

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ. د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ. د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ. د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية
- أ. د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ. د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ. د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ. د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

- د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.
- د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

- أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مديقة اللغة العربية:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الحادي والستون - الجزء الأول - شعبان ١٤٤٣ هـ - أبريل ٢٠٢٢ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- المواطنة والمواطنة الرقمية.. حقوق وواجبات
أ.د/ رضا عبد الواحد أمين ٩
-
- أثر برنامج تدريبي قائم على السقالات التعليمية في تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي (دراسة شبه تجريبية)
أ.م.د/ إيمان عز الدين محمد دوابه ٣٥
-
- أطر المعالجة الصحفية لأزمة العمالة المؤقتة في ظل انتشار كوفيد- ١٩
بالصحف الإلكترونية المصرية خلال عامي (٢٠٢٠- ٢٠٢١م)
أ.م.د/ دعاء فكرى عبد الله ١٠١
-
- الاتجاهات الحديثة في بحوث مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق التنمية المستدامة (دراسة تحليلية من المستوى الثاني)
أ.م.د/ عايدة محمد عوض المر ١٧٣
-
- تقييم النخبة الإعلامية لمعالجة البرامج الحوارية بالفضائيات العربية لقضايا العنف الأسري (دراسة ميدانية) /د/ سعاد محمد بدير محمد ٢٥٩
-
- خيارات المصريين لمقاومة احتكار بث بطولات كرة القدم «جدلية الحقوق الحصرية والحقوق الجماهيرية»
د/ محمود زكي ٣١٧
-
- العلاقة بين تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لنشر ثقافة المواطنة في المجتمع المصري-دراسة ميدانية
د/ شيماء أبو مندور عبد الغني ٣٧٣

■ الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق النفسي
الاجتماعي للجمهور أثناء الأزمات «جائحة كورونا المستجد نموذجا»
٤٣٥ د/ نجوى عباس البنداري

■ الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث تكنولوجيا الصحافة
٤٩١ د/ هند يحيى عبد المهدي عبد المعطي

■ أطر معالجة الفضائيات الإخبارية العربية لقضايا مملكة البحرين
٥٤١ ودورها في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور البحريني نحوها- دراسة
تحليلية وميدانية علي أمين الريس

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبدالواجد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

العدد الحادي والستون من مجلة البحوث الإعلامية الرائدة

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله .
وبعد

نقدم للباحثين خلال عام ٢٠٢٢م والمتخصصين في مجالات الإعلام والاتصال الأعزاء العدد رقم (٦١) من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر، متضمنة عددا من البحوث والدراسات المهمة حول عدة قضايا وظواهر حديثة في مجال الإعلام بفروعه المتعددة وموضوعاته الحديثة التي تثير لدى المتخصصين الكثير من التساؤلات، وتمدهم بكثير من النتائج.

ونود الإشارة إلى أننا قمنا في موقع مجلة البحوث الإعلامية بكلية الإعلام جامعة الأزهر بإرفاق ونشر غالبية الأعداد القديمة من المجلة على الموقع الإلكتروني ، حيث يوجد في الموقع ٥٦ عددا منذ أن صدرت المجلة في العام ١٩٩٣م ، ويوجد في الموقع حتى يناير ٢٠٢٢م ٨٧ جزءا من المجلة متوفرا بشكل مجاني على موقع المجلة ، تتضمن ٨٠٥ أبحاث في تخصصات المجلة المختلفة (الصحافة والنشر ، الإعلام الجديد ، الراديو والتلفزيون، العلاقات العامة، الإعلان).

وتشير البيانات الخاصة بالموقع أن عدد قراءة المقالات داخل المجلة (بدون تحميل البحث والاحتفاظ به من القراء) يناهز المائة وسبعين ألف مرة قراءة (١٧٠٠٠٠) وأن عمليات تحميل ملفات ال PDF للبحوث بلغ ثلاثمائة وستة آلاف مرة (٣٠٦٠٠٠) تحميل لبحوث المجلة، وهذه الأرقام تشير إلى أن مجلة البحوث الإعلامية أصبحت واحدة من الروافد المهمة للبحوث العلمية الرصينة في تخصص الإعلام والعلاقات العامة في مصر والعالم ، ولا غنى عنها للباحثين الراغبين في الاطلاع على كل ما هو جديد وجيد في حقل الدراسات الإعلامية .

ومن باب إسناد الفضل لأهله ، فإن الشكر لله تعالى أولا وآخرا ، ثم لفريق عمل المجلة

المتميز الذي يواصل العمل ليل نهار لنتلزم بالمعايير الجادة وربما الصعبة أحيانا التي وضعناها باختيارنا للمجلة ، سواء الفريق الحالي أو السابق وكل من كان له دور في أن تصل المجلة لما وصلت إليه اليوم ، والشكر موصول لهيئة التحرير والهيئة الاستشارية من الأساتذة الأفاضل أساتذة الإعلام في مصر والعالم العربي ، وللأساتذة الذين يسهمون في التحكيم المعمر لبحوث المجلة ، من مصر والعالم العربي ، ولكل الباحثين الذين يخبروننا بشكل مستمر عن تفضيلهم للنشر في هذا الوعاء العلمي الجاد .

بقيت معلومة أخيرة أريد أن أقدمها للقراء الأعزاء في هذا السياق ، وهي أننا في المجلة ومنذ أغسطس ٢٠٢٠ حتى ديسمبر ٢٠٢١ (أي عام وأربعة شهور) قمنا برفض عدد ٩٤ بحثا لعدم تطابقها مع معايير المجلة أو بسبب رفض الأساتذة المحكمين لإجازتها وفقا لمعايير النشر في المجلة ، وهو الأمر الموثق والمسجل في النظام الإلكتروني للمجلة ، وفي هذا دلالة على الانتقاء الشديد الذي نقوم به في المجلة عبر مراحل العمل المختلفة حتى لا يجاز للنشر إلا الأبحاث ذات الرصانة والتي تقدم الإضافة العلمية الحقيقية إلى عالم البحوث والدراسات الإعلامية .

ونستلهم من الله تعالى دوام التوفيق، إنه سبحانه الهادي إلى سواء السبيل

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أ.د/ رضا عبد الواحد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة (برانس) (2021)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682-292X	1110-9297	7	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكينية، كلية الإعلام	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	2
2682-4663	2356-914X	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإلاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	3
2735-4326	2536-9237	6.5	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2682-4620	2356-9158	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	5
2682-4671	2356-9131	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	6
2682-4647	1110-5836	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	7
2735-377X	2735-3796	7	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإتصال الجماهيري	الدراسات الإعلامية	8
2682-4655	1110-5844	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	9
2682-4639	2356-9891	7	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	10
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	11
2314-873X	2314-8721	7	Egyptian Public Relations Association	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	12
2786-0167	2682-213X	6	معهد الجزيرة العالي للإعلام و علوم الإتصال	مجلة بحوث الإعلام و علوم الإتصال	الدراسات الإعلامية	13

- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دوريا في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنة التالية للنشر في هذه المجلات.

● العلاقة بين تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم
لنشر ثقافة المواطنة في المجتمع المصري-دراسة ميدانية

- The relationship between elite exposure to press websites and their awareness of spreading the culture of citizenship in Egyptian society

● د/ شيماء أبو مندور عبد الغني أبو مندور

مدرس الصحافة بكلية الإعلام وفنون الاتصال، جامعة ٦ أكتوبر

shimaa.abumandour@gmail.com

ملخص الدراسة

تناول موضوع الدراسة العلاقة بين تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لنشر ثقافة المواطنة في المجتمع المصري، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتنتمي إلى الدراسات الوصفية، وذلك بمسح عينة قوامها (400) مفردة من النخبة (الأكاديمية، الإعلامية، السياسية، الدينية) للتعرف على تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لنشر ثقافة المواطنة في المجتمع المصري. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن مستوى تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية جاء مرتفعاً بنسبة 52.25%، كما أثبتت الدراسة أن الموضوعات المفضل متابعتها في المواقع الإلكترونية الصحفية هي الوطنية، بنسبة 91.25%، وبلغت نسبة الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحفية في متابعة قضايا المواطنة بنسبة 57.5%، وبلغت قضايا المواطنة كما يراها النخبة في تعزيز الديمقراطية بنسبة 97.5%.

الكلمات المفتاحية: النخبة، المواقع الإلكترونية الصحفية، المواطنة.

Abstract

The subject of the study dealt with the relationship between elite exposure to press websites and their awareness of spreading the culture of citizenship in Egyptian society. The study relied on the media survey method, which belongs to descriptive studies, by surveying a sample of (400) individual elites (academic, media, political, religious) to identify On the elite's exposure to press websites and their awareness of spreading the culture of citizenship in Egyptian society. The study reached a number of results, the most important of which is that the level of exposure of the elite to journalistic websites was high at 52.25%, the study proved that the preferred topics to be followed up on journalistic websites, for they are patriotism by 91.25%, and the percentage of dependence on press websites in following up on citizenship issues reached 57.5 %, and citizenship issues, as seen by the elite, are the promotion of democracy by 97.5%.

Keywords: elite- press websites- Citizenship.

مع مطلع القرن الواحد والعشرين، بدأ حديث علمي مطرد يبشر بعالم جديد على كافة مستوياته السياسية والاقتصادية والاجتماعية، واتجه الحديث نحو عولمة الثقافة والإعلام، والتبؤ بثورة رقمية سيكون لها انعكاساتها الهائلة على علوم الاتصال، الأمر الذي بدأ معه وكأن العالم بصدد "نسخة جديدة" من أنماط إنتاج واستهلاك المعلومات، وبالفعل شهدت الصناعة الإعلامية مجموعة من التحولات التقنية والمهنية النوعية أفرزت ما يسمى بأدوات الإعلام الجديد، حيث تقوم منظومة الإعلام الجديد على نظام محدد من العلاقات بين الفاعلين بداخلها، إذ هي وليدة تزاوج بين ظاهرتين بارزتين عرف بهما عصر المعلومات: ظاهرة سيولة المعلومات، وظاهرة الاتصال عن بعد.

فالإعلام الإلكتروني من أبرز ملامح التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات ووسائل الإعلام الجديد، ومن أهم المؤثرات في العصر الحديث؛ نظراً للتنوع الكبير الذي أتاحتها شبكة الإنترنت للاتصال، كوسيلة إعلامية تفاعلية أتاحت الكثير من الفرص أمام الأفراد والجماعات والمؤسسات؛ للوصول إلى المعلومات بسرعة فائقة، ونشرها على نطاق واسع وبأشكال متعددة، وقد أصبحت المواقع الإلكترونية الصحفية الآن في منزلة لا يمكن للمتابعين وأفراد النخب إغفالها أو تناسيها؛ نظراً لقدرتها على الانتشار السريع، ووصولها إلى عدد كبير من المستخدمين والمتصفحين، وبالنظر لما تقدمه وما توفره من إمكانات وخدمات مختلفة في نشر المعلومات والمعارف والأخبار والتحليلات المتعلقة بالقضايا المختلفة.

إن تلك المواقع لها دور كبير في تقريب وجهات النظر، كما مكنت الكثيرين من التعبير عن أفكارهم عن طريق نشر مقالاتهم، كذلك أتاحت المجال لعدد من المحررين من العمل ضمن المجال الإعلامي؛ لذلك أضحت هذه المواقع الإلكترونية من الوسائل الاتصالية الأكثر سرعة وانتشاراً، سواء من حيث المستخدمين، أو من حيث الحصول على

الأخبار وقت وقوعها، بالإضافة إلى المستجدات حول كل خبر؛ مما دفع النخب إلى اعتبارها مصدراً للمعلومات.

وتعد النخب أكثر فئات المجتمع تأثراً في الحياة بشكل عام؛ نظراً لتمتعها بالتميز الفكري أو التعليمي أو الاجتماعي، الأمر الذي يؤهلها لأن تصبح الأكثر قدرة على القيام بأدوار وظيفية تبعا لمسئوليتها الاجتماعية واتخاذ القرارات في مجالات معينة، وتستطيع الشخصية النخبوية التأثير في قطاعات كبيرة من الجمهور؛ نظراً لتميزها بعدة مهارات ومستوى تعليمي ثقافي يؤهلها للقيام بأدوار المسؤولية في المجتمع، وقوة تأثيرية في دوائر صنع القرار والرأي العام.

وقد أشارت بعض الدراسات إلى وجود علاقة بين المواقع الإلكترونية وبين النخبة، بحيث تعطي لعملهم قوة دفع متجددة، وأن النخبة ركيزة من ركائز المجتمع، وهم أساس في التعاطي مع هذه الأدوات، والتي حاول النخبة من خلالها متابعة كل ما هو جديد وإبراز القضايا، والتي تركز اهتمامهم في الفترة الأخيرة على قضايا المواطنة؛ في محاولة منهم لترسيخ قيم المواطنة في المجتمع المصري بالانتماء والولاء للوطن، والحرص على أمن المجتمع، وتماسكه، وبث روح التعاون والأخوة، وتعزيز أواصر اللحمة المجتمعية بين أفراد المجتمع، ونبذ الفرقة والاختلاف، وتغليب مصلحة الوطن على المصالح الشخصية.

الدراسات السابقة:

يمثل الاطلاع على التراث العلمي السابق الخطوة الأولى من الخطوات المنهجية اللازمة للبحث العلمي، حيث تساعد الدراسات السابقة على وضع حدود مباشرة، وغير مباشرة للدراسة المزمع إجراؤها في ضوء نتائج هذه الدراسات، كما يساعد ذلك في بلورة المشكلة البحثية بشكل أكثر تحديداً، ويتحدد بها أيضاً الإضافة العلمية المتوقعة من هذه الدراسة مقارنة بالدراسات السابقة، خاصة تلك الدراسات التي تتشابه مع نفس موضوع الدراسة.

المحور الأول- الدراسات التي تناولت علاقة النخبة بالمواقع الإلكترونية الصحفية:

1) دراسة زهير ياسين، محمود يوسف، خلف محمد (2021)⁽¹⁾، بعنوان: "مدى مصداقية

الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية الأردنية لدى جمهور النخبة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مصداقية الصحف الورقية والإلكترونية الأردنية لدى جمهور النخبة، وقد تكون مجتمع الدراسة من الإعلاميين، والدعاة،

والحقوقيين، والأطباء، والمهندسين، والأكاديميين، وتم إجراء دراسة مسحية على عينة عمدية قوامها (300) مفردة، بمعدل (50) مفردة من كل نخبة من هذه النخب.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها:

- أن نسبة من لا يتابع الصحف الأردنية الورقية والإلكترونية بلغت ثلث أفراد العينة تقريباً (31.1%).

