنها واجهت مخاطر كانت قائمة في المجتمع، حيث جاءت بنسبة بلغت 65.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 66.67% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 63.64% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.354 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95. وجاء في الترتيب الثالث مشاركة المواطنين بها، حيث جاءت بنسبة بلغت 60.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 55.56% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 63.64% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.895 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95. وباستعراض نتائج الجدول السابق تبين للباحثة أهمية هذه المبادرات كمشروعات تنموية عظيمة كان يحتاجها المواطنون والمجتمع والتي ساهمت في حل أزمت كثيرة.

## 15- الأكثر قدرة على إدارة شئون المبادرات الرئاسية من وجهة نظر المبحوثين.

### جدول رقم (29)

الأكثر قدرة على إدارة شئون المبادرات الرئاسية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع.

| النوع            | ذكور |       | إناث |       | الإجمالي |       |
|------------------|------|-------|------|-------|----------|-------|
|                  | ك    | %     | ك    | %     | ك        | %     |
| هيئة الإشراف     |      |       |      |       |          |       |
| الجيش            | 27   | 50.00 | 30   | 45.45 | 57       | 47.50 |
| الشباب           | 27   | 50.00 | 30   | 45.45 | 57       | 47.50 |
| الأحزاب السياسية | 0    | 0.00  | 6    | 9.09  | 6        | 5.00  |
| الإجمالي         | 54   | 100   | 66   | 100   | 120      | 100   |

قيمة  $\chi^2 = 5.167$  درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.203 مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة  $\chi^2$  من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 5.167 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.203 تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) والأكثر قدرة على إدارة شئون المبادرات الرئاسية من وجهة نظر المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة -.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن الأكثر قدرة على إدارة شئون المبادرات الرئاسية هو الجيش من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 47.50%، موزعة بين 50.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 45.45% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن الأكثر قدرة على إدارة شئون المبادرات الرئاسية هم الشباب من إجمالي مفردات عينة الدراسة 47.50%، موزعة بين 50.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 45.45% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن الأكثر قدرة على إدارة شئون المبادرات الرئاسية هم الأحزاب السياسية من إجمالي مفردات عينة الدراسة 5.00%، موزعة بين 0.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 9.09% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وباستعراض نتائج الجدول السابق تبين للباحثة أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يرون أن الأكثر قدرة على إدارة شئون المبادرات هما الجيش والشباب بنسب متساوية، وهذا يشير إلى أهمية هذين السلاحين في المجتمع، حيث ترى الباحثة أن الشباب والجيش هما قوة المجتمع وعزوته وهما حائط الصد لأي خطر يهدد المجتمع فإذا صلح شباب المجتمع صلح جيشه وصلح المجتمع ككل.

16- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس إدراك المبحوثين للواقع الاجتماعي من خلال التعرض للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية.

جدول (30)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس إدراك المبحوثين للواقع الاجتماعي من خلال التعرض للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية.

| درجة التقييم | رقم العبارة | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | معارض |    | محايد |    | موافق |    | درجة التقييم العبارة   |
|--------------|-------------|-------------------|-----------------|-------|----|-------|----|-------|----|--|
|              |             |                   |                 | %     | ك  | %     | ك  | %     | ك  |  |
| مرتفع        | 1           | 0.67              | 2.60            | 10.00 | 12 | 20.00 | 24 | 70.00 | 84 | إدراكي للتحويلات الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع المصري ساعدني في تغيير خطتي المستقبلية                             |
| مرتفع        | 2           | 0.59              | 2.58            | 5.00  | 6  | 32.50 | 39 | 62.50 | 75 | أصبحت أكثر ميلا للحوار والنقاش بشأن موضوعات المبادرات  |
| مرتفع        | 3           | 0.59              | 2.55            | 5.00  | 6  | 35.00 | 42 | 60.00 | 72 | أصبحت أكثر شوقا لمتابعة أخبار والوطن والحنين إليه  |
| مرتفع        | 3           | 0.59              | 2.55            | 5.00  | 6  | 35.00 | 42 | 60.00 | 72 | أسعى للانضمام إلى الندوات وورش العمل الإلكترونية للمشاركة المجتمعية داخل الوطن                                     |
| مرتفع        | 3           | 0.59              | 2.55            | 5.00  | 6  | 35.00 | 42 | 60.00 | 72 | أشارك أي مضمون إلكتروني يتعلق بالمبادرات و الإنجازات والتغيرات الاجتماعية في وطني                                  |
| مرتفع        | 4           | 0.63              | 2.53            | 7.50  | 9  | 32.50 | 39 | 60.00 | 72 | متابعتي للمبادرات الرئاسية والتحويلات الاجتماعية في المواقع الإلكترونية جعلتني أشعر بأهمية المشاركة في المجتمع     |
| مرتفع        | 5           | 0.67              | 2.50            | 10.00 | 12 | 30.00 | 36 | 60.00 | 72 | ساعدتن المواقع الإخبارية علي المقارنة بين ما أقرأه وأشاهده اليوم وبين ما أراه بما سبق من أوضاع داخل المجتمع المصري |
| مرتفع        | 6           | 0.67              | 2.48            | 10.00 | 12 | 32.50 | 39 | 57.50 | 69 | ساعدتن المواقع الإخبارية علي التعرف علي نتائج التحويلات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في الشارع المصري          |
| مرتفع        | 7           | 0.71              | 2.43            | 12.50 | 15 | 32.50 | 39 | 55.00 | 66 | مكنتني متابعة المواقع الإخبارية من فهم المشكلات المحلية التي يعاني منها المجتمع المصري                             |