- أن أبرز القضايا التي لاحظ فيها المبحوثون التغير كانت تميل في حالة الصحف الورقية إلى القضايا الخارجية، بينما المواقع الإلكترونية كانت تميل إلى القضايا الداخلية.

- أن ما يقرب من نصف العينة (51%) يرون أن هناك تغيراً في درجة مصداقية الصحف الورقية أو الإلكترونية التي يتابعونها في معالجة القضايا التي تهمهم خلال فترة متابعتهم لها.

(2) دراسة نادية محمد عبد الحافظ (2021)⁽²⁾، بعنوان: "اتجاهات النخبة نحو معالجة

الإنفوجرافيك للقضايا المجتمعية في المواقع الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية":

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخبة نحو معالجة الإنفوجرافيك

للقضايا المجتمعية في المواقع الإلكترونية العربية.

وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها:

- هناك تفوق في المحتوى الكمي للإنفوجرافيك في موقع بوابة أخبار اليوم بلغ (317) إنفوجرافيك خلال فترة الدراسة.

- تصدرت الموضوعات الصحية قائمة الموضوعات بنسبة بلغت (33.8%).

- اعتمدت المواقع الإلكترونية على الأسلوب الخبري في عرض المعلومات بالإنفوجرافيك.

- وبالنسبة لأسلوب معالجة الإنفوجرافيك؛ كشفت النتائج الإحصائية للمواقع

الإلكترونية محل الدراسة، استحوذ الإنفوجرافيك الذي يقدم وصفاً للقضية أو

الحدث أو الشخصية المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (39.6%)، وبعدها (311)

إنفوجرافيك.

- عدم وضوح سياق الإنفوجرافيك في بعض الأحيان؛ فكان مجرد قالب جاهز

للتصميم دون أي توضيح لعناصر أو إحصائيات أو وسائل إقناع، وأوضحت نتائج

الدراسة الميدانية ارتفاع نسبة متابعة النخبة المصرية للمواقع الإلكترونية العربية.

(3) دراسة إلهام يونس أحمد (2021)⁽³⁾، بعنوان: "مصادقية المعالجة الإعلامية لقضية سد النهضة الإثيوبي على المواقع الإخبارية الإلكترونية كما يراها الجمهور المصري وتقييم النخبة لها: دراسة كمية - كيفية":

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مصادقية المعالجة الإعلامية لقضية سد النهضة على المواقع الإخبارية من وجهة نظر الجمهور وتقييم النخبة لها، مع وضع معايير مهنية للتعامل مع هذه القضايا المهمة المؤثرة على الأمن القومي، واعتمدت الدراسة على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، والنموذج البنائي للمصادقية، واستخدمت المنهج الكمي والكيفي.

وتوصلت إلى النتائج التالية:

- تفوق موقع اليوم السابع على باقي المواقع الإخبارية.
- وجود علاقة ارتباطية بين مستويات مصادقية المواقع الإخبارية ومدى توفر مكونات المصادقية بها في معالجة قضية سد النهضة الإثيوبي.
- عدم وجود علاقة بين اهتمام الجمهور بقضية سد النهضة الإثيوبي ودرجة متابعة القضية على المواقع الإخبارية.
- توصلت الدراسة من خلال النخبة عينة الدراسة الكيفية إلى وضع معايير مهنية لضبط الأداء الإعلامي على المواقع الإخبارية الإلكترونية؛ للتعامل مع هذه القضايا التي تخص الشأن المصري.

(4) دراسة نوره بنت صالح (2020)⁽⁴⁾، بعنوان: "مصادقية المواقع الصحفية الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية السعودية":

هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة مصادقية المواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليها كما تراها النخبة السعودية، ولتحقق من الهدف اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من (102) مفردة، ممثلة في جمهور النخبة الأكاديمية السعودية المستخدمة للإنترنت بصفة عامة والمواقع الصحفية الإلكترونية، بصفة خاصة (أعضاء هيئة تدريس الإعلام بالجامعات السعودية)، وتم التطبيق على المواقع الإلكترونية للصحف السعودية التالية: (عكاظ- الرياض- الشرق الأوسط- سبق)، وأنشأت الباحثة المقياس الخاص

بالدراسة لمعايير مصداقية مواقع الصحف الإلكترونية، وتم إجراء الدراسة الميدانية وتطبيق المسح وجمع البيانات على مدار شهر أكتوبر، ونوفمبر من عام 2018. وقد أوضحت النتائج الدراسة:

- وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية- عينة الدراسة- ودرجة اعتمادهم عليها، وهذا يعني أنه كلما زاد تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية كلما زادت درجة اعتمادهم عليها.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية- عينة الدراسة- ودرجة مصداقيتها، بمعنى أنه كلما زادت مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة كلما أدى ذلك إلى زيادة تعرض النخبة السعودية لها.

- وجود ارتباط دال بين كثافة تعرض النخبة السعودية لمضامين المواقع الصحفية الإلكترونية- عينة الدراسة- وبين دوافع متابعتها مستقبلاً.

(5) دراسة عبد الله محمد عبد الله (2020)⁽⁵⁾، بعنوان: "دوافع تعرض النخبة الأكاديمية الإعلامية العربية للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية والإشباع المتحققة منها":

هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة متابعة الأخبار في المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية الإعلامية العربية، وأهم الموضوعات المفضل تصفحها في تلك المواقع، ودوافع التعرض للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية، والإشباع المتحققة من تصفح المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح، وقد شملت الدراسة عينة عمدية مكونة من (138) مفردة من النخبة الأكاديمية الإعلامية العربية في (16) دولة عربية عن طريق تصميم استمارة استبانة إلكترونية عن طريق خدمة جوجل forms.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أن نسبة (55.8%) من النخبة الأكاديمية الإعلامية العربية يتابعون المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية كل الأسبوع.

- أن نسبة (29.7) من النخبة الأكاديمية الإعلامية العربية دوافعهم المنفعية لمتابعة المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية هي الحصول على الأخبار وقت وقوعها.
 - أن نسبة (33.3%) من النخبة الأكاديمية الإعلامية العربية دوافعهم الطقوسية لمتابعة المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية هي حب الاستطلاع.
 - أن نسبة (36.2%) من النخبة الأكاديمية الإعلامية العربية لمتابعة المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية هي التعرف على الكثير من الحقائق.
 - أن نسبة (31.2%) من النخبة الأكاديمية الإعلامية العربية لمتابعة المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية هي التعبير عن رأيي بكل حرية.
- (6) دراسة فاطمة الزهراء أمير (2020) ⁽⁶⁾، بعنوان: "أطر معالجة النخبة الإلكترونية المصرية على شبكتي فيس بوك وتويتر للقضايا المجتمعية":
تتمثل المشكلة البحثية في رصد وتحليل وتفسير أطر معالجة النخبة الإلكترونية المصرية على شبكتي فيس بوك وتويتر للقضايا المجتمعية على اختلافها خلال عام 2017. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي؛ وذلك لمسح المحتوى الخاص بحسابات النخبة الإلكترونية المصرية- عينة الدراسة- على شبكتي فيس بوك وتويتر، وذلك بهدف جمع المعلومات الخاصة بموضوع الدراسة؛ من خلال رصد كافة البيانات ذات العلاقة بموضوع الدراسة خلال عام 2017، حيث تم تقسيم العام إلى ثلاثة أقسام، ثم اختيار الشهر الثاني من كل قسم، وتأسيساً على ذلك تحددت العينة الزمنية في أشهر (فبراير- يونيو- أكتوبر)، بحصر جميع الموضوعات والقضايا المجتمعية التي تم تناولها في الفترة الزمنية عينة الدراسة، وقد استعانَت الدراسة بأداة استمارة تحليل المضمون.
- وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:**
- تتيح شبكتا فيس بوك وتويتر مجموعة من أساليب التواصل بين صاحب الحساب ومتابعيه، منها التعليق وإعادة المشاركة.
 - رصدت الدراسة أنه بينما جاءت القضايا المجتمعية على الفيس بوك متنوعة في موضوعاتها جاء أكثر من نصف المحتوى مهتماً بالشأن السياسي حصراً على تويتر.

- تصدر الرأي الشخصي مصادر محتوى في شبكة فيس بوك، بينما كان هناك حضور ملحوظ لمصادر أخرى على شبكة تويتر، أبرزها إعادة مشاركة الأخبار والتغريدات الأخرى.
- جاءت العامية المصرية اللغة الأكثر استخداماً في المحتوى محل الدراسة.
- (7) دراسة ريهام محمود أحمد (2019)، بعنوان: "السلوك الإخباري للنخب المصرية في إطار تعددية المنصات الإخبارية":
- هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة السلوك الإخباري للنخب المصرية في التعامل مع الأخبار المتاحة عبر المنصات الإخبارية، ومدى تفاعلهم معها بما يجعلها مصدراً رئيساً لديهم، وتنتمي الدراسة إلى فئة البحوث الاستكشافية الوصفية، وقد اتبعت أسلوب المسح الميداني على عينة من النخب المصرية، حيث اعتمدت الباحثة على عينة عمدية (النخبة الأكاديمية، والنخبة السياسية، وكذلك النخبة الإعلامية)، قوامها (156) مفردة، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات.
- وقد خلصت الدراسة إلى ما يلي:
- أن أنماط استخدام النخب لوسائل الإعلام التقليدية من صحف وقنوات تليفزيونية تأثر بشكل كبير بما تقدمه المنصات الإلكترونية من أخبار وبيانات؛ حيث اتجهت أغلب المنصات التقليدية إلى توظيف التطور التكنولوجي لشبكة الإنترنت من خلال إصدار مواقع إلكترونية وصفحات على شبكات التواصل الاجتماعي، إضافة إلى توظيف الهواتف الذكية بإطلاق تطبيقات إخبارية تتبع مؤسسات إعلامية وتنقل الأخبار والأحداث وقت حدوثها؛ مما زاد من معدلات استخدامهم لتلك المنصات لعدة ساعات أثناء اليوم الواحد.
- نجحت المنصات الإلكترونية المختلفة- بما تقدمه من مضمين إخبارية تتسم بالتوازن والموضوعية والثقة في محتواها الإعلامي- في زيادة نسب اعتماد المبحوثين عليها كمصدر للأخبار، وخاصة ما يقدم من خلال البوابات الإلكترونية والمواقع الإخبارية للصحف، وصفحات المؤسسات الإعلامية على شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك"؛ مما يشكل السلوك الإخباري لتعامل النخب مع المنصات الإخبارية الإلكترونية.

- أظهرت النخب الثلاثة المصرية اهتماماً بالمضمون الإخباري السياسي، وكذلك المضمون الإخباري الاقتصادي؛ وربما يرجع ذلك إلى ما تشهده الدولة من أحداث سياسية متلاحقة ومحاولات الإصلاح الاقتصادي.

(8) دراسة إسرائ الغزالي (2019) (8)، بعنوان: "تعرض النخبة المصرية للبوابات الإلكترونية الإخبارية وعلاقتها بمستوى فاعلية تعاملهم مع الأخبار الزائفة":

هدفت الدراسة رصد تعرض النخب المصرية للبوابات الإلكترونية الإخبارية ومدى علاقتها بمستوى فاعلية تعاملهم مع الأخبار الزائفة والأخبار مجهولة المصدر، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وفي إطاره تم مسح عينة من النخبة المصرية (الأكاديمية والإعلامية والسياسية)؛ للوقوف على مستويات تعرضهم للبوابات الإخبارية الإلكترونية ومستويات الثقة فيها، وكيفية تفاعلهم مع الأخبار الزائفة ومجهولة المصدر في تلك المواقع. وتمثل مجتمع الدراسة في جمهور النخبة المصرية، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية من متابعة البوابات الإلكترونية قوامها (150) مفردة من النخبة المصرية.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ارتفاع معدلات تعرض النخبة المصرية للبوابات الإلكترونية الإخبارية.
- احتلت بوابة اليوم السابع مقدمة البوابات الإخبارية التي تحرص النخبة المصرية على متابعتها، يليها بوابة الأهرام، ثم بوابة المصري اليوم.
- اعتماد النخبة على البوابات الإخبارية كمصدر أساسي للحصول على الأخبار والمعلومات، يليه مواقع الصحف، ثم التلفزيون.
- أن أهم العناصر التي تدعم الثقة في المحتوى المنشور في البوابات الإلكترونية لدى النخبة كانت الوسائط المتعددة.

-9Daniel C. Hallin, Mellado (2017), (9)Serving Consumers, Citizens, or Elites: Democratic Roles of Journalism in Chilean Newspapers and Television News:

هدفت الدراسة إلى مقارنة الأدوار الصحفية في المطبوعات والتلفزيون، وقد أسفر عن نتائج مختلطة بالتركيز على حالة تشيلي، والإفادة من فهرس موحد للأدوار الصحفية يعتمد على محتوى الأخبار، وتقارن هذه الدراسة انتشار ثلاثة أدوار مهنية من قبل الوسيط- الصحف والتلفزيون- وأيضاً من خلال توجه

الجمهور- وسائل الإعلام الشعبية والنخبة عبر كل من المطبوعات وأخبار التلفزيون. وقد أظهرت النتائج أن التلفزيون التجاري في تشيلي أعلى من الإعلام المطبوع في أداء الأدوار الرقابية والمدنية، وأن دور المعلومات والترفيه مرتبط بشكل إيجابي وليس سلباً بهذه الأدوار. وقد تم مناقشة الآثار المترتبة على هذه النتائج في ضوء الأدبيات المتعلقة بالمعلومات والترفيه والمواطنة، وكذلك مجموعة الأبحاث الناشئة حول أداء الدور الصحفي.

10-دراسة أمال حسن محمد الغزاوي (2017) (10)، بعنوان: "اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد":

استعرضت الدراسة اتجاهات النخبة نحو تفعيل الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتكونت عينة الدراسة من (150) مفردة بواقع (75) مفردة من المملكة العربية السعودية، و(75) مفردة من جمهورية مصر العربية، وتمثلت أداة الدراسة في صحيفة الاستبانة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

- تمثلت أهم وسائل الإعلام التقليدية والجديدة التي يعتمد المبحوثون عليها كمصدر للمعلومات والأخبار وفقاً للجنسية في المواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة بلغت (80.70%)، يليها في الترتيب الثاني الفيسبوك بنسبة بلغت (76%)، ثم تويتر بنسبة بلغت (75.30%)، فالصحف الإلكترونية بنسبة بلغت (65.30%)، وتراجع الإعلام التقليدي من فضائيات وصحف ورقية.
- أن (74.70%) من المبحوثين يتابعون وسائل الإعلام الجديدة بصفة دائمة، بينما يتابعها (25.30%) منهم أحياناً بنسبة (18.70%).
- أن (36%) من عينة الدراسة يتابعونها (من ساعة لأقل من 3 ساعات، من المبحوثين يتابعون وسائل الإعلام الجديدة (أقل من ساعة)، بينما (14%) منهم يتابعونها من (3 ساعات لأقل من 5 ساعات)، ويتابعها (22.70%) منهم (خمس ساعات فأكثر)، ويتابعها (8.70%) منهم (طوال اليوم).

11-دراسة ماجد أحمد أبو مراد (2016) ⁽¹¹⁾، بعنوان: "اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية أثناء الأزمات":

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية أثناء الأزمات، ومعرفة أهم مواقع الصحافة الإلكترونية التي تلجأ إليها النخبة السياسية الفلسطينية أثناء الأزمات، وكشف الدوافع الكامنة وراء اعتماد أفراد العينة على الصحافة الإلكترونية، ومعرفة درجة الثقة التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية كمصدر للمعلومات بالنسبة لأفراد النخبة السياسية، بالإضافة لمعرفة الآثار الناتجة عن اعتماد المبحوثين على الصحافة الإلكترونية؛ وخاصة القرارات المتعلقة بالأزمات والآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية. وتدخل هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، حيث استخدم الباحث منهج المسح، وتم جمع البيانات باستخدام صحيفة الاستقصاء، والمقابلة المقننة، وتم اختيار عينة عشوائية من النخبة السياسية في محافظات قطاع غزة، والتي شملت الوزراء الحاليين والسابقين، ونواب المجلس التشريعي الحاليين والسابقين، وقادة القوى والفصائل الوطنية والإسلامية العاملة على الساحة الفلسطينية في قطاع غزة، بالإضافة للمحللين السياسيين، وأساتذة العلوم السياسية في الجامعات الفلسطينية في القطاع، وقد بلغ قوام العينة (207) مبحوثين، وتم تطبيق الدراسة الميدانية خلال الفترة الزمنية الواقعة بين 1-11-2015م إلى 15-12-2015م.

وكانت أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- أوضحت الدراسة أن ما نسبته (100%) من العينة المبحوثة تستخدم شبكة الإنترنت.
- جاءت الفورية والتحديث المستمر الذي تتمتع به الصحافة الإلكترونية في مقدمة الأسباب التي تدفع المبحوثين لاستخدام شبكة الإنترنت والاعتماد على الصحافة الإلكترونية بنسبة بلغت (70%).
- اعتمد المبحوثون على الصحافة الإلكترونية بدرجة عالية أثناء الأزمات بنسبة (42.5%)، بينما كان اعتمادهم عليها بدرجة عالية جداً بنسبة (37.7%).
- أفادت الدراسة أن نسبة (52.2%) من المبحوثين يعتبرون أن الصحافة الإلكترونية تزيد معرفتهم بدرجة عالية.

- نالت الحروب العدوانية التي تعرض لها قطاع غزة أعلى نسبة أفادت بها الصحافة الإلكترونية المبحوثين وزودتهم بالمعلومات المهمة حولها بنسبة مئوية بلغت (78.3%).

- أن أهم المشاكل التي تعاني منها الصحافة الإلكترونية عند معالجتها للأزمات هي مجهولية المصدر؛ وذلك بنسبة (64.3%) من المبحوثين.

المحور الثاني- دور المواقع الإلكترونية في نشر ثقافة المواطنة:

1- دراسة عبد الله بن عبده بن جردى (2021)⁽¹²⁾، بعنوان: "تأثير المحتوى الإعلامي الجديد على اتجاهات المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية":

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم المحتوى الإعلامي الجديد وأهم وسائله، وكذلك عقد مقارنة بين وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية، وتوضيح كيف أثرت الوسائل الإعلامية الجديدة في الوسائل التقليدية، وأيضاً دراسة أثر المحتوى الإعلامي الجديد على اتجاهات المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- أن هناك تأثيراً إيجابياً طردياً للمحتوى الإعلامي الجديد واتجاهات المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية من وجهة نظر عينة الدراسة.

- أن هذا التأثير متساو بين الذكور والإناث، وكذلك بين الفئات العمرية، والمؤهلات الدراسية المختلفة.

- وجود فروق بين استخدام وسائل الإعلام الجديد بالنسبة لعينة الدراسة، حيث تبين أن موقع الفيس بوك وتطبيق الواتس آب هما الأكثر استخداماً وتأثيراً على عينة الدراسة.

2- دراسة نبراس صلاح (2020)⁽¹³⁾، بعنوان: "دور إعلام المواطن في نشر ثقافة السلم المجتمعي بين أطياف المجتمع العراقي: دراسة ميدانية على عينة من جمهور مدينة بغداد أنموذجاً":

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور تطبيقات صحافة المواطن في نشر ثقافة السلم الأهلي بين الجمهور العراقي ومدى ثقة الجمهور به، واعتمد البحث المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي على عينة عشوائية قوامها (٢٠٠) فرد من سكان محافظة بغداد العاصمة؛ لتكون ممثلة للمجتمع العراقي بشرائحه كافة.

وقد توصل البحث إلى نتائج مهمة منها:

- ارتفاع مدة المتابعة لتطبيقات صحافة المواطن من قبل الفرد العراقي؛ لدورها المهم في التزويد بالأخبار والمعلومات والتنمية المجتمعية.
 - صحافة المواطن تعد الأرضية المناسبة لعرض الأزمات الاجتماعية، ومناقشتها، والتعليق عليها، والمطالبة بإيجاد حلول لها؛ نظراً لاهتمام الفرد العراقي بالموضوعات الاجتماعية المطروحة فيها.
 - أن مقاطع الفيديو أصبحت من صلب العملية الإعلامية لإعلام المواطن، ولم تعد أداة ترفيه وحسب، كونها أكثر مصداقية عبر نقلها للأحداث بشكل مباشر من قبل المواطنين أنفسهم بالصوت والصورة.
- 3- دراسة وضحة أحمد جاسم (2020) (14)، بعنوان: "إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي الكويتي":
- سعت الدراسة لتحديد إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي، والتعرف على أبعاد تعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي الكويتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما سعت أيضاً للكشف عن أهم المعوقات التي تحد من إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي الكويتي، ولتحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات.
- وقد أسفرت نتائج الدراسة عن:
- أن المتوسط العام لمستوى مؤشرات إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي الكويتي المتمثلة بـ (المشاركة، ثم الاتصال، والتفاعل) جاء مرتفعاً.
 - أن المتوسط العام لمستوى مؤشرات أبعاد تعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي الكويتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة بـ (الولاء والانتماء- المساواة- الحقوق والواجبات- المشاركة في العمل الوطني) جاء مرتفعاً.
 - وجود علاقة طردية دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) بين إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي الكويتي.

4- دراسة عهد ماهر موسى (2019) ⁽¹⁵⁾، بعنوان: "دراسة حول دور الصحافة

الإلكترونية في تعزيز الانتماء الوطني لدى طلبة الجامعات الفلسطينية":

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة الإلكترونية في تدعيم الانتماء الوطني لدى عينة من طلبة الجامعات الفلسطينية (الإسلامية، الأزهر والأقصى) في محافظات غزة، قوامها (418) طالباً وطالبة، منهم (213) من الإناث، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي والأسلوب المقارن، عبر الاعتماد على استبانتين من إعداد الباحث، (1) استبانة الدراسة الميدانية (2) استبانة الدراسة التحليلية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- أن (61.5%) من عينة الدراسة يتابعون قضايا الانتماء الوطني في الصحف الإلكترونية الفلسطينية.

- أن ترتيب الصحف الإلكترونية الفلسطينية التي تزود الطلبة بمعلومات عن قضايا الانتماء الوطني (وكالة معاً، موقع فلسطين الآن، وكالة وفا، وكالة فلسطين برس).

- أن أكثر مصادر متابعة الطلبة لقضايا الانتماء الوطني (شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة "65.1%"، ثم المواقع الإلكترونية "57.7%")، بينما أقل المصادر متابعة (النخب والجماعات المرجعية) بنسبة (11.5%)، ثم (الاتصال الشخصي عن طريق الأقارب والأصدقاء) بنسبة (17.9%).

- بلغت نسبة الطلاب عينة الدراسة الذين يمتلكون حقائق حول القضايا الفلسطينية بشكل صحيح وثابت (51.78%)، في حين من لا يعرف هذه الحقائق (27.9%)، أما من يعرفها بطريقة مغلوطة فبلغت نسبتهم (20.31%).

5- دراسة منى بنت عبد العزيز (2019) ⁽¹⁶⁾، بعنوان: "أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية وعلاقته بالانتماء لدى طالبات الجامعات بالسعودية":

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين أسلوب استخدام الطالبات الجامعيات لوسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاوره: (دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي)، ومستوى انتماء الطالبات الجامعيات بأبعاده: (الانتماء

للوطن، الانتماء للأسرة، الانتماء لجماعة الرفاق)، وتم استيفاء البيانات الميدانية من خلال تطبيق أدوات البحث على عينة صدفية غرضية تكونت من (235) طالبة من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: وجود علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة (0.01) بين مستوى انتماء الطالبات الجامعيات وأبعاده (الانتماء للوطن، الانتماء للأسرة، الانتماء لجماعة الرفاق، الإجمالي)، وبين أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية ومحاوره، كما تبين وجود تباين دال إحصائياً بين الطالبات الجامعيات عينة الدراسة في أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية ومحاوره تبعاً لكل من: (عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات لصالح المستخدمات لشبكات التواصل أكثر من (4) ساعات يومياً، وسائل استخدام مواقع التواصل لصالح المستخدمات للموبايل واللاب توب معاً، عدد المجموعات المشتركة بها على مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الطالبات الجامعيات المشتركات في (10: 50) برنامج على شبكات التواصل، عدد الزيارات للصفحات المفضلة لصالح الطالبات الجامعيات اللواتي تقمن بزيارة الصفحات المفضلة لديهن بشكل متصل دائماً). وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات؛ أهمها: تعزيز المواطنة لدى الشباب من خلال بث الروح الوطنية وتعميق روح الانتماء لقضايا الوطن واحتياجاته والحفاظ على كينونته، والاستعداد للدفاع عنه في حالة تعرضه للخطر، سواء أكان خطراً داخلياً أو خارجياً يستهدف استغلاله وسيادته، بالإضافة إلى زيادة توعية شباب الجامعات- خاصة الإناث- بالأسباب التي تهدد مظاهر ومؤشرات الانتماء الوطني؛ من خلال إقامة الندوات لتوجيه أفكارهم نحو العمل المثمر المساهم في بناء المجتمع، والتحذير من الأفكار التي تساعد على هدمه.

6- دراسة نسرين يسري حشيش (2018) (17)، بعنوان: "مهارات المواطنة الرقمية اللازمة لتلاميذ مرحلة التعليم الأساسي":

حاولت الدراسة الكشف عن مهارات المواطنة الرقمية اللازمة لتلاميذ مرحلة التعليم الأساسي دراسة استكشافية، ولتحقيق هدف الدراسة استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت الدراسة الاستكشافية على (150) تلميذاً بالصف السادس الابتدائي بإحدى المدارس الخاصة؛ بهدف التعرف على أكثر المواقع الإلكترونية التي يفضل الأطفال استخدامها، وحجم استخداماتهم للإنترنت، وهل

هناك من يشرف عليهم ويوجههم للمواقع الإلكترونية المناسبة لهم، واستعرض البحث المواطنة الرقمية، من حيث مفهومها، ومحاورها، ومراحل تنميتها؛ حيث تشمل مرحلة الوعي، ومرحلة الممارسة الموجهة، ومرحلة النمذجة وإعطاء المثل والقُدوة، ومرحلة التغذية الراجعة وتحليل السلوك، ثم قدمت الدراسة نماذج تطبيقية في المناهج المدرسية على المواطنة الرقمية، كما أشارت الدراسة إلى التعليم الأساسي، من حيث مفهومه، وأهميته، وأوصت الدراسة بضرورة إجراء دراسات حول دور الأنشطة المدرسية في تعزيز المواطنة الرقمية لمدارس المرحلة الثانوية، وإجراء دراسات حول التخطيط التربوي لبرامج الأنشطة المدرسية المستقبلية والتي تتلاءم مع متغيرات العصر السريعة.

7- Wahl-Jorgensen, Karin, Bennett, Lucy and Taylor, Gregory (2017), The normalization of surveillance and the invisibility of digital citizenship⁽¹⁸⁾.

بناءً على تحليل تغطية الصحف والمدونات لاكتشافات سنودن وتداعياتها، توضح هذه الدراسة أن الصحف تطبق المراقبة من خلال تسليط الضوء على المخاوف بشأن الأمن القومي، والتركيز على مراقبة النخب، وتقليل الاهتمام الممنوح للمراقبة الجماعية للمواطنين. على النقيض من ذلك، تسمح المدونات بمزيد من المناقشات المهمة ذات الصلة بالمواطنة الرقمية؛ مما يتيح إجراء مناقشات حول الحقوق المدنية والخصوصية. يجادل هذا المقال بأنه إذا حُددت وسائل الإعلام التقليدية من النقاشات ذات الصلة بالمواطنة الرقمية، فقد توفر المدونات مساحة تنافس وتوضح المشكلات الرئيسية بشكل واضح في الصحف. وقد اقترحت الدراسة أن تركز الأبحاث حول المواطنة الرقمية في المناقشات التي تتم بوساطة على كيفية إسكات الموضوعات السياسية، فضلاً عن المساحات الناشئة، حيث يمكن كسر هذا الصمت.

8- دراسة وليد عبد الفتاح عبد الفتاح (2017)⁽¹⁹⁾، بعنوان: "دور الصحف المصرية الإلكترونية في تشكيل الصورة الذهنية لقيم المواطنة لدى الشباب المصري: دراسة ميدانية":

كشفت الدراسة عن دور الصحف المصرية الإلكترونية في تشكيل الصورة الذهنية لقيم المواطنة لدى الشباب المصري، واستخدمت المنهج الوصفي ومنهج المسح

الإعلامي، وتمثلت أداة الدراسة في استبانة طبقت على عينة قوامها (400) مفردة من جمهور الشباب المصري المستخدمين للصحف الإلكترونية المصرية، مقسمين بالتساوي بين الإناث والذكور، ما بين الريف والحضر، وتعليم عالٍ أو فوق المتوسط، وقد تم التطبيق باستخدام برنامج جوجل درايف الإلكتروني.