|       |    |      |      |         |    |       |    |       |    |  |
|-------|----|------|------|---------|----|-------|----|-------|----|--|
| مرتفع | 8  | 0.66 | 2.38 | 10.00   | 12 | 42.50 | 51 | 47.50 | 57 | متابعتي للمواقع الإخبارية جعلتني حريص على متابعة القضايا المختلفة في المجتمع المصري        |
| مرتفع | 8  | 0.66 | 2.38 | 10.00   | 12 | 42.50 | 51 | 47.50 | 57 | من خلال متابعتي للمواقع الإلكترونية والتحولت الاجتماعية أصبحت أشعر بالقرب الاجتماعي        |
| مرتفع | 9  | 0.73 | 2.35 | 15.00   | 18 | 35.00 | 42 | 50.00 | 60 | جعلتني المواقع الإلكترونية أهتم بكافة المعلومات التي تطرح حول الواقع الاجتماعي المصري      |
| مرتفع | 9  | 0.57 | 2.35 | 5.00    | 6  | 55.00 | 66 | 40.00 | 48 | تمدني المواقع بخلفية معلوماتية سياسية واجتماعية تساعدني في المناقشات مع الآخرين خارج الوطن |
| مرتفع | 9  | 0.73 | 2.35 | 15.00   | 18 | 35.00 | 42 | 50.00 | 60 | تصفحني للمواقع الإخبارية جعلني أعرف الكثير من أسباب التحولات الاجتماعية والصحية في مصر     |
| مرتفع | -- | 0.65 | 2.47 | 120 = ن |    |       |    |       |    | جملة من سنلوا  |

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس إدراك المبحوثين للواقع الاجتماعي من خلال استخدام المواقع الإخبارية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي 2.47، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثات على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات إدراكي للتحولات الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع المصري ساعدني في تغيير خططي المستقبلية حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.60، وجاءت أصبحت أكثر ميلا للحوار والنقاش بشأن موضوعات المبادرات في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.58، وجاءت أصبحت أكثر شوقا لمتابعة أخبار والوطن والحنين إليه، أسعى للانضمام إلى الندوات وورش العمل الإلكترونية للمشاركة المجتمعية داخل الوطن، أشرك أي مضمون إلكتروني يتعلق بالمبادرات و الانجازات والتغيرات الاجتماعية في وطني في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.55، وجاءت متابعتي للمبادرات الرئاسية والتحولت الاجتماعية في المواقع الإلكترونية جعلتني أشعر بأهمية المشاركة في المجتمع في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.53، وجاءت ساعدتني المواقع الإخبارية علي المقارنة بين ما أقرأه وأشاهده اليوم وبين ما أراه بما سبق من أوضاع داخل المجتمع المصري في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.50، وجاءت ساعدتني المواقع الإخبارية علي التعرف علي نتائج التحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في الشارع المصري، اهتم بإنشاء صفحات الكترونية للمصريين في الخارج ننشر عليها أخبار المبادرات الرئاسية وتغيرات الوطن في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.48،



وجاءت مكننتي متابعة المواقع الإخبارية من فهم المشكلات المحلية التي يعاني منها المجتمع المصري في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.43، وجاءت متابعتي للمواقع الإخبارية جعلتني حريص علي متابعة القضايا المختلفة في المجتمع المصري، من خلال متابعتي للمواقع الإلكترونية والتحويلات الاجتماعية أصبحت أشعر بالقرب الاجتماعي في الترتيب الثامن حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.38، وجاءت تمدني المواقع بخلفية معلوماتية سياسية واجتماعية تساعدني في المناقشات مع الآخرين خارج الوطن، تصفحي للمواقع الإخبارية جعلني أعرف الكثير من أسباب التحويلات الاجتماعية والصحية في مصر، جعلتني المواقع الإلكترونية أهتم بكافة المعلومات التي تطرح حول الواقع الاجتماعي المصري في الترتيب التاسع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.35.

**وباستعراض نتائج الجدول السابق تبين للباحثة ارتفاع مستوى إدراك المبحوثين للواقع الاجتماعي من خلال التعرض للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية وهذا يؤكد إلى وجود علاقة بين تعرضهم لموضوعات المبادرات الرئاسية عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية وبين إدراكهم للواقع الاجتماعي المصري وما به من تحولات وتجديدات حيث ترى الباحثة أن للمواقع الإلكترونية عينة الدراسة دور كبير في بناء الواقع الاجتماعي للأفراد وخاصة المقيمين خارج حدود اوطانهم حيث ينقصهم الخبرة المباشرة للأحداث والتطورات التي تتم هناك، وهنا يأتي دور هذه المواقع حيث تفسر لهؤلاء الأفراد العالم من حولهم وما يطرأ على وطنه من أحداث مما يساعده في عملية الإدراك الاجتماعي وتكوين صورة ذهنية عن الوطن الجديد بتطوراته الجديدة.**

### **حدود التكامل بين الدراسات التحليلية والميدانية (رؤية نقدية):**

بعد أن استعرضت الباحثة نتائج الدراسة التحليلية والميدانية على حدة مع تفسيرها وكذلك مقارنتها ببعض نتائج الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع دراستها، فإن الباحثة بصدد تقديم بعض حدود التكامل بين نتائج كل من الدراستين وذلك من خلال رصد وتحليل كل من الإطار الموضوعي والإطار الشكلي المتمثلان في (طبيعة المبادرات الأكثر انتشاراً، طبيعة عرض المبادرات).

1-تناولت كل من الدراستين التحليلية والميدانية طبيعة المبادرات الأكثر انتشاراً مع اختلاف مداخل التناول، حيث ركزت الأولى على أسماء المبادرات الرئاسية التي تم تناولها داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة)، في حين اهتمت الثانية ترتيب المبادرات الرئاسية في المجتمع المصري وفقاً لانتشارها عبر المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين، وسوف تستعرض الباحثة ذلك في عدة نقاط تتمثل في الآتي:

– في هذا السياق يمكن القول كلاً من (المبادرات الصحية الرئاسية، مبادرة حياة كريمة) احتلت الصدارة حيث بلغت نسبة تواجدهما (33.3%) لكلاً منهما بواقع (20.5%)، (38.5%) على التوالي لموقع النيل الإخبارية.