وخلص البحث إلى عدة نتائج، منها:

- وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف مستوى التعليم في رأي الشباب المصري نحو ترسيخ مفهوم قيم المواطنة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية غير دالة عند مستوى (0.05) بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف مستويات الدخل الشهري للأسر في رأي الشباب المصري نحو ترسيخ مفهوم قيم المواطنة.

9- دراسة عبد الصادق حسن (2016)⁽²⁰⁾، بعنوان: "اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور المواقع الإلكترونية للصحف الخاصة المصرية في نشر قيم المواطنة: دراسة على عينة من طلاب الجامعات الحكومية المصرية":

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور المواقع الإلكترونية للصحف الخاصة المصرية في نشر قيم المواطنة: دراسة على عينة من طلاب الجامعات الحكومية المصرية. واستخدمت الدراسة منهج المسح لتحقيق هدفها. وتمثلت أداة الدراسة في استبانة، تم تطبيقها على عينة مكونة من (278) مبحوثاً من جمهور الشباب المصري في الجامعات المصرية (جامعة القاهرة - جامعة بني سويف).

نتائج الدراسة:

- بينت نتائج الدراسة أن اليوم السابع نال على نصف عدد المبحوثين في استخدامهم للمواقع الإلكترونية للصحف الخاصة المصرية، وحظيت المواقع الأخرى على النصف الآخر.

- وأن أقل من نصف المبحوثين يستخدمون هذه المواقع بصفة دائمة ويستخدم أكثر من نصف المبحوثين تلك المواقع لأقل من ساعة يومياً؛ مما يشير لانتشار هذه المواقع داخل أوساط الشباب الجامعي.

- أن الباحثين يهتمون بمطالعة العديد من قضايا المواطنة من خلال استخدامهم للمواقع الإلكترونية للصحف الخاصة المصرية.
 - حظيت قضية توفير الرفاه الاجتماعي والاقتصادي باهتمام أقل من نصف الباحثين؛ وهو ما يعبر عنه الشباب الجامعي بضرورة اهتمام الحكومات المتعاقبة بتحقيق الرفاهية للشعب وتكون هذه القضية من أولى اختياراتها.
- 10- دراسة محمد زين عبد الرحمن (2015) ⁽²¹⁾ بعنوان: "مصادقية التناول الإعلامي لمشروع قناة السويس الجديدة عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بتدعيم الانتماء الوطني لدى الجمهور":

هدفت الدراسة التعرف على حجم تعرض الجمهور المصري للإنترنت، والمواقع الإلكترونية الإخبارية، وكذلك للموضوعات الخاصة بمشروع قناة السويس الجديدة عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام منهج المسح، واستعانت بأداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات المطلوبة، كما استخدم مقياس الانتماء للوطن (إعداد الباحث). وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية غير منتظمة قوامها (400) مفردة من الجمهور المصري بمحافظة القاهرة وبني سويف.

أهم النتائج:

- تقتصر مستويات التعرض للإنترنت على عدد مستخدمي الإنترنت، دون وضع من لا يستخدمونها في الاعتبار وعددهم (18) بنسبة (4.5%) من إجمالي مفردات العينة.
- اقتصرت مستويات التعرض للمواقع الإخبارية على عدد مستخدمي المواقع الإخبارية فقط وعددهم (338) بنسبة (88.48%) من إجمالي مستخدمي الإنترنت (382) مفردة بنسبة (95.5%) وثبت صحة الفرض الذي ينص على أنه تختلف مستويات التعرض لموضوعات قناة السويس عبر المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف مستويات مصادقية المواقع الإخبارية لدى الباحثين.
- اتضح صحة الفرض الذي ينص على أنه تختلف مستويات التعرض لموضوعات قناة السويس عبر المواقع الإخبارية تبعاً لاختلاف مستويات مصادقية المواقع الإخبارية لدى الباحثين.

- ثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الانتماء الوطني تبعاً لاختلاف مستويات التعرض المختلفة لموضوعات قناة السويس عبر المواقع الإخبارية.

11- دراسة سويجر (2013) بعنوان (22) The Online Citizen: Is Social Changing Citizens' Beliefs About Democratic Media Values

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تغيير معتقدات المواطنين حول القيم الديمقراطية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي عن طريق استبانة تضمنت مجموعة من التساؤلات المتعلقة بحقوق المواطن ومعتقداته حول قيم الديمقراطية، وزعت على عينة (913) شخصاً بالغاً في بريطانيا.

ومن نتائج الدراسة أن لوسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً كبيراً على معتقدات وسلوكيات المواطنين، كما أظهرت أن الأفراد الذين يستخدمون وسائل التواصل بصورة مستمرة هم أكثر وعياً بالقضايا السياسية مقارنة بغيرهم، كما بينت الدراسة أن وسائل التواصل أسهمت في تعزيز قيمة حرية التعبير، وجاءت بنسبة منخفضة قيمة حق حماية الخصوصية.

التعليق على الدراسات السابقة:

تبين من خلال عرض الدراسات السابقة ذات الاتصال المباشر وغير المباشر بموضوع الدراسة، أن بعضها تناول علاقة النخبة بالمواقع الإلكترونية الصحفية، كدراسة زهير ياسين، محمود يوسف، خلف محمد (2021)، التي هدفت إلى التعرف على مصداقية الصحف الورقية والإلكترونية الأردنية لدى جمهور النخبة، ودراسة نادية محمد عبد الحافظ (2021)، التي هدفت إلى التعرف على اتجاهات النخبة نحو معالجة الإنفوجرافيك للقضايا المجتمعية في المواقع الإلكترونية العربية، ودراسة إلهام يونس أحمد (2021)، التي هدفت إلى قياس مصداقية المعالجة الإعلامية لقضية سد النهضة على المواقع الإخبارية من وجهة نظر الجمهور، وتقييم النخبة لها مع وضع معايير مهنية للتعامل مع هذه القضايا المهمة المؤثرة على الأمن القومي، ودراسة نوره بنت صالح (2020) التي هدفت إلى التعرف على درجة مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليها كما تراها النخبة السعودية، ودراسة عبدالله محمد

عبدالله (2020) التي هدفت إلى التعرف على درجة متابعة الأخبار في المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية الإعلامية العربية، وأهم الموضوعات المفضل تصفحها في تلك المواقع، ودوافع التعرض للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية، والإشباع المتحققة من تصفح المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية، ودراسة فاطمة الزهراء أمير (2020) والتي هدفت إلى رصد وتحليل وتفسير أطر معالجة النخبة الإلكترونية المصرية على شبكتي فيس بوك وتويتر للقضايا المجتمعية على اختلافها خلال عام 2017، ودراسة ريهام محمود أحمد (2019) التي هدفت إلى التعرف على طبيعة السلوك الإخباري للنخب المصرية في التعامل مع الأخبار المتاحة عبر المنصات الإخبارية، ومدى تفاعلهم معها بما يجعلها مصدر رئيس لديهم، ودراسة إسراء الغزالي (2019) التي سعت لرصد تعرض النخب المصرية للبوابات الإلكترونية الإخبارية ومدى علاقتها بمستوى فاعلية تعاملهم مع الأخبار الزائفة والأخبار مجهولة المصدر، ودراسة Daniel C. Hallin, Mellado (2017) التي هدفت إلى مقارنة الأدوار الصحفية في المطبوعات والتلفزيون بالتركيز على حالة تشيلي والإفادة من فهرس موحد للأدوار الصحفية يعتمد على محتوى تلك الأخبار، ودراسة أم الحسن محمد الغزوي (2017) التي حاولت الكشف عن اتجاهات النخبة نحو تفعيل الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد، ودراسة ماجد أحمد أبو مراد (2016) التي هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية أثناء الأزمات، ومعرفة أهم مواقع الصحافة الإلكترونية التي تلجأ إليها النخبة السياسية الفلسطينية أثناء الأزمات، وكشف الدوافع الكامنة وراء اعتماد أفراد العينة على الصحافة الإلكترونية، ومعرفة درجة الثقة التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية كمصدر للمعلومات بالنسبة لأفراد النخبة السياسية. كما تناول بعضها دور المواقع الإلكترونية في نشر ثقافة المواطنة، ودراسة عبدالله بن عبده بن جردي (2021) التي هدفت إلى التعرف على مفهوم المحتوى الإعلامي الجديد وأهم وسائله، وكذلك عقد مقارنة بين وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية وتوضيح كيف أثرت الوسائل الإعلامية الجديدة في الوسائل التقليدية، وأيضاً دراسة أثر المحتوى الإعلامي الجديد على اتجاهات المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية، ودراسة نبراس صلاح (2020) التي هدفت إلى التعرف على دور تطبيقات صحافة المواطن في نشر ثقافة السلم الأهلي بين الجمهور العراقي ومدى ثقة الجمهور به، ودراسة

وضحة أحمد جاسم (2020) التي هدفت إلى تحديد إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي، والتعرف على أبعاد تعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي الكويت عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والكشف عن أهم المعوقات التي تحد من إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي الكويتي، ودراسة عهد ماهر موسي (2019) التي هدفت إلى التعرف على دور الصحافة الإلكترونية في تدعيم الانتماء الوطني لدى عينة من طلبة الجامعات الفلسطينية (الإسلامية، الأزهر والأقصى) في محافظات غزة، ودراسة منى بنت عبد العزيز (2019) التي سعت إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين أسلوب استخدام الطالبات الجامعيات لوسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاورة (دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ودراسة نسرين يسري حشيش (2018) التي حاولت الكشف عن مهارات المواطنة الرقمية اللازمة لتلاميذ مرحلة التعليم الأساسي دراسة استكشافية، ودراسة Wahl-Jorgensen, Karin, Bennett, Lucy and Taylor, Gregory 2017. The normalization of surveillance and the invisibility of digital citizenship التي سعت لتحليل تغطية الصحف والمدونات لاكتشافات سنودن وتداعياتها، ودراسة وليد عبدالفتاح (2017) التي هدفت إلى الكشف عن دور الصحف المصرية الإلكترونية في تشكيل الصورة الذهنية لقيم المواطنة لدى الشباب المصري، ودراسة عبد الصادق حسن (2016) التي هدفت إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور المواقع الإلكترونية للصحف الخاصة المصرية في نشر قيم المواطنة على عينة من طلاب الجامعات الحكومية المصرية، ودراسة محمد زين عبدالرحمن (2015) التي هدفت إلى التعرف على حجم تعرض الجمهور المصري للإنترنت، والتعرف على حجم تعرض الجمهور المصري للمواقع الإلكترونية الإخبارية، والتعرف على حجم تعرض الجمهور المصري للموضوعات الخاصة بمشروع قناة السويس الجديدة عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية، ودراسة سويجر (2013) بعنوان The Online Citizen: Is Social Media Changing Citizens' Beliefs About Democratic Values التي سعت إلى التعرف على مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تغيير معتقدات المواطنين حول القيم الديمقراطية.

وفي المجمل يتضح الاتفاق بين جميع الدراسات على ارتفاع معدلات تعرض النخبة المصرية للمواقع الإلكترونية، واعتمادها على المواقع الإلكترونية الصحفية كمصدر

أساسي للحصول على الأخبار والمعلومات، وأن أكثر المواقع الإلكترونية تفوقاً موقع اليوم السابع، والأهرام، والمصري اليوم، على باقي المواقع الإخبارية، وأن هناك استحواداً الإنفوجرافيك باعتباره يقدم وصفاً دقيقاً للقضية أو الحدث المرتبة الأولى في الاستحواذ على النخبة، وأن هناك اعتماداً كبيراً من النخبة على متابعة القنوات الفضائية، وبعض وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، وتويتر، عبر ما يطرحوه من مشاركات إثرائية، وتغريدات، بالإضافة إلى اعتماد النخب على بعض المنصات الإلكترونية المختلفة بما تقدمه من مضمين إخباري تتسم بالتوازن والموضوعية والثقة في محتواها الإعلامي، والاعتماد على البوابات الإلكترونية لبعض الصحف.

كما تم الاتفاق بين جميع الدراسات على أن النخبة المصرية باتت تستخدم وسائل الإعلام الحديثة في التعرف على الإخباري السياسي، وكذلك المضمون الإخباري الاقتصادي عبرها، كما تستخدمها في مطالعة العديد من قضايا المواطن من خلال استخدامهم للمواقع الإلكترونية للصحف الخاصة المصرية.

وبالرغم من تلك الاتفاقات؛ إلا أن جميع الدراسات السابقة لم تتناول دراسة "العلاقة بين تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لنشر ثقافة المواطنة في المجتمع المصري"، وهذا يستدعي دراستها.

وأفادت الباحثة من الدراسات السابقة في إعداد مشكلة الدراسة، وأهدافها، والوقوف على المنهج البحثي الذي يمكن أن تستعين به في تلك الدراسة، كما أفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تعميق الأطار النظري للدراسة، وتقسيم فصول الدراسة، ومعرفة المراجع ذات الصلة بموضوع الدراسة، والمنهج المناسب لمسح الجمهور، كما أفادت أيضاً منها في البناء المنهجي للدراسة من حيث تحديد فروض وتساؤلات الدراسة ومتغيراتها، واختبار العلاقات، ومقارنة النتائج، وتصميم الاستبانة كأداة للدراسة، وبناء محاورها، وصياغة عناصرها، ومعالجتها إحصائياً، إضافة إلى مقارنة نتائجها بالنتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات وذلك عند عرض نتائج الدراسة وتحليلها.

مشكلة الدراسة:

تعتبر المواقع الإلكترونية الإخبارية من بين المواقع المستخدمة في ميدان الإعلام كونها إحدى الوسائل التي يتم من خلالها بث ونشر مختلف الأخبار والموضوعات بين الجماهير، وقد استطاعت هذه المواقع أن تتغل الجمهور المستخدم عبر الروابط الفعالة

إلى مصادر متعددة المعلومات؛ تقدم خلفيات وإيضاحات وبيانات تفصيلية حول القضايا والأحداث المختلفة في المجالات كافة وعبر مختلف الدول والمناطق الجغرافية والفترات الزمانية.