– في حين أسفرت نتائج الدراسة الميدانية إلى ترتيب المُبادرات الرئاسية في المجتمع المصري وفقاً لانتشارها عبر المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول مبادرة حياة كريمة، حيث جاءت بنسبة بلغت 67.50% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني مبادرة 100 مليون صحة، حيث جاءت بنسبة بلغت 42.50% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثالث مكافحة فيروس سي، حيث جاءت بنسبة بلغت 37.50% من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

مما يشير إجمالاً إلى وجود تشابه إلى حد ما في نوع المُبادرات التي انتشرت خلال تطبيق الباحثة لدراستها، مما أسفر عن أن المُبادرات الصحية ومبادرة حياة كريمة احتلت الصدارة مما ينعكس بدوره على الدور الإيجابي لأن تكون هذه المُبادرات لفت أنظار للوسيلة الإعلامية محل الدراسة وللجمهور أيضاً.

2- تناولت كل من الدراستين التحليلية والميدانية طبيعة عرض المُبادرات أو بمعنى آخر الأسلوب الأكثر استخداماً في تناول المبادرة مع اختلاف مداخل التناول وفقاً لعينة الدراسة، حيث ركزت الأولى على وسائل الإبراز المستخدمة في عرض المبادرة، في حين اهتمت الثانية بالوقوف على المواد الإعلامية التي يتم من خلالها نشر فعاليات المُبادرات الرئاسية، وسوف تُلخص الباحثة ذلك في عدة نقاط تتمثل في:

– تشير بيانات الدراسة التحليلية إلى أن أغلبية المواد المنشورة المتواجدة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المُبادرات الرئاسية تحتوي على صور ثابتة بنسبة (96.1%) بواقع (87.2%) لموقع النيل الإخبارية.

– في حين تُشير النتائج الميدانية إلى أن موقف المبحوثين حول المواد الإعلامية التي يتم من خلالها نشر فعاليات المُبادرات الرئاسية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي 2.46، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه المواد الإعلامية الصور حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.49.

مما يُشير إجمالاً إلى الطريقة أو القالب الذي يستخدم في عرض المُبادرات عبر المواقع الإلكترونية، ومما يُعزز الدقة في تناول موضوعات المُبادرات أن الصور الصحفية جاءت في الصدارة لكلا الدراستين التحليلية والميدانية سواء كانت صور شخصية أو موضوعية فهذا له دور كبير في نفوس القراء والمبحوثين.

### ثالثاً: نتائج التحقق من صحة الفروض:

في ضوء أهداف الدراسة وفروضها سوف يتم عرض نتائج التحقق من صحة الفروض:

**الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة المبادرات الرئاسية تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات.**

#### جدول رقم (31)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة المبادرات الرئاسية تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للحصول على المعلومات

| مصدر التباين   | مجموعات المربعات | درجة الحرية | متوسط مجموع المربعات | قيمة ف | الدالة  |
|----------------|------------------|-------------|----------------------|--------|---------|
| بين المجموعات  | 8.780            | 2           | 4.390                | 9.689  | دالة*** |
| داخل المجموعات | 53.012           | 117         | 0.453                |        |         |
| المجموع        | 61.792           | 119         |                      |        |         |

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة المختلفة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية، وذلك على مقياس متابعة المبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية، حيث بلغت قيمة ف 9.689 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001 ، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة المبادرات الرئاسية تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات، أى أنه كلما ارتفعت درجة الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للحصول على المعلومات عن المبادرات الرئاسية تزداد بالتالي درجة متابعة المبادرات الرئاسية. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

#### جدول (32)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس متابعة المبادرات الرئاسية تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للحصول على المعلومات

| المجموعات | مرتفع   | متوسط     | منخفض | المتوسط |
|-----------|---------|-----------|-------|---------|
| مرتفع     | -       |           |       | 2.27    |
| متوسط     | *0.3037 | -         |       | 1.96    |
| منخفض     | *0.4476 | ***0.7513 | -     | 2.71    |

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين

المبحوثين منخفضي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن المُبادرات الرئاسية والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن المُبادرات الرئاسية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.4476 لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن المُبادرات الرئاسية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن المُبادرات الرئاسية والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن المُبادرات الرئاسية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.3037 لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن المُبادرات الرئاسية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن المُبادرات الرئاسية والمبحوثين منخفضي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن المُبادرات الرئاسية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.7513 لصالح المبحوثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن المُبادرات الرئاسية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001.

### الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري تبعاً لاختلاف درجة متابعة المُبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية.

#### جدول رقم (33)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري تبعاً لاختلاف درجة متابعة المُبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية

| مصدر التباين   | مجموعات المربعات | درجة الحرية | متوسط مجموع المربعات | قيمة ف | الدلالة |
|----------------|------------------|-------------|----------------------|--------|---------|
| بين المجموعات  | 6.936            | 2           | 3.468                | 8.978  | دالة*** |
| داخل المجموعات | 45.189           | 117         | 0.386                |        |         |
| المجموع        | 52.125           | 119         |                      |        |         |

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات متابعة المُبادرات الرئاسية المختلفة عبر المواقع الإخبارية، وذلك علي مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري، حيث بلغت قيمة ف 8.978 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001 ، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري تبعاً لاختلاف درجة متابعة المُبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية، أي أنه كلما ارتفعت درجة متابعة المُبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية تزداد بالتالي درجة إدراك المبحوثين للواقع الاجتماعي المصري. ولمعرفة مصدر

ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

#### جدول (34)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري تبعاً لاختلاف درجة متابعة المبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية

| المجموعات | مرتفع     | متوسط  | منخفض | المتوسط |
|-----------|-----------|--------|-------|---------|
| مرتفع     | -         |        |       | 2.65    |
| متوسط     | **0.3692  | -      |       | 2.28    |
| منخفض     | ***0.6522 | 0.2830 | -     | 2.00    |

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى متابعة المبادرات الرئاسية والمبحوثين مرتفعي مستوى متابعة المبادرات الرئاسية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.6522 لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى متابعة المبادرات الرئاسية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى متابعة المبادرات الرئاسية والمبحوثين مرتفعي مستوى متابعة المبادرات الرئاسية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.3692 لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى متابعة المبادرات الرئاسية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى متابعة المبادرات الرئاسية والمبحوثين منخفضي مستوى متابعة المبادرات الرئاسية، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.2830، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

**الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى ثراء المواقع الإخبارية بالمعلومات والوسائط المتعددة ومستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة المبادرات الرئاسية.**

#### جدول رقم (35)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى ثراء المواقع الإخبارية بالمعلومات والوسائط المتعددة ومستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة المبادرات الرئاسية

| مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة المبادرات الرئاسية         |   | العدد | قيمة بيرسون | الدلالة |
|---|---|-------|-------------|---------|
| المتغير   | المتغير   |       |             |         |
| مستوى ثراء المواقع الإخبارية بالمعلومات والوسائط المتعددة | مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة المبادرات الرئاسية | 120   | 0.712       | 0.001   |

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات ثراء المواقع الإخبارية بالمعلومات والوسائط المتعددة ومستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة المبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة معامل

ارتباط بيرسون 0.712 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001، وبالتالي فقد تحقق صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى ثراء المواقع الإخبارية بالمعلومات والوسائط المتعددة ومستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة المبادرات الرئاسية، أي أنه كلما زادت درجة ثراء المواقع الإخبارية بالمعلومات والوسائط المتعددة تزداد بالتالي درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة المبادرات الرئاسية.

**الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين دوافع متابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية ومستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري لديهم.**

**جدول رقم (36)**

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس دوافع متابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية ومستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري لديهم

| مستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري لدى المبحوثين |             |       | المتغير<br>المتغير  |
|---|-------------|-------|---|
| الدلالة   | قيمة بيرسون | العدد |   |
| 0.001   | 0.654       | 120   | دوافع متابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية |

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين دوافع متابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية ومستوى إدراك المبحوثين للواقع الاجتماعي المصري، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.654 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين دوافع متابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية ومستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري لديهم، أي أنه كلما زادت درجة دوافع متابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية تزداد بالتالي درجة إدراكهم للواقع الاجتماعي المصري.

**الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين سنوات خبرة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية ومستوى متابعة المبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية.**

**جدول رقم (37)**

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس سنوات خبرة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية ومستوى متابعة المبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية

| مستوى متابعة المبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية |             |       | المتغير<br>المتغير                             |
|---|-------------|-------|--|
| الدلالة   | قيمة بيرسون | العدد |  |
| 0.001   | 0.569       | 120   | سنوات خبرة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية |

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين سنوات خبرة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية ومستوى متابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.569 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =0.001، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين سنوات خبرة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية ومستوى متابعة المبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية، أي أنه كلما زادت سنوات خبرة استخدام المبحوثين للمواقع الإخبارية تزداد بالتالي درجة متابعتهم للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية.

**الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين المشاركين في المبادرات الرئاسية والمبحوثين غير المشاركين على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري.**

**جدول (38)**

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري وفقاً لاختلاف درجة المشاركة في المبادرات الرئاسية

| المجموعات     | العدد | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمة ت | درجة الحرية | الدلالة |
|---------------|-------|---------|-------------------|--------|-------------|---------|
| المشاركين     | 84    | 2.42    | 0.755             | 3.450  | 118         | دالة**  |
| غير المشاركين | 36    | 2.18    | 0.621             |        |             |         |

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين المشاركين في المبادرات الرئاسية ومتوسطات درجات المبحوثين الغير مشاركون في المبادرات الرئاسية على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري لصالح المشاركين، حيث بلغت قيمة "ت" 3.450 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين المشاركين في المبادرات الرئاسية والمبحوثين غير المشاركين على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري لصالح المشاركين.

**الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المبادرات الرئاسية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع - الإقامة - السن - المؤهل).**

ويقسم هذا الفرض إلى أربعة فروض فرعية هي:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المبادرات الرئاسية لصالح الإناث.

### جدول (39)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المبادرات الرئاسية وفقاً للنوع

| المجموعات | العدد | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمة ت | درجة الحرية | الدلالة  |
|-----------|-------|---------|-------------------|--------|-------------|----------|
| ذكور      | 54    | 2.28    | 0.74              | 1.463  | 118         | غير دالة |
| إناث      | 66    | 2.54    | 0.58              |        |             |          |

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة "ت" 1.463 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند جميع مستويات الدلالة، وبالتالي فقد ثبت عدم صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المبادرات الرئاسية لصالح الإناث.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين المغتربين في دول عربية ومتوسطات درجات المبحوثين المغتربين في دول أجنبية على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المبادرات الرئاسية لصالح المبحوثين المغتربين في دول عربية.

### جدول (40)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المبادرات الرئاسية وفقاً لمكان الإقامة

| المجموعات         | العدد | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمة ت | درجة الحرية | الدلالة  |
|-------------------|-------|---------|-------------------|--------|-------------|----------|
| مغتربي دول عربية  | 78    | 2.38    | 0.63              | 0.216  | 118         | غير دالة |
| مغتربي دول أجنبية | 42    | 2.35    | 0.72              |        |             |          |

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين المغتربين في دول أجنبية ومتوسطات درجات المبحوثين المغتربين في دول عربية على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المبادرات الرئاسية لصالح المبحوثين المغتربين في دول عربية.



متابعة المُبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة "ت" 0.216 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين المغتربين في دول عربية ومتوسطات درجات المبحوثين المغتربين في دول أجنبية على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المُبادرات الرئاسية لصالح المبحوثين المغتربين في دول عربية.

جـ- توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المُبادرات الرئاسية وفقاً لاختلاف السن.

#### جدول رقم (41)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المُبادرات الرئاسية وفقاً لاختلاف السن

| مصدر التباين   | مجموعات المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | قيمة ف | الدلالة       |
|----------------|------------------|-------------|----------------|--------|---------------|
| بين المجموعات  | 5.363            | 2           | 2.681          | 6.709  | دالة عند 0.01 |
| داخل المجموعات | 46.762           | 117         | 0.400          |        |               |
| المجموع        | 52.125           | 119         |                |        |               |

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك على مقياس مستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المُبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة ف 6.709 وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.01، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المُبادرات الرئاسية وفقاً لاختلاف السن. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

#### جدول (42)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري تبعاً لاختلاف السن

| المجموعات     | أقل من 30 سنة | من 30 إلى 45 | 45 سنة فأكثر | المتوسط |
|---------------|---------------|--------------|--------------|---------|
| أقل من 30 سنة | -             |              |              | 2.43    |
| من 30 إلى 45  | 0.1214        | -            |              | 2.55    |
| 45 سنة فأكثر  | *0.3516       | ***0.4731    | -            | 2.07    |

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين أقل من 30 سنة والمبحوثين من 45 سنة أو أكثر بفرق بين المتوسطين الحسابيين

بلغت قيمته 0.3516 لصالح المبحوثين أقل من 30 سنة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين من 30 إلى أقل من 45 سنة والمبحوثين من 45 سنة أو أكثر بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.4731 لصالح المبحوثين من 30 إلى أقل من 45 سنة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين من 30 إلى أقل من 45 سنة والمبحوثين أقل من 30 سنة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.1214، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

د- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المبادرات الرئاسية وفقاً لاختلاف المستوى التعليمي.

#### جدول رقم (43)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المبادرات الرئاسية وفقاً لاختلاف المستوى التعليمي

| مصدر التباين   | مجموعات المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | مجموع | قيمة ف | الدلالة |
|----------------|------------------|-------------|----------------|-------|--------|---------|
| بين المجموعات  | 5.011            | 2           | 2.506          |       | 6.223  | دالة**  |
| داخل المجموعات | 47.114           | 117         | 0.403          |       |        |         |
| المجموع        | 52.125           | 119         |                |       |        |         |

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة، وذلك على مقياس مستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة ف 6.223 وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.01، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المبادرات الرئاسية وفقاً لاختلاف المستوى التعليمي. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

#### جدول (44)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس مستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المبادرات الرئاسية تبعاً لاختلاف المستوى التعليمي

| المجموعات     | أعلى من جامعي | جامعي    | أقل من جامعي | المتوسط |
|---------------|---------------|----------|--------------|---------|
| أعلى من جامعي | -             |          |              | 2.67    |
| جامعي         | 0.2121        | -        |              | 2.45    |
| أقل من جامعي  | **0.5833      | **0.3712 | -            | 2.08    |

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي مستوى التعليم أقل من جامعي والمبحوثين ذوي مستوى التعليم جامعي بفرق

بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.3712 لصالح المبحوثين ذوى مستوى التعليم الجامعي، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى مستوى التعليم أقل من جامعي والمبحوثين ذوى مستوى التعليم أعلى من جامعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.5833 لصالح المبحوثين ذوى مستوى التعليم أعلى من جامعي، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى مستوى التعليم أعلى من جامعي والمبحوثين ذوى مستوى التعليم جامعي، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.2121، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

### النتائج العامة للدراسة:

- بينت نتائج الدراسة التحليلية أن أهم المبادرات الرئاسية التي تم تناولها داخل المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة)، فنجد أن كلاً من (المبادرات الصحية الرئاسية، مبادرة حياة كريمة) احتلت الصدارة، وأن أولى الأهداف المرجوة من المبادرات هو القضاء على بعض الأمراض المزمنة يليها إصلاح بعض المشكلات الاجتماعية، وعن تصنيف المواد المنشورة والتي تناولت المبادرات كان الخبر الذي تصدر قائمة تصنيف المواد المنشورة

- كما أشارت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أهداف المواد المنشورة المتواجدة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية وأن أغلبية المواد المنشورة المتواجدة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية تحتوي على صور ثابتة.

- وبينت النتائج أن جميع المواد المنشورة على موقع النيل الإخبارية وتناولت المبادرات الرئاسية قد وجدت بالفعل الإمكانات التفاعلية التالية: (التعليق على المادة الصحفية، طباعة المادة الإخبارية، إرسال لصديق، مشاركته على موقع آخر) مُصاحبه لها بنسبة (100%)، على عكس جميع المواد المنشورة على موقع صدى البلد وتناولت المبادرات الرئاسية والتي قد صاحبته فقط كلاً من (طباعة المادة الإخبارية، مشاركته على موقع آخر) كمكانيات تفاعلية بنسبة (100%)، وان أغلبية المواد المنشورة على المواقع الإخبارية المصرية (محل الدراسة) وتناولت المبادرات الرئاسية كانت موضوعية من حيث اتجاه مضمونها.