ويعد نشر المواطنة عبر المواقع الإلكترونية أحد أهم الموضوعات التي تتناولها تلك المواقع الإلكترونية، نتيجة الأحداث المتلاحقة والتطورات المتسارعة بالمجتمع المصري، الأمر الذي انعكس على تناول تلك المواقع الإخبارية لمفهوم المواطنة، الذي تحرك إلى مكانة مركزية في التفكير النظري والإمبريقي بحثاً عن مؤشرات جديدة ودالة في الواقع السياسي الراهن، فلقد شهد مفهوم المواطنة وثقافة الديمقراطية مؤخراً صعوداً وتطوراً ملحوظاً في الخطاب الإعلامي والسياسي، خاصة بعد بروز العولمة والتحويلات التي صاحبت هذه النظرية، وظهور تكتلات سياسية كبيرة وفرت فرصاً للانتماء والولاء، بالإضافة إلى سيطرة بعض المفاهيم مثل مفهوم الدولة، والمجتمع المدني، والمشاركة السياسية على دوائر البحث والتحليل عبر المواقع الإلكترونية في الآونة الأخيرة.

ومع ما تحمله التطورات المتلاحقة من آثار سلبية تبرز مع التمرد على القواعد الأخلاقية والضوابط القانونية والمبادئ الأساسية التي تنظم شؤون الحياة الإنسانية، ومن ثم فإن إدراك النخب لنشر ثقافة المواطنة عبر تعرضهم للمواقع الإلكترونية الصحفية في المجتمع المصري أصبح موضوعاً ذا أهمية كبيرة، وفي هذا الإطار تتمثل مشكلة الدراسة في تحديد العلاقة بين تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لنشر ثقافة المواطنة في المجتمع المصري.

أهمية الموضوع وأسباب اختياره:

1- تتجلى أهمية الدراسة في كونها تتناول موضوعاً مهماً ألا وهو التعرف على تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية، كون هذه المواقع أصبحت بمثابة إعلام جديد أو بديل عن وسائل الإعلام التقليدية لما تشتمل عليه من خصائص ومميزات.

2- تبني الاتجاهات الحديثة في دراسة النخبة والتي اتجهت صوب دراسة تعرض النخبة السياسية والإعلامية والأكاديمية باختلاف توجهاتهم؛ بوصفهم جماعات متنوعة تتكون من بنى فكرية وثقافية وسياسية متباينة.

3- شهدت مصر بعد الثورة الشعبية التي امتدت من يناير 2011 إلى يوليو 2013، تغيرات سياسية واجتماعية وثقافية أدت إلى تغيير العديد من المفاهيم

والاتجاهات؛ التي كانت ثابتة وراسخة ومستقرة خلال عقود طويلة وكان من أبرزها ثقافة المواطنة.

4- يعد موضوع النخبة من أهم الموضوعات التي تناولها علم الاجتماع السياسي، حيث إن أعضاء النخبة يتمتعون بمستوى أعلى من العلم والمعرفة والمسؤولية والخبرة العملية عن غيرهم من غالبية الناس، وتمثل النخبة القيادة الأساسية في المجتمع، وذلك باعتبار أنها تقوم باتخاذ القرارات اللازمة في الأمور التي تخص المجتمع أو جزء منه.

أهداف الدراسة:

سعت الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- 1- التعرف على معدل تعرض النخب للمواقع الإلكترونية الصحفية.
- 2- الوقوف على المواقع الإلكترونية التي تحرص النخب على متابعة قضايا المواطنة خلالها.
- 3- الكشف عن أسباب تفضيل متابعة تلك المواقع الإلكترونية الصحفية دون غيرها.
- 4- التعرف على الموضوعات المفضل متابعتها في المواقع الإلكترونية الصحفية.
- 5- كشف دوافع النخب لمتابعة المواقع الإلكترونية الصحفية.
- 6- التعرف على مدى اهتمام النخب بمتابعة قضايا المواطنة في المجتمع المصري.
- 7- التعرف على المواقع الإلكترونية الصحفية التي تحرص النخبة على متابعة قضايا المواطنة من خلالها.
- 8- تحديد معدلات الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحفية كوسيلة لنشر ثقافة المواطنة.
- 9- تحديد تقييم النخب لتغطية المواقع الإلكترونية الصحفية لقضايا المواطنة.
- 10- تحديد تقييم النخبة للموضوعية والحيادية التي تتمتع بها المواقع حول قضايا المواطنة.
- 11- الكشف عن المكون المعرفي والوجداني والسلوكي للمواطنة التي تكتسبها النخبة عبر المواقع الإلكترونية.
- 12- تحديد العلاقة الارتباطية بين تعرض النخب للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة في المجتمع المصري.

13- تحديد دلالة الفروق بين النخب السياسية والدينية والأكاديمية والإعلامية على المواقع الإلكترونية، فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتمادهم على المواقع الإلكترونية الصحفية.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً- تستخدم الدراسة نموذج (الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory):

فكرة نموذج الاعتماد:

مع تعقد الحياة في المجتمعات الحديثة، والتقدم المستمر في تكنولوجيا وسائل الإعلام، تزايد أهمية وسائل الإعلام في نقل المعلومات، ففي المجتمع الأمريكي على سبيل المثال، فإن وسائل الإعلام تقوم بمجموعة متنوعة من الوظائف، منها تقديم معلومات عن الحكومة، والخدمة في حالة الطوارئ، كما تعتبر المصدر الأساسي لإدراك المواطن العادي للأحداث القومية والعالمية، كما توفر أيضاً كماً هائلاً من البرامج الترفيهية لمساعدة الجمهور على الاسترخاء والهروب من مشاكل الحياة اليومية، ومن أجل الحصول على المعلومات تتفاعل وسائل الإعلام مع النظم الأخرى كالنظام الاقتصادي، والسياسي، والديني، حيث تنشأ علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام وهذه الأنظمة، ومن هنا وضع "ديفلير و ركتيش" نموذجاً لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما عرف بنموذج الاعتماد، ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي: "أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف يزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع⁽²³⁾."

ويمكن النظر إلى نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها:

- نظرية ذات منشأ سيكولوجي وظيفي.

- نظرية بيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، فهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة ببعضها، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فما يتعلق بتلك العلاقات.

- نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام نموذج طارئ Contingency من حيث كون أي تأثير محتمل من جراء ذلك الاعتماد يعتمد بشكل ما على الظروف المصاحبة لموقف محدد.

- النموذج جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية.

الفروض الرئيسية لنموذج الاعتماد على وسائل الإعلام:

يتمثل الفرض الرئيس لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما أدت الوسيلة دوراً مهماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية، وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.

كما تقوم على عدة فروض فرعية أخرى، هي:

- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر

معلومات ووسائل الإعلام، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد الاعتماد لدى الأفراد على وسائل الإعلام.

- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة

للمعلومات، أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع.

- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لوجود اختلاف في

الأهداف الشخصية والمصالح والحاجات الفردية⁽²⁴⁾.

المميزات الخاصة بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تتمتع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بمجموعة من المزايا، أهمها:

1- تعتبر نظرية الاعتماد نموذجاً مفتوحاً لمجموعة من التأثيرات المحتملة، وتجنب النموذج عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام، ووجود تأثير غير محدود، لذلك يطلق عليها نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع.

2- تهتم نظرية الاعتماد بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الشخصية والفردية، لذلك فهي أكثر ملاءمة في التعامل مع النظام الاجتماعي بصورة أكبر من النماذج الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام.

3- تؤكد نظرية الاعتماد على أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، يؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي وعلى نظام وسائل الإعلام نفسها، وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام، قد يؤدي إلى المطالبة بالتغيير أو إصلاح نظام وسائل الإعلام، سواء من خلال النظام السياسي، أو من خلال آلية السوق الحر، أو من خلال ظهور وسائل إعلام بديلة.

ثانياً- تستخدم الدراسة مدخل النخبة:

جاءت نظرية النخبة عند (باريتو) تعبيراً عن قناعته باستحالة تطبيق الديمقراطية الليبرالية السائدة في الغرب، بوصفها تعبيراً عن الشعار المعروف "حكم الشعب بنفسه ولنفسه"، كما أنها جاءت نقضاً للنظرية الماركسية في تأكيدها على مبدأ الصراع الطبقي وحتميات التطور التاريخي. فباريتو في كتابه "العقل والمجتمع" يعرف النخبة بأنها: "مجموعة من الأفراد الذين حققوا نجاحات مميزة في مختلف مناصب قيادية للقيام بأدوار سياسية واجتماعية محورية داخل المجتمع، وتظل هذه القيادة غير مشروطة بالضرورة بموافقة أفراد هذا الأخير.

ويعتمد (باريتو) في تحديده للنخبة على معيار النجاح الذي يؤديه الفاعلون الاجتماعيون في مختلف مستويات نشاطاتهم من منطلق مزاياهم السيكلوجية، وضمن نظريته السيكلوجية عن النخبة يرى أن النخبة تحافظ على استقرارها واستمرارها ضمن فعالية دينامية يطلق عليها مفهوم "دوران النخبة" وهي آلية تعتمدها النخبة للمحافظة على ديمومة وجودها واستمراريتها، ويميز (باريتو) في هذا السياق بين فعاليتين في عملية دوران النخبة، تتمثل الأولى فيما يطلق عليه "الدوران الداخلي"؛ التي تتجلى فيه قدرة النخبة على امتصاص الأفكار والأشخاص من خارج النخبة وإدخالهم في دائرة وجودها حفاظاً على وحدتها ومنعاً لتشكل نخبة مضادة، وتتمثل العملية الثانية فيما يسميه "الدوران الخارجي"؛ وهي العملية التي توول إليها أوضاع النخبة الحاكمة القائمة في عملية امتصاص الأفكار والأشخاص من خارج النخبة، تاركة مكانها لنخبة جديدة قادرة على أداء الوظيفة الأساسية للنخبة الحاكمة في المجتمع.

وعلى الرغم من أهمية نظرية (باريتو)، ولكن لا يمكن الوثوق اليوم بقدرة
السيكولوجيا وحدها على تفسير التاريخ والأحداث التاريخية، فالسيكولوجيا في النهاية
نتاج لسلسلة من الفعاليات التاريخية؛ إذ كيف نستطيع اليوم أن نفسر وجود هذه النخب
التي تقوم على معطيات الولاء للعائلة والحاكم العسكري، وكيف نفسر وصول بعض
الأفراد إلى الحكم وهم لا يملكون أي خبرة سياسية أو فكرية، ولكن الظروف الاجتماعية
والتكوينات التقليدية للمجتمع هي التي قادتهم إلى هذه المراكز العليا في المجتمع.

مصطلحات الدراسة:

المواطنة:

مكانة أو علاقة اجتماعية تقوم بين فرد طبيعي ومجتمع سياسي (دولة)، ومن
خلال هذه العلاقة يقدم الطرف الأول وهو (المواطن) الولاء والانتماء في جميع الجوانب
(الدينية، الثقافية، السياسية) وغيرها، ويتولى الطرف الثاني الحماية (الدولة)، وتتحدد
هذه العلاقة بين الفرد والدولة عن طريق أنظمة الحكم القائمة.

النخبة:

لغويًا: مفردة النخبة مشتقة من نخب وانتخب، ينتخب، انتخابًا ويقال: نخب الرجل
الشيء نخبًا وانتخبه أي اختاره وانتقاه بمعنى الانتخاب والانتقاء، بينما عرف (ابن
منظور) النخبة في قاموس لسان العرب بأنها اشتقت من نخب وانتخب الشيء بمعنى
اختاره، ونخبة القوم هم خيارهم، واصطفى الشيء بمعنى اختاره واستخلصه، كما أن
هناك هي نفسها كلمة "النخبة" والصفوة مشتقة من صفا، يصفو، صفوا، ويقال صفا
فلان "من يرى بأن مفردة"، الصفوة القدر بمعنى أخذ واستخلص ما فيها، والمصطفى هو
المختار، والصفى هو النقي من كل شيء، أما في اللغة الفرنسية فإن كلمة النخبة
Elite فإنها مشتقة من الأصل اللاتيني legree-Ex الذي يعني قطف واختار وجمع، أما
معنى النخبة في اللغة الإنجليزية والألمانية فإنه يشبه نفس المعنى المستعمل في اللغة
الفرنسية غير أن هذه المفردة في اللغة الإسبانية مشتقة من I selecto mas.

ويرى "توماس بوتومور" أن أقدم استخدام لكلمة "نخبة" في اللغة الإنجليزية وفقًا
لقاموس أكسفورد كان في سنة 1823، حيث إنه تم توظيف مفهوم "النخبة" في القرن
السابع عشر لوصف السلع ذات النوعية الممتازة، ثم اتسع هذا المفهوم للدلالة عن
الجماعات الاجتماعية العليا كـ بعض الوحدات العسكرية العليا أو المراتب العليا من
النبالة.

وحسب المعجم النقدي لعلم الاجتماع فإن "باريتو" هو الذي أعطى صيغاً لمصطلح النخبة، فهو يرى بأن النخبة هم أفراد توفرت فيهم شروط التميز والنجاح في إطار نشاط اجتماعي معين، وهو يقول في هذا الشأن: لنضع إذن طبقة من الذين يتمتعون بالموشرات الأكثر ارتفاعاً في الفرع الذي يؤديون فيه نشاطهم ولنعطي (لهذه الطبقة اسم النخبة). وعلى هذا الأساس فإن النخبة هم طبقة متميزة بخصائص نفسية واجتماعية تُبوؤها مراكز الطليعة في مجالات اجتماعية واقتصادية وفنية معينة.

الإطار المنهجي للدراسة:

أولاً- نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى لبحث تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لنشر ثقافة المواطنة في المجتمع المصري، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وفي إطاره تم مسح عينة من النخب المصرية (الأكاديمية والإعلامية والسياسية والدينية)، للوقوف على مستويات تعرضهم للمواقع الإلكترونية الصحفية ومستويات متابعتهم لقضايا المواطنة وكيفية إدراكهم لنشر ثقافة المواطنة.

ثانياً- فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباطية بين معدلات توجه النخب السياسية، والدينية، والأكاديمية، والإعلامية للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة في المجتمع العربي.
- 2- توجد علاقة ارتباطية بين معدلات اعتماد النخب السياسية، والدينية، والأكاديمية، والإعلامية وإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة في المجتمع العربي.
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النخب السياسية، والدينية، والأكاديمية، والإعلامية، فيما يتعلق بإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة في المجتمع العربي.
- 4- توجد فروق ذات دلالة بين النخب السياسية، والدينية، والأكاديمية، والإعلامية، فيما يتعلق بالمكون المعرفي والوجداني والسلوكي لاتجاهاتهم نحو دور المواقع الإلكترونية الصحفية في نشر ثقافة المواطنة.

ثالثاً- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جمهور النخبة المصرية، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية من متابعة المواقع الإلكترونية الصحفية بلغ قوامها (400) مفردة من النخبة

المصرية (الأكاديمية، والإعلامية، والسياسية، والدينية)، وقد تم تطبيق الاستمارة يدوياً.

وجاءت مفردات العينة على النحو التالي:

- النخب الأكاديمية (100) مفردة.
- النخب الإعلامية (100) مفردة.
- النخب السياسية (100) مفردة.
- النخب الدينية (100) مفردة.

أهم الصعوبات التي واجهت الباحثة:

1. صياغة العنوان بطريقة صحيحة.
2. العثور على عينة الدراسة.
3. اختيار المنهجية الصحيحة.
4. عدم وجود مصادر كافية للدراسة العلمية.

جدول (1) يوضح خصائص العينة

النسبة المئوية	التكرار	السمات الشخصية	
58.5%	234	ذكر	النوع
41.5%	166	أنثى	
100%	400	الإجمالي	
22.25%	91	من 30 - أقل من 45 سنة	العمر
50.75%	201	من 45 - أقل من 55 سنة	
27.0%	108	55 سنة فأكثر	
100%	400	الإجمالي	
72%	288	جامعى	المستوى التعليمى
18%	72	ماجستير	
10%	40	دكتوراه	
100%	400	الإجمالي	
25.0%	100	أكاديمى	مجال العمل
25.0%	100	سياسى	
25.0%	100	إعلامى	
25.0%	100	دينى	
100%	400	الإجمالي	

- يتضح من الجدول السابق تنوع خصائص عينة الدراسة، والتي جاءت على النحو التالي:

- خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع: بلغ حجم عينة الدراسة الميدانية (400)، تبين أن نسبة 58.5% من المشاركين في مقابل نسبة 41.5% للمشاركات.
- خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر: احتلت المرحلة العمرية (من 45- أقل من 55 سنة) المقدمة في عدد المشاركين بنسبة 50.75%، تلتها في المرتبة الثانية المرحلة العمرية (55 سنة فأكثر) بنسبة 27%، وجاءت المرحلة العمرية (من 30- أقل من 45 سنة) في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة 22.25%.
- خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي: يتضح من بيانات عينة الدراسة أن نسبة 72% منهم من حاملي المؤهلات الجامعية، وفي المرتبة الثانية جاء من حملة الماجستير بنسبة 18%، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة حملة الدكتوراه بنسبة 10%.
- أما بالنسبة لمتغير مجال العمل: يتضح من بيانات عينة الدراسة تساوي نسب المشاركين العاملين بالمجالات الأكاديمية والسياسية والإعلامية والدينية بنسبة 25%.

رابعاً- أداة جميع البيانات:

تعتمد الدراسة على صحيفة الاستبانة لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فروضها التي اشتملت على عدة محاور؛ لقياس مستويات تعرض النخب للمواقع الإلكترونية الصحفية، ومستويات متابعتهم لقضايا المواطنة، وكيفية إدراكهم لنشر ثقافة المواطنة. واستخدمت الدراسة مقياس المكونات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاتجاهات النخب نحو دور الدوافع الإلكترونية في نشر ثقافة المواطنة؛ حيث تدرج فقرات المقياس على ثلاثة بدائل هي: (مرتفع- متوسط- منخفض)، (دائماً- أحياناً- نادراً)، تعطي القيم (3-2-1) على التوالي في حالة الفقرات ذات الاتجاه الموجب، أما في حالة الفقرات ذات الاتجاه السالب، يتم عكس الأوزان، ثم تخصيص درجة تتراوح بين (1- 3) حسب اختيارات المشارك أمام كل بند.

خامساً- اختبار الصدق والثبات:

تم قياس الصدق في ضوء أهداف وفروض الدراسة، ثم تم عرض الاستمارة على

عدد من المحكمين لتحقيق الصدق الظاهري للبيانات، وتصميم المقياس في ضوء مراجعة الدراسات السابقة، وإجراء اختبار قبلي على 10٪ من حجم العينة بما يعادل 40 مبحوثاً من النخبة، وتم إعادة تطبيق الاستمارة على نفس العينة من المبحوثين، وتم حساب نسبة الثبات بين التطبيقين وبلغت نسبة الثبات، 0.87 وهي نسبة مرتفعة تدل على قابلية استمارة الاستقصاء للتطبيق.

سادس- المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين في أحد المتغيرات.

نتائج الدراسة:

جدول (2)

يوضح توزيع أفراد العينة حول مستوى تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية

النسبة المئوية	التكرار	مستوى التعرض
52.25٪	209	مرتفع
42٪	168	متوسط
5.75٪	23	منخفض
100٪	400	الإجمالي

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول مستوى تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية؛ ففي الترتيب الأول جاء مستوى التعرض المرتفع بنسبة 52.25٪، وفي الترتيب الثاني مستوى التعرض المتوسط بنسبة 42٪، وفي الترتيب الثالث المستوى المنخفض بنسبة 5.75٪.

يتبين مما سبق أن النخبة يتعرضون بشكل مرتفع للمواقع الإلكترونية الصحفية

من خلال مطالعتها بشكل مستمر على مدار اليوم، فهي تعد مصدراً للمعلومات، لمتابعة كل ما هو جديد، حيث تتسابق المواقع الإلكترونية الصحفية في جذب الجماهير من خلال التغطية الفورية للأحداث ومعايشة القارئ أولاً بأول، بالإضافة إلى اهتمامهم بمعايشة الحدث بصورة مباشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يجعل الأخبار أكثر مصداقية وأكثر جذباً للمشاهدين من النخبة، لموضوعية التناول، وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتيجة دراسة زهير ياسين، محمود يوسف، خلف محمد (2021) (25)، التي توصلت إلى أن (64.2%) يتابعون الصحف الإلكترونية، وأن (31.3) لا يتابعون الصحف الورقية والإلكترونية، ودراسة عبد الله محمد عبد الله (2020) (26) التي توصلت إلى أن نسبة 55.8% من النخبة الأكاديمية الإعلامية العربية يتابعون المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية كل الأسبوع.

جدول (3)

يوضح توزيع أفراد العينة حول المواقع الإلكترونية الصحفية التي تحرص النخبة على متابعتها

النسبة المئوية	التكرار	المواقع
18.75%	75	المصري اليوم
20%	80	الوطن
15%	60	البوابة نيوز
12.5%	50	مصراوي
25.5%	102	اليوم السابع
8.25%	33	الأهرام

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول المواقع الإلكترونية الصحفية التي تحرص النخبة على متابعتها؛ ففي الترتيب الأول اليوم السابع بنسبة 25.5%، وفي الترتيب الثاني الوطن بنسبة 20%، وفي الترتيب الثالث المصري اليوم بنسبة 18.75%، وفي الترتيب الرابع البوابة نيوز بنسبة 15%، وفي الترتيب الخامس مصراوي بنسبة 12.5%، وفي الترتيب السادس الأهرام بنسبة 8.25%.

يتبين مما سبق أن المواقع التي تحرص النخبة على متابعتها هي مواقع الصحف المستقلة، ثم البوابات الإخبارية للصحف القومية، وذلك لأن الصحف الإلكترونية المستقلة لا تخضع مباشرة للحكومة، وبالتالي قد تعرض الأخبار بدرجة من الموضوعية والتوازن والحيادية وعرض وجهات النظر بصورة أوضح عما كانت عليه البوابات الإخبارية التابعة للدولة، بالإضافة إلى أنها أكثر الصحف الإلكترونية تطوراً في مصر، فهي تتسم بقدرة عالية من التحديث المستمر والسريع لما يعرض عليها من معلومات، وتغطيتها لجميع التخصصات، بالإضافة إلى اهتمام تلك المواقع بسرعة التغطية، وأمانة العرض، واعتماد كثير من تلك الصحف على شبكة مراسلين منتشرين بكافة أنحاء الجمهورية، يمتلكون مهنية عالية في تغطية الأخبار بسرعة وبموضوعية وبمصادقية، وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة إلهام يونس أحمد (2021) (27) التي توصلت إلى أن موقع اليوم السابع حصل على أعلى نسبة تفضيل من الجمهور بوزن نسبي (90.2%)، كما تتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة إبراهيم علي بسيوني (2021) (28)، التي توصلت إلى أن صحيفة اليوم السابع حازت المرتبة الأولى بين الصحف التي يتابعها الجمهور بوزن نسبي (33.9%)، بينما اختلفت مع نفس الدراسة في أن صحيفة الأهرام احتلت المرتبة الثانية بنسبة (17.79%)، والمصري اليوم في المرتبة الثالثة بنسبة (13.39%) إبراهيم حسن التوام (2016) (29)، التي توصلت إلى أن النخبة تفضل استخدام موقع اليوم السابع بمجموع نقاط (265)، بنسبة (60.1)، ثم المصري اليوم بمجموعة نقاط (253)، بنسبة (57.4%).

جدول (4)

يوضح توزيع أفراد العينة حول أسباب تفضيل متابعة تلك المواقع الإلكترونية الصحفية دون غيرها

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
تركز على القضايا التي تهم المواطن	45	11.25%
تعرض مختلف الآراء دون التقييد بوجهة نظر واحدة	70	17.5%
تقديم تحليلات وتعليقات جيدة	85	21.25%
تراعي الصدق والدقة في عرض القضايا	65	16.25%
تسهم في تكوين خلفية معرفية جيدة	135	33.75%
الإجمالي	400	100%

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول أسباب تفضيل متابعة تلك المواقع الإلكترونية الصحفية دون غيرها؛ ففي الترتيب الأول تسهم في تكوين خلفية معرفية جيدة بنسبة 33.75٪، وفي الترتيب الثاني تقديم تحليلات وتعليقات جيدة بنسبة 21.25٪، وفي الترتيب الثالث تعرض مختلف الآراء دون التقيد بوجهة نظر واحدة بنسبة 17.5٪، وفي الترتيب الرابع تراعي الصدق والدقة في عرض القضايا بنسبة 16.25٪، وفي الترتيب الخامس تركز على القضايا التي تهم المواطنين بنسبة 11.25٪، وتكشف تلك النتائج اهتمام القائمين على المواقع الإلكترونية بتقديم الخدمة التي تعرض عبرها بصورة جيدة، كما تمتاز بالأمانة، والمصداقية، والاحترافية عبر تقنيات تكنولوجية متقدمة، وتكون حالة من التفاعلية بين تلك المواقع والنخبة، الأمر الذي يكون حالة من الحراك الفكري لديهم، وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة حسام على سلامة (2008) (30) التي توصلت إلى أن الدافع الأول لمتابعة المواقع الإلكترونية هو معرفة الأحداث الجارية بوزن نسبي (83.89٪)، بينما اختلفت عنها في المرتبة الثانية، فقد كانت المرتبة الثانية لصالح الحصول على المعلومات بنسبة (70.56٪)، ثم المساعدة في تكوين وجهات نظر بنسبة (67.78٪)، ثم معرفة مشاكل الآخرين بنسبة (66.67٪).

جدول (5)

يوضح توزيع أفراد العينة حول الموضوعات المفضل متابعتها في المواقع الإلكترونية الصحفية (أكثر من استجابة ن=400)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
الرياضية	270	67
العلمية	310	77.5
السياسية	365	91.25
الاجتماعية	200	50
الأمنية	340	85
الدينية	195	48.75

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول الموضوعات المفضل متابعتها في المواقع الإلكترونية الصحفية؛ ففي الترتيب الأول السياسية بنسبة 91.25٪، وفي الترتيب الثاني الأمنية بنسبة 85٪، وفي الترتيب الثالث العلمية بنسبة 77.5٪، وفي الترتيب الرابع الرياضية بنسبة 67.0٪، وفي الترتيب الخامس الاجتماعية بنسبة 50.0٪،

وفي الترتيب السادس الدينية بنسبة 48.75%. وترجع تلك النتيجة إلى الحراك السياسي الكبير الذي شهدته جمهورية مصر العربية في الفترة الأخيرة، وتتابع وتسارع وتيرة الأحداث السياسية، وكبر حجم التحديات التي تواجه مصر على الصعيدين السياسي والأمني، الأمر الذي جعل النخبة يبحثون عن متابعة الموضوعات السياسية والأمنية المتسارعة بشغف كبير لمواكبة الحدث، ومن ثم تكوين رؤية تحليلية عن الأحداث تمكنهم من إبداء رأيهم بصورة صحيحة عما يدور من أحداث، كما ترجع تلك النتيجة إلى طبيعة عقلية النخبة بمصر؛ فهم أكثر اهتماماً بالموضوعات العلمية كونها تخاطب عقليتهم وتثير لديهم التفكير حول جوانبها، كما أن اهتمامهم بالرياضة يأتي من مخاطباتها لمشاعرهم وميولهم وتكون لديهم طاقة إيجابية بالانتماء إلى كيان رياضي معين يشجعونه ويلتفون حوله، كما ترجع تلك النتيجة إلى أن النخبة يسعون إلى التعايش مع مشكلات مجتمعهم ويسعون إلى إيجاد حلول لها، عبر التدبر والتفكير في تلك المشكلات للخروج بحلول جوهرية لها، كما ترجع ذات النتيجة إلى العقيدة الدينية لدى النخبة التي تدفعهم لمتابعة الأحداث الدينية بصورة جيدة وتدبر ما يقال من أحكام ومعلومات دينية، واتفقت تلك النتيجة مع نتيجة دراسة فاطمة الزهراء أمير (2020) ⁽³¹⁾ التي توصلت إلى أن أعلى الموضوعات التي تتناولها النخب عبر المواقع الإلكترونية تويتر جاءت القضايا السياسية في المرتبة الأولى بنسبة (30%)، ثم المرتبة الثانية جاءت القضايا الاقتصادية بنسبة (28%)، بينما اختلفت تلك النتيجة مع نتيجة دراسة فاطمة الزهراء أمير (2020) ⁽³²⁾ التي توصلت إلى أن أعلى الموضوعات التي تتناولها النخب عبر المواقع الإلكترونية مثل الفيس بوك القضايا الدينية، والتي جاءت بوزن نسبي (72%)، ثم القضايا الاجتماعية بوزن نسبي (24%)، ثم القضايا الثقافية بنسبة (4%)، بينما لم تتناول النخبة أي من القضايا السياسية والاقتصادية.