- وعن أهم نتائج الدراسة الميدانية تشير النتائج أن نسبة من يستخدمون المواقع الإخبارية عبر الإنترنت جاءت بدرجة مرتفعة، وأن غالبية المبحوثين يستخدمون المواقع الإخبارية منذ أكثر من ثلاث سنوات، وأظهرت النتائج أن أهم المواقع الإخبارية التي يفضلها المبحوثين جاء في الترتيب الأول موقع صدى البلد، وجاء في الترتيب الثاني موقع النيل للأخبار، وجاء في الترتيب الثالث موقع أخبار مصر، وعن أهم أسباب تفضيل المبحوثين للمواقع الإخبارية التي يستخدمونها عبر الإنترنت وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول سهولة التجول داخل الموقع أثناء تصفحه.

- وتوصلت النتائج أيضاً إلى ارتفاع مستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الموقع الإخبارية كمصدر للمعلومات حول المُبادرات الرئاسية، وأن أهم مصادر معرفة المبحوثين بالمبادرات الرئاسية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول المواقع الإلكترونية، وعن موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس دوافع متابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية، جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي 2.53، وأن أولى دوافع التعرض أنها تقدم تفاصيل لأخبار المُبادرات مع صور وفيديوهات

- وعن ثراء المواقع الإخبارية بالمواد الإعلامية التي يتم من خلالها نشر فعاليات المُبادرات الرئاسية، جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي 2.46، وجاء في مقدمة هذه المواد الإعلامية الصور وجاءت المواد الإخبارية، القصص الإخبارية في الترتيب الثاني. كما بينت الجداول أن أهم عوامل نجاح المُبادرات الرئاسية في المجتمع المصري من وجهة نظر المبحوثين جاء في الترتيب الأول كانت منظمة بشكل جيد، وجاء في الترتيب الثاني أنها واجهت مخاطر كانت قائمة في المجتمع.

- وخلصت النتائج أن إدراك المبحوثين للواقع الاجتماعي من خلال استخدام المواقع الإخبارية، جاء بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي 2.47.

- **وبينت نتائج الفروض** اثبات صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة المُبادرات الرئاسية تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات كما بينت النتائج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إدراك الواقع الاجتماعي المصري تبعاً لاختلاف درجة متابعة المُبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية

- وتحقق صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى ثراء المواقع الإخبارية بالمعلومات والوسائط المتعددة ومستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة المُبادرات الرئاسية، كما تحقق الفرض الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين دوافع متابعة المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية ومستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري لديهم.

- كما ثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى إدراك الواقع الاجتماعي المصري نتيجة متابعة المُبادرات الرئاسية وفقاً لاختلاف المستوى التعليمي

## توصيات الدراسة:

- الحرص على ضرورة تنظيم مبادرات دورية متنوعة الهدف، للارتقاء بمستوى الحياة المعيشية للمواطنين، وتوفير حياة كريمة بها تنمية مستدامة للفئة الأكثر احتياجاً.
- ضرورة إنشاء قنوات إعلامية خاصة بعرض إنجازات المبادرات الرئاسية لكي تتمكن من بث كل ما يتعلق بالمبادرات حتى يتسنى للمواطنين المصريين في الداخل والخارج معرفة كل المعلومات المتعلقة بتلك المبادرات.
- الاستفادة من توظيف المواقع الإخبارية لتوجيه الرؤى في عرض كل الإحصائيات والتصريحات والمعلومات المتعلقة بالمبادرات وذلك للوقوف على كل المستجدات بشأن تلك الموضوعات بالشكل الذي يساعد في توصيل المعلومة وسهولة قراءتها من قبل المواطنين المصريين بالداخل والخارج.
- ضرورة نشر كل ما يتعلق بالمبادرات من حيث المفهوم والهدف وكيف تم تنفيذها والجهود التطوعية المشتركة في نجاحها وذلك لتحقيق الهدف الأسمى وهو التنمية المستدامة والمشاركة المجتمعية.
- الاهتمام المتزايد من البحوث حول فئة المصريين المقيمين بالخارج ودراسة السلوكيات المكتسبة نتيجة التعرض للمضامين المختلفة عبر وسائل الإعلام الجديد بل وأيضاً الإعلام التقليدي ودراسة الانعكاسات النفسية والاجتماعية لأخبار المجتمع المصري.

## مراجِع الدِرَاسَةِ:

- (1) حسين إسماعيل حداد: مصادر الأخبار في المواقع الإخبارية الإلكترونية المحلية. دراسة للمواقع الإلكترونية التي تعنى بمحافظة ذي قار، *مجلة آداب ذي قار*، ع 17، كلية الآداب، جامعة ذي قار، 2016، ص ص 380: 416.
- (2) هيئة التحرير: مقال بعنوان المُبادرات الرئاسية وحقوق المصريين، *مجلة المال والتجارة*، ع 625، نادي التجارة، 2021، ص ص 25: 27.
- متاح على <http://8/Record/com.mandumah.search://http>
- (3) William Benoit: **President Barack Obama's Image Repair on Health Care .GOV, Public Relations Review, Vol (40), NO (5), Dec 2014, p 635: 733.**
- (4) أحلام محمد الزغبى، على عقلة نجاحات: تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على القائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي للمواقع الإخبارية الأردنية دراسة. ميدانية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، موقع إربد، 2022، ص ص 1: 127.
- (5) محمد محمد عبده بكير: إدراك الشباب المصري لواقعهم الاجتماعي من خلال تعرضهم لبرامج الواقع الاجتماعي بالفتوات الفضائية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع 29، كلية الإعلام جامعة القاهرة، مارس 2008، ص ص 285: 286.
- (6) عبد اللطيف بن عبد العزيز الرياح: المُبادرات العالمية الرائدة والتحديات في تربية المواطنة والإفادة منها في المملكة العربية السعودية تصور مقترح، *مجلة البحوث الأمنية*، مج 26، ع 66، كلية الملك فهد الأمنية، مركز البحوث والدراسات، يناير، 2017، ص ص 64: 13.
- (7) Donkor Emmanuel & Omakase Stephen: **Ignacio de loss Rios Camena do. The impact of the presidential cassava initiative on cassava productivity in Nigeria: Implication for sustainable food supply and food security, content food and Agriculture, London, Vol (3), NO (1), 2017.**
- (8) أسامة أحمد زارع: تعرض المراهقين للمبادرات الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحوها، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2018.
- (9) Ribeiro, Pedro Felio de Olivera & Maria Leticia Claro: **Political Externa e Legislativa no Paraguari do President Iugo. Brazil, Curitiba, Universidadefederal do Parana, Revista de Sociologia e politica, Curitiba, Vol (26), NO (68), 2018, pp75:94.**
- (10) محمد كمال أحمد: المُبادرات الصحية الرئاسية وتغيير المنظومة الصحية في مصر، *مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية*، ع 30، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة قناة السويس، سبتمبر، 2019، ص ص 63-130.
- (11) رشا عبد الرحمن حجازي: دور الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية. دراسة تطبيقية على حملة 100 مليون صحة، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع 53، مج 2، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 2020، ص ص 867: 928.
- (12) أحمد محمد عطية مرسى: إسهامات المُبادرات التطوعية في تنمية الوعي الصحي للمرأة بالمناطق العشوائية، *مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية*، ع 51، مج 1، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، يوليو 2020، ص ص 181 – 226.
- (13) السيد السعيد عبد الوهاب: فاعلية المُبادرات الرئاسية في مواجهة المخاطر الصحية واتجاهات الجمهور نحو أنشطتها الاتصالية دراسة حالة مبادرة 100 مليون صحة، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، ع 20، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2020، ص ص 407-456.
- (14) هشام رشدي خير الله: العوامل المؤثرة على مصداقية التناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الجمهور نحو مؤسسة الرئاسة – دراسة تحليلية ميدانية، بحث منشور في *المجلة العلمية لكلية التربية النوعية*، ع 17، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، 2020.

- (15) عصام بدري أحمد: التدخل المهني لطريقة تنظيم المجتمع لتنمية وعي الشباب الجامعي بالمبادرات المجتمعية، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، ع 50، مج 2، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، إبريل 2020، ص ص 479-520.
- (16) أحمد محمد عبد الله: اتجاهات الجمهور نحو الفيديوهات الخاصة بمحدودي الدخل عبر الصفحات الرسمية ودورها في التوعية بالمبادرات الوطنية مبادرة القضاء على العشوائيات نموذجاً، المؤتمر العلمي الدولي الثالث تحت عنوان الإعلام العربي والمبادرات الوطنية في ضوء أهداف التنمية المستدامة، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، في الفترة 23-24 مارس 2022.
- (17) إبراهيم أبو المجد: تعرض الشباب المصري للإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية حول المبادرات الرئاسية وعلاقته باتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي، المؤتمر العلمي الدولي الثالث تحت عنوان الإعلام العربي والمبادرات الوطنية في ضوء أهداف التنمية المستدامة، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، في الفترة 23-24 مارس، 2022.
- (18) نسرين حسام الدين حسن وآخرون: المبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية في المنصات الإعلامية في ضوء رؤية مصر 2030 دراسة تحليلية، المؤتمر العلمي الدولي الثالث لكلية الإعلام جامعة الأزهر تحت عنوان الإعلام العربي والمبادرات الوطنية في ضوء أهداف التنمية المستدامة، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، في الفترة 23-24 مارس 2022.
- (19) دينا لطفي خضر: المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية العربية في مواقع القنوات الفضائية التلفزيونية العربية على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008.
- (20) Brundidge, Jennifer Susan, The Internet and the contemporary public sphere, In search of accessibility, travers ability, and heterogeneity at the nexus of news use and political discussion, **Ph.D. dissertation**, United States, California, University of California, Santa Barbara, 2008 .
- (21) نشوي يوسف اللواتي: تأثير التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا السياسية: دراسة مسحية، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2011.
- (22) اعتماد خلف معبد، سماح محمد هيكمل: دور المواقع الإخبارية في تزويد شباب المغتربين المصريين بالمعلومات عن أحداث ثورة 25 يناير، رسالة ماجستير، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة 2012،
- (23) أمال الغرباوي: دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف وتكوين اتجاهات المصريين بالخارج نحو قضايا الوطن، المؤتمر العلمي الثامن عشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو 2012.
- (24) 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 نظرية المجال العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المؤتمر العلمي الثامن عشر، يوليو 2012.
- (25) أحمد عادل عبد الفتاح: لتفاعلية المواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوي التفاعل الاجتماعي والسياسي. في إطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي، رسالة دكتوراه، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، 2013.
- (26) Maison O. Al- Sebaei: Egyptian Diasporas, Social Media, and the 2011 Egyptian Revolution: How Egyptian Living in Saudi Arabia used social media during the revolution, **Masters of Science communication**, Grand valley state university, 2013.
- (27) ليلي الحسيني: استخدامات الجمهور العربي في المهجر لوسائل الإعلام الناطقة بالعربية واحتياجاته، دراسة استطلاعية تحليلية لعينة من جمهور إذاعة صوت العرب من أمريكا بولاية ميتشغان بالولايات المتحدة الأمريكية، المؤتمر العلمي الدولي الأول، كلية الإعلام، جامعة فروس بالإسكندرية، 2014.