جدول (6)

يوضح توزيع أفراد العينة حول ساعات التصفح اليومي للمواقع الإلكترونية الصحفية لدى النخبة

النسبة المئوية	التكرار	ساعات التصفح اليومي
50.25%	201	من ساعتين فأكثر
38.75%	155	من ساعة إلى أقل من ساعتين
11%	44	أقل من ساعة
100%	400	الإجمالي

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول ساعات التصفح اليومي للمواقع الإلكترونية الصحفية لدى النخبة؛ ففي الترتيب الأول من ساعتين فأكثر بنسبة 50.25٪، وفي الترتيب الثاني من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة 38.75٪، وفي الترتيب الثالث أقل من ساعة بنسبة 11٪.

يتبين مما سبق أن معدل تصفح النخبة للمواقع الإلكترونية ما بين ساعتين وأكثر، وهي نسبة مرتفعة وإن دلت على شيء فإنما تدل على التصفح المنتظم للمواقع الصحفية؛ مما يؤكد اعتماد النخبة على المواقع الإلكترونية الصحفية بصورة كبيرة في معرفة الأحداث اليومية، كما ترجع تلك النتيجة إلى توفر شبكات الإنترنت عبر التليفون المحمول، بكفاءة، وفي كل مكان بجمهورية مصر العربية، الأمر الذي يجعل هناك سهولة في اطلاع النخبة على المعلومات في أي وقت، وبأي مكان، بسرعة بمجرد الاتصال بالإنترنت، وقد اختلفت نتيجة الدراسة مع نتيجة دراسة إبراهيم علي بسيوني (2021) (33)، التي توصلت إلى أن أعلى نسبة من عينة الدراسة يتابعون الصحف الإلكترونية المصرية من ساعة إلى ساعتين يومياً بنسبة (77.2٪)، ثم من ساعتين إلى ثلاث ساعات يومياً بنسبة (12.4٪)، ثم فئة من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات بنسبة (6.1٪) ثم فئة من أربع ساعات إلى خمس ساعات بنسبة (4.3٪)، كما تختلف تلك النتيجة مع نتيجة دراسة إبراهيم حسن المرسي التوام (2016) (34)، التي توصلت إلى أن المرتبة الأولى لمعدل الاستخدام كانت أقل من ساعة بنسبة مئوية (41.5٪)، وفي المرتبة الثانية من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة (38.8٪).

جدول (7)

يوضح توزيع أفراد العينة حول دوافع تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية (أكثر من استجابة ن=400)

النسبة المئوية	التكرار	دوافع تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية
95	380	اكتساب المعرفة عن الأحداث العربية والدولية
77.5	310	البحث عن الأخبار
87.5	350	التواصل مع النخب الأخرى
62.5	250	تعودت على التصفح
73.75	295	الحصول على الأخبار وقت وقوعها
68.75	275	زيادة معلوماتي حول مختلف القضايا

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول دوافع تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية؛ ففي الترتيب الأول اكتساب المعرفة عن الأحداث العربية والدولية بنسبة 95%، وفي الترتيب الثاني التواصل مع النخب الأخرى بنسبة 87.5%، وفي الترتيب الثالث البحث عن الأخبار بنسبة 77.5%، وفي الترتيب الرابع الحصول على الأخبار وقت وقوعها بنسبة 73.75%، وفي الترتيب الخامس زيادة معلوماتي حول مختلف القضايا بنسبة 68.75%، وفي الترتيب السادس تعودت على التصفح بنسبة 62.5%، وترجع تلك النتيجة إلى طبيعة التكوين الفكري للنخبة، فهم أكثر بحثاً عن المعلومات الجديدة السريعة الصادقة للعمل على سرعة تكوين خلفية معلوماتية عن الموضوع قيد التناول، ومن ثم تكوين رأي حول تلك الموضوع، من خلال سلسلة من النقاشات عبر تلك المواقع مع النخب الأخرى واستعراض كل منهم لرأيه حول الموضوع، بالإضافة إلى بحث النخبة باستمرار للاطلاع على كل ما هو جديد من أخبار ومعلومات تظهر على سطح الأحداث، والبحث عن معلومات لتكوين رؤية وخلفية واضحة حول تلك الموضوعات، وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة عبد الصادق حسن (2016) (35)، التي توصلت إلى أن أهم دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الحصول على المعلومات، بمتوسط حسابي (1.89)، ثم المشاركة في الأنشطة المختلفة بمتوسط حسابي (1.71)، والإفادة من المقالات والأحاديث المنشورة، بمتوسط حسابي (1.48).

جدول (8)

يوضح توزيع أفراد العينة حول ما تهتم به النخبة عند متابعة المواقع الإلكترونية الصحفية (ن=400)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
العناوين	375	93.75
الصور والفيديوهات	190	47.5
الموضوع بالكامل	348	87
الأكثر قراءة	284	71
المقدمات	275	68.75

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول ما تهتم به النخبة عند متابعة المواقع الإلكترونية الصحفية؛ ففي الترتيب الأول العناوين بنسبة 93.75%، وفي الترتيب الثاني الموضوع بالكامل بنسبة 87%، وفي الترتيب الثالث المقدمات بنسبة 68.75%، وفي

الترتيب الرابع الأكثر قراءة بنسبة 71٪، وفي الترتيب الخامس الصور والفيديوهات بنسبة 47.5٪. وهذا يؤكد توجه النخبة للقراءة السريعة للأخبار، إضافة إلى أن أخبار المواقع الإلكترونية هي عبارة عن معلومات سريعة حول الحدث نظراً للطبيعة الإخبارية التي تتميز بها المواقع، إضافة إلى أن النخبة تسعى لتكوين رؤية واضحة عن الخبر من أكثر من موقع إلكتروني، الأمر الذي يجعلهم يبحثون عن الخبر في كل المواقع، ويطلعون على الخبر من جميع الزوايا ووجهات النظر، لسرعة تكوين رؤية واضحة حول مصداقيته، ومن ثم تحليله بصورة أكثر موضوعية، وبيان آثاره وما يترتب عليه من أحداث، وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة إبراهيم حسن المرسي التوام (2016) (36)، التي توصلت إلى أن النخبة عند تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية تقوم بقراءة العناوين في المرتبة الأولى بنسبة (29٪)، ثم العناوين والمقدمات في المرتبة الثانية بنسبة (24.7٪)، بينما اختلفت مع دراسة إلهام يونس أحمد (2021) (37)، التي توصلت إلى أن قراءة العناوين وتصفح الصور والفيديوهات حصلت على وزن نسبي (85.9٪)، ثم جاءت متابعة الأخبار الأكثر قراءة في المركز الثاني بنسبة (82.2٪)، يليها قراءة العناوين والمقدمات، والتي حصلت على وزن نسبي بنسبة (80.8٪).

جدول (9)

يوضح توزيع أفراد العينة حول مدى اعتماد النخبة على المواقع الإلكترونية الصحفية كمصدر أساسي للأخبار

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	225	56.25٪
أحياناً	95	23.75٪
نادراً	80	20٪
الإجمالي	400	100٪

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول مدى اعتماد النخبة على المواقع الإلكترونية الصحفية كمصدر أساسي لأخبار؛ ففي الترتيب الأول دائماً بنسبة 56.25٪، وفي الترتيب الثاني أحياناً بنسبة 23.75٪، وفي الترتيب الثالث نادراً بنسبة 20٪.

يؤكد الجدول السابق اعتماد النخبة بشكل كبير على مواقع الصحف للحصول على المعلومات في محاولة للتعرف على الأخبار الصحيحة والمعلومات الدقيقة؛ من أجل المعرفة والوعي والإدراك للواقع المحيط والإحاطة الشاملة بالأحداث الجارية، ومن ثم تكوين خلفية موضوعية عن الموضوعات تؤهلهم للتحدث حولها وإبداء آرائهم بموضوعية فيها، وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة عبد الصادق حسن (2016) (38) التي توصلت إلى أن المبحوثين يتوزعون تبعاً لمدى استخدامهم للمواقع الإلكترونية والصحف الخاصة المصرية إلى دائماً بنسبة (76.4%)، وغالباً بنسبة (38%)، وأحياناً بنسبة (17%)، ونادراً بنسبة (4.33%).

جدول (10)

يوضح توزيع أفراد العينة حول اعتماد النخبة على المواقع الإلكترونية الصحفية عند متابعة الأحداث في

مصر

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
مرتفع	210	52.5%
متوسط	105	26.25%
منخفض	85	21.25%
الإجمالي	400	100%

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول اعتماد النخبة على المواقع الإلكترونية الصحفية عند متابعة الأحداث في مصر؛ ففي الترتيب الأول مرتفع بنسبة 52.5%، وفي الترتيب الثاني متوسط بنسبة 26.25%، وفي الترتيب الثالث منخفض بنسبة 21.25%.

يؤكد الجدول السابق أن المواقع الإلكترونية واحدة من المصادر التي تعتمد النخبة من الجمهور عليها للحصول على المعلومات عن الأحداث المختلفة، حيث تقوم هذه المعلومات بدور رئيس في تكوين وتغيير الاتجاهات، بالإضافة إلى تشكيل رؤية الفرد والمجتمع تجاه القضايا والأحداث والقدرة على تحليلها، ومن ثم تمكن النخبة من إبداء آرائهم حول تلك الموضوعات بصورة موضوعية تخاطب الواقع وتعرض الخبر من كل

الزوايا، ومن ثم تفسيره بصورة منطقية وأكثر علمية، وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة إسراء الغزالي (2019) (39)، التي توصلت إلى أن نسبة اعتماد النخبة على المواقع الإلكترونية جاءت مرتفعة بنسبة (51.3%)، ومتوسطة بنسبة (42%)، ومنخفضة بنسبة (6.7%).

جدول (11)

يبين الإشباعات المتحققة من متابعة المبحوثين للمواقع الإلكترونية الصحفية في نشر ثقافة المواطنة

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط	درجة الموافقة			م	الإشباعات المتحققة من متابعة المواقع الإلكترونية لقضايا المواطنة
			معارض	محايد	موافق		
5	0.8496	2.5050	296	10	94	ك	أصبحت أكثر معرفة بحقوق الإنسان
			74.0	2.5	23.5		
10	0.8583	2.4875	292	11	97	ك	جعلتني أكثر معرفة بواقع مجتمعي الاجتماعي والسياسي والتاريخي.
			73.0	2.8	24.3		
18	0.5309	2.3825	162	229	9	ك	كونت لدى القدرة على الرؤية النقدية للمشكلات المجتمعية
			40.5	57.3	2.3		
15	0.8575	2.4600	281	22	97	ك	وسعت مداركاتي بأبعاد الحرية الوطنية.
			70.3	5.5	24.3		
3	0.8405	2.5175	298	11	91	ك	عرفتني بأبعاد العدالة الاجتماعية
			74.5	2.8	22.8		
1	0.6342	2.6175	280	87	33	ك	أسهمت في اطلاعي على الدور الرائد لبلدي في محيطها الإقليمي والدولي
			70.0	21.8	8.3		
17	0.7773	2.4525	252	77	71	ك	أصبحت أكثر معرفة بواجباتي ومسئولياتي تجاه وطني
			63.0	19.3	17.8		
2	0.7286	2.5200	264	80	56	ك	أكسبتني إطارا فكريا عاما بأبعاد الهوية الوطنية.
			66.0	20.0	14.0		
13	0.7655	2.4775	258	75	67	ك	عرفتني بالأدوار التي تبذلها المؤسسات المجتمعية لنشر ثقافة المواطنة.
			64.5	18.8	16.8		
19	0.8463	2.3750	246	58	96	ك	وسعت مداركاتي بمخاطر انتشار الطائفية المجتمعية
			61.5	14.5	24.0		
16	0.7712	2.4575	252	79	69	ك	أشعرتني أنني جزء أساسي من المجتمع الذي أعيش فيه
			63.0	19.8	17.3		
20	0.8401	2.2975	218	83	99	ك	أكسبتني إخلاصا وحبًا شديدًا للوطن.
			54.5	20.8	24.8		
8	0.7425	2.4925	257	83	60	ك	دفعتني للدفاع عن وطني تجاه أي متعصب
			64.3	20.8	15.0		
11	0.7491	2.4850	256	82	62	ك	أشعرتني بالفخر والاعتزاز بمصريتي
			64.0	20.5	15.5		
14	0.7522	2.4750	253	84	63	ك	زادت من قدرتي على التصور الكلي للبيئة الاجتماعية المحيطة بي
			63.3	21.0	15.8		

م	الإشباع المتحقق من متابعة المواقع الإلكترونية لقضايا المواطنة	درجة الموافقة			الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط
		موافق	محايد	معارض			
16-	أكسبتي احترام الدستور والقانون.	ك	60	84	256	0.7425	2.4900
		%	15.0	21.0	64.0		
17-	عززت قدرتي على ممارسة الديمقراطية	ك	108	198	94	0.7107	1.9650
		%	27.0	49.5	23.5		
18-	أتحاور بحرية مع الآخرين	ك	192	123	85	0.7890	1.7325
		%	48.0	30.8	21.3		
19-	دفعنتي للمشاركة في الحراك السياسي بمجمعي	ك	96	206	98	0.6973	2.0050
		%	24.0	51.5	24.5		
20-	جعلتني أحافظ على الموروث الثقافي والحضاري لوطني.	ك	96	209	95	0.6919	1.9975
		%	24.0	52.3	23.8		
21-	جعلتني أحافظ على مقدرات وثروات وطني	ك	65	71	264	0.7592	2.4975
		%	16.3	17.8	66.0		
22-	أشارك في رفع الوعي السياسي ومعارضة الفساد.	ك	64	79	257	0.7557	2.4825
		%	16.0	19.8	64.3		
23-	دفعنتي للمشاركة في عملية التنمية والإصلاح.	ك	60	76	264	0.7425	2.5100
		%	15.0	19.0	66.0		
24-	دفعنتي للتمسك بالمعايير والنظم الاجتماعية المصرية.	ك	63	76	261	0.7526	2.4950
		%	15.8	19.0	65.3		

يتضح من الجدول السابق: أن الإشباع المتحقق من متابعة المواقع الإلكترونية لقضايا المواطنة، تتمثل فيما يلي: جاءت الفقرة "أسهمت في اطلاعي على الدور الرائد لبلدي في محيطها الإقليمي والدولي" في المرتبة الأولى بين الإشباع المتحقق لدى عينة الدراسة بوزن نسبي 2.6175، وفقرة "أكسبتي إطاراً فكرياً عاماً بأبعاد الهوية الوطنية" في المرتبة الثانية بوزن نسبي 2.52، يعقبها فقرة "عرفتني بأبعاد العدالة الاجتماعية" في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 2.5175، ثم فقرة "جعلتني أحافظ على الموروث الثقافي والحضاري لوطني" في المرتبة الثانية والعشرين بوزن نسبي 1.9975، ثم فقرة "عززت قدرتي على ممارسة الديمقراطية" في المرتبة الثالثة والعشرين بوزن نسبي 1.965، ثم فقرة "أتحاور بحرية مع الآخرين" في المرتبة الرابعة والعشرين والأخيرة بوزن نسبي 1.7325.