- (28) إيمان جمعة: دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين المغتربين بالدول العربية، رسالة دكتوراه، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، 2016.
- (29) سعدية فوزي خليف: دور المواقع الإخبارية في التنقيف السياسي وعلاقته بإدراك الشباب المصري في الداخل والخارج للتحويلات السياسية في مصر، رسالة دكتوراه، جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، 2016.
- (30) عبد الخالق إبراهيم زقزوق، تعرض المغتربين المصريين لصحافة المواطن وعلاقته بمستوى معرفتهم بالأوضاع الاقتصادية الراهنة: دراسة ميدانية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2019، ص ص 1: 56.
- (31) صوفيان مصباح، معايير جودة المواقع الإلكترونية الإخبارية، ع4، مج 8، *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2021، ص ص 10: 25.
- (32) Daft, R.L.& Lengel, R.H: **Information richness. a new approach to managerial behavior and organizational design**, Research in organizational behavior, Homewood, IL: JAI Press 191–233
- (33) Daft, R.L. & Lengel, R.H,: **Organizational information Requirements, media Richness and structural design**, Management Science, VOL(32), No(5),1986,P 554-571.
- (34) Lengel, Robert; Richard L. Daft: **The Selection of Communication Media as an Executive Skill**, The Academy of Management Executive, August 1989,PP 225–232
- (35) O Hair, Dan, Friedrich, Gustav W, Shaver: **Strategic Communication on Business and the professions, Boston**, Houghton Mifflin , 1998 ,p.60.
- (36) Robert F. Otonda , James R. Vanscoter , David G: **The Complexity of Richness, Media message and Communication outcomes**, Information management , Vol( 45) , NO ( 1) , 2008, p21-30
- (37) السيد بخيت: نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي، ورقة عمل مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال- الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية، جامعة الملك سعود، الرياض، 15-16 إبريل، 2012.
- (38) إيناس محمد مسعد: أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2006، ص97.
- (39) هشام رشدي خير الله، مرجع سابق، ص268.
- (40) Kathlenn A. Hansen , **Information Richness and News Paper Prizes** , *Journalism Quarterly* , Vol.(67) , No.(4) , winter 1990 , pp 930- 935.
- (41) ملفين ديلفي، ساندرابول روكيتش: ترجمه كمال عبد الرؤوف: نظريات وسائل الإعلام، ط1، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993، ص 306.
- (42) Bandura , A: **Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change**, Psychological Review Vol (84) , No (2) ،1977,pp 191–215. Available at: <http://www.uky.edu/~eushe2/Bandura/Bandura1977PR.pdf>
- (43) هالة غرابه: **التغطية الاستقصائية لقضايا الواقع المعاصر**، ط1، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨، ص 145.
- (44) Kapidzic, S & Martins, N: **Mirroring the media. The Relationship Between Media consumption, Media Internalization, and profile picture Characteristics on Facebook**, Journal of broadcasting and electronic media Vol (59), No (2), 2015, p 281.



- (45) شيماء ذو الفقار زغيب: **مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية**، ط2 القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2015، ص243.
- (46) سلوى إمام: **الصدق والثبات في استمارة الاستقصاء وتحليل المضمون**، **المجلة العلمية لكلية الإعلام**، 1ع، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1989، ص 42.
- (47) أسماء الأساتذة المُحكّمين طبقاً للترتيب الأبجدي والمنصب الجامعي:  
 ❖ أ.د/ محمود حسن إسماعيل: **أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.**  
 ❖ أ.د/ وائل اسماعيل عبد البارى: **أستاذ الإعلام ورئيس قسم الاجتماع بكلية البنات للآداب والعلوم والتربية - جامعة عين شمس.**  
 ❖ أ.م.د/هناء السيد محمد علي: **أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة المنوفية.**  
 ❖ أ.م.د/ هشام رشدي خير الله: **أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة المنوفية.**
- (48) بركات عبد العزيز: **مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق**، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2011، ص 275.
- (49) أجرت الباحثة ثبات التحليل مع كل من:  
 ❖ د/ دعاء عبد الله سالم: **مدرس الإعلام بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة المنوفية.**  
 ❖ د/ الاء هاشم: **مدرس الإعلام بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة المنوفية.**
- (50) أسماء الأساتذة المُحكّمين طبقاً للترتيب الأبجدي والمنصب الجامعي:  
 ❖ أ.د/ محمود حسن إسماعيل: **أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.**  
 ❖ أ.د/ وائل اسماعيل عبد البارى: **أستاذ الإعلام ورئيس قسم الاجتماع بكلية البنات للآداب والعلوم والتربية - جامعة عين شمس.**  
 ❖ أ.م.د/هناء السيد محمد علي: **أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة المنوفية.**  
 ❖ أ.م.د/ هشام رشدي خير الله: **أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة المنوفية.**
- (51) السيد محمد خيرى: **الإحصاء النفسي والتربوي**، الرياض، مطبعة جامعة الرياض، 1975، ص43.
- (52) فؤاد أبو حطب، سيد عثمان: **التقويم النفسي**، القاهرة، الأنجلو المصرية، 1973، ص770.
- (53) السيد محمد خيرى: **الإحصاء النفسي والتربوي**، الرياض، مطبعة جامعة الرياض، 1975، ص41.
- (54) السيد السعيد عبد الوهاب، **مرجع سابق.**
- (55) هشام رشدي خير الله، **مرجع سابق.**
- (56) عبد اللطيف بن عبد العزيز الرباح، **مرجع سابق.**
- (57) نسرین حسام الدين حسن، وآخرون، **مرجع سابق.**
- (58) محمد كمال أحمد، **مرجع سابق.**
- (59) هشام رشدي خير الله، **مرجع سابق.**
- (60) سعدية فوزي خليف، **مرجع سابق.**
- (61) حاتم العلوانة: **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين على المشاركة في الحراك الجماهيري، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغير" كلية الإعلام، جامعة اليرموك، الأردن، 2012، ص 2.**
- (62) صوفيان مصباح، **مرجع سابق.**
- (63) أحمد زارع، **مرجع سابق**، ص 93.