من خلال عرض النتائج السابقة يتضح أن النخبة تتوجه إلى المواقع الإلكترونية بغرض البناء المعرفي، والوجداني، أكثر من المكون السلوكي، الأمر الذي يرجع إلى طبيعة تكوين عقلية النخبة، وفهم أكثر بحثاً عن المعلومات الصادقة، والصحيحة حول الخبر،

والتفكير بعمق فيها للوصول إلى نتائج صحيحة حولها؛ الأمر الذي يجعلهم أكثر تعايشاً مع الأخبار، وإدراك الحقائق حولها، ومعرفة الآراء المختلفة ووجهات النظر المتباينة حول الخبر، وذلك بهدف اكتساب معارف وسلوكيات تساعدهم في اتخاذ حكم صحيح حول الخبر. وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة إلهام يونس أحمد (2021) (40)، حيث أكدت على ارتفاع المكون المعرفي الناتج عن المواقع الإلكترونية، حيث جاء بوزن نسبي (92.4%)، ثم الدافع الوجودي بنسبة (88%)، والمكون السلوكي بنسبة (76.75%).

جدول (12)

يوضح توزيع أفراد العينة حول مدى الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحفية في متابعة قضايا المواطنة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
بدرجة كبيرة	230	57.5%
بدرجة متوسطة	100	25%
بدرجة ضعيفة	70	17.5%
الإجمالي	400	100%

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول مدى الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحفية في متابعة قضايا المواطنة؛ ففي الترتيب الأول بدرجة كبيرة بنسبة 57.5%، وفي الترتيب الثاني بدرجة متوسطة بنسبة 25.0%، وفي الترتيب الثالث بدرجة ضعيفة بنسبة 17.5%.

وترجع تلك النتيجة إلى انتشار المواقع الإلكترونية، ومتابعتها لكافة الأحداث والقضايا المهمة ومنها قضية المواطنة، واهتمامها بشكل كبير بعرض وتحليل الأحداث الوطنية التي تبعث حالة من التعايش مع المجتمع المصري، ومن ثم الإحساس بالولاء والانتماء للوطن، وتختلف تلك النتيجة مع نتيجة دراسة عهد ماهر موسى (2019) (41)، والتي توصلت إلى أن نسبة اعتماد العينة على الصحف الإلكترونية في متابعة قضايا المواطنة أحياناً بنسبة (39.6%)، ثم دائماً بنسبة (37.6%)، ثم نادراً بنسبة (22.8%).

جدول (13)

يوضح توزيع أفراد العينة حول قضايا المواطنة كما تراها النخبة

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	المتغيرات
7	52.5%	210	الحق في الحياة الكريمة
6	52.75%	211	حق الإنسان في التعبير عن رأيه
5	55%	220	المشاركة في التنمية والإصلاح
4	66.25%	265	الحق في المشاركة السياسية
3	76.25%	305	العدالة الاجتماعية
1	97.5%	39	تعزيز الديمقراطية
2	80%	320	ممارسة المرأة لحقوقها
8	48.75%	195	الانتماء

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول قضايا المواطنة كما يراها النخبة؛ ففي الترتيب الأول تعزيز الديمقراطية بنسبة 97.5%، وفي الترتيب الثاني ممارسة المرأة لحقوقها بنسبة 80%، وفي الترتيب الثالث العدالة الاجتماعية بنسبة 76.25%، وفي الترتيب الرابع الحق في المشاركة السياسية بنسبة 66.25%، وفي الترتيب الخامس المشاركة في التنمية والإصلاح بنسبة 55%، وفي الترتيب السادس حق الإنسان في التعبير عن رأيه بنسبة 52.75%، وفي الترتيب السابع الحق في الحياة الكريمة بنسبة 52.5%، وفي الترتيب الثامن الانتماء بنسبة 48.75%. وتشير تلك النتيجة إلى اهتمام المواقع الإلكترونية برفع وعي الجمهور بالديمقراطية، والعمل على بناء وعي جمعي لدى الجمهور بأهميتها، وسبل اكتسابها، لتسهم في بناء مجتمع متماسك يعرف أبنائه مآلهم من حقوق، وما عليهم من واجبات، كما توصل تلك النتيجة لدور المرأة الفعال بالمجتمع فهي ركن أصيل في بناء المجتمع وعليها يقوم المجتمع وينهض، ولا يمكن أن يتم ذلك إلا برفع وعي المجتمع بحقوق المرأة ودورها الكبير في النهوض بالمجتمع؛ فهي الأم، والأخت، والزوجة، والابنة، كما تشير تلك النتيجة إلى اهتمام المواقع الإلكترونية بترسيخ أفكار ثورة 25 يناير، والتي كانت تقوم على ثلاثة مبادئ حاكمة: عيش، حرية، عدالة اجتماعية، الأمر الذي يدفع تلك المواقع إلى معالجة موضوع العدالة الاجتماعية، وبيان آثارها على أرض الواقع، ومتابعة كل جديد عنها، كما تهتم المواقع الإلكترونية بالمشاركة السياسية كونها

رکنًا أساسيًا في عملية الحراك السياسي الذي تعرضت له مصر في الفترة الأخيرة، الأمر الذي دفع كثير من المواقع إلى دعم الجمهور للمشاركة في كافة الاستحقاقات السياسية في الفترة السابقة من الاستحقاقات الدستورية إلى الانتخابات السياسية، سواء انتخابات رئيس الجمهورية أو الانتخابات البرلمانية، كما تهتم الصحف بوضع الجمهور أمام موضوعات التنمية والإصلاح، نتيجة الحراك التنموي والاقتصادي الكبير في الفترة الأخيرة من تطوير مشروعات كبيرة كتوسيع قناة السويس، وبناء العاصمة الإدارية الجديدة، وتحديث شبكة النقل والمواصلات، ومشروع المليون فدان، الأمر الذي دفع المواقع الإلكترونية إلى متابعة تلك الموضوعات وتناولها؛ لتعطي دفعة إيجابية للقارئ، وتضعه أمام حجم التحديات التي تقع على عاتق الحكومة، وتكون لديه رؤية جمعية عن حجم الإنجازات في الفترة الأخيرة، كما ترجع تلك النتيجة إلى الدور الفعال لتلك المواقع في دفع الجمهور إلى إبداء رأيه بحرية تامة حول الموضوعات والقضايا المطروحة، ووضعه أمام حرية المطالبة بحقوقه، خاصة حقه في العيش عيشة كريمة، كما تأتي تلك النتيجة من ارتباط معظم الأخبار والمعلومات التي تعرضها تلك المواقع ببعض المناسبات الوطنية التي تنمي الولاء والانتماء في الجمهور، وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة وضحة أحمد جاسم محمد (2020) ⁽⁴²⁾، التي توصلت إلى أن أهم قضايا المواطنة كما تراها عينة الدراسة؛ ففي المرتبة الأولى الولاء والانتماء بمعدل (2.78)، ثم المساواة بمعدل (2.76)، ثم الحقوق والواجبات بمعدل (2.67)، ثم المشاركة في العمل الوطني بمعدل (2.46).

جدول (14)

يوضح توزيع أفراد العينة حول مدى ثقة النخبة في المواقع الإلكترونية المصرية حول قضايا المواطنة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
مرتفع	195	48.75%
متوسط	150	37.5%
منخفض	55	13.75%
الإجمالي	400	100%

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول مدى ثقة النخبة في المواقع الإلكترونية المصرية حول قضايا المواطنة؛ ففي الترتيب الأول مرتفع بنسبة 48.75%،

وفي الترتيب الثاني متوسط بنسبة 37.5٪، وفي الترتيب الثالث منخفض بنسبة 13.75٪. وتشير تلك النتيجة إلى ارتفاع مصداقية ما تقدمه المواقع الإلكترونية من أخبار حول فكرة المواطنة، ومعالجتها بصورة موضوعية تمتاز بالشفافية، وانطلاق تلك الصحف من قاعدة راسخة هي المحافظة على الوطن، وزيادة توعية المواطن بقضايا ومشكلات وطنه، وبحقوقه وواجباته نحوه، وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة إسراء الغزالي (2019) (43)، التي توصلت إلى أن ثقة أفراد العينة في المواقع الإلكترونية جاءت متوسطة بنسبة (56.7٪)، ثم مرتفعة بنسبة (24٪)، ثم منخفضة بنسبة (19.3٪).

جدول (15)

يوضح توزيع أفراد العينة حول تقييم النخبة للموضوعية والحيادية التي تتمتع بها المواقع حول قضايا المواطنة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
منخفضة	100	25٪
متوسطة	115	28.75٪
مرتفعة	185	46.25٪
الإجمالي	400	100٪

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول تقييم النخبة للموضوعية والحيادية التي تتمتع بها المواقع حول قضايا المواطنة؛ ففي الترتيب الأول مرتفعة بنسبة 46.25٪، وفي الترتيب الثاني متوسطة بنسبة 28.75٪، وفي الترتيب الثالث منخفضة بنسبة 25٪. وتشير تلك النتيجة إلى الحرفية المهنية التي باتت سمة تتميز بها معظم المواقع الإلكترونية؛ لاعتمادها على شبكة من المراسلين المتخصصين في معالجة الخبر، والبحث عن جميع جوانبه، وعرضه بصورة أكثر موضوعية، الأمر الذي أعطى للمتابع ثقة في معالجة القضايا دون محاباة، كما ترجع ذات النتيجة إلى انتشار المواقع الإلكترونية، وسهولة الحصول عليها، الأمر الذي جعل جميع المواقع تلتزم الحيادية والموضوعية لجذب الجمهور إليها، وتختلف تلك النتيجة مع نتيجة دراسة عبد الصادق حسن (2016) (44)،

التي توصلت إلى أن الموضوعات غير صادقة بنسبة (46.69%)، وصادقة بنسبة (27.53%)، وصادقة إلى حد ما بنسبة (24.74%).

جدول (16)

يوضح توزيع أفراد العينة حول تفاعل النخبة مع الأخبار المنشورة عن المواطنة في المواقع الإلكترونية الصحفية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
التعليق أو الرد	140	35%
التواصل مع ناقل أو كاتب الخبر	85	21.25%
مشاركة الخبر	175	43.75%
الإجمالي	400	100%

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول تفاعل النخبة مع الأخبار المنشورة عن المواطنة في المواقع الإلكترونية الصحفية؛ ففي الترتيب الأول مشاركة الخبر بنسبة 43.75%، وفي الترتيب الثاني التعليق أو الرد بنسبة 35%، وفي الترتيب الثالث التواصل مع ناقل أو كاتب الخبر بنسبة 21.25%. وترجع تلك النتيجة إلى سهولة مشاركة النخبة للخبر والتعليق عليه، فالأمر لا يتعدى الضغط على زر المشاركة عبر موقع التواصل الاجتماعي، فيصبح القارئ مشاركاً للخبر، والضغط على لوحة المفاتيح للتعليق على الخبر، كما أن التواصل مع كاتب الخبر أصبح أكثر سهولة لوجود تقنيات تواصل حديثة تسمح بذلك كما سنجر وواتس آب، وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة خلود عبد الله محمد (2017) (45)، التي تبين أن حق الرد مكفول للمتابعين للمواقع الإلكترونية بنسبة (34.32%).

جدول (17)

يوضح توزيع أفراد العينة حول مناقشة النخبة لقضايا المواطنة مع الآخرين

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	180	45%
أحياناً	135	33.75%
نادراً	85	21.25%
الإجمالي	400	100%

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول مناقشة النخبة لقضايا المواطنة مع الآخرين؛ ففي الترتيب الأول دائماً بنسبة 45%، وفي الترتيب الثاني أحياناً بنسبة

33.75٪، وفي الترتيب الثالث نادراً بنسبة 21.25٪. وترجع تلك النتيجة إلى سهولة التواصل مع تلك المواقع لمناقشة الخبر، فالأمر لا يتعدى التعليق على الخبر، ومن ثم تبادل المناقشة حوله عبر آليات التواصل الحديثة، وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة وليد عبد الفتاح عبد الفتاح (2017) ⁽⁴⁶⁾، التي توصلت إلى أن أهم القوالب الفنية التي تفضلها النخبة لمناقشة قضايا المواطنة هي المناقشة بنسبة (77.7٪).

جدول (18)

يوضح توزيع أفراد العينة حول سبل نشر ثقافة المواطنة من وجهة نظر النخبة (ن=400)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
ترسيخ قيم الإخاء والمساواة بين أبناء العقائد المختلفة	299	74.75٪
التعريف بحقوق المواطنة	349	87.25٪
التوعية الدينية المعتدلة	216	54٪
إرساء العدالة الاجتماعية	201	50.25٪
مشاركة منظمات حقوق الإنسان	314	78.5٪

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حول سبل نشر ثقافة المواطنة من وجهة نظر النخبة؛ ففي الترتيب الأول التعريف بحقوق المواطنة بنسبة 87.25٪، وفي الترتيب الثاني مشاركة منظمات حقوق الإنسان بنسبة 78.5٪، وفي الترتيب الثالث ترسيخ قيم الإخاء والمساواة بين أبناء العقائد المختلفة بنسبة 74.75٪، وفي الترتيب الرابع التوعية الدينية المعتدلة بنسبة 54٪، وفي الترتيب الأخير إرساء العدالة الاجتماعية بنسبة 50.25٪. وتشير تلك النتيجة إلى وعي النخبة من أفراد العينة بأهمية التعريف بحقوق المواطن، فهي الخطوة الأولى في النهوض بوطنه، عن طريق الالتزام بتلك الحقوق والعمل على القيام بها، كما تشير تلك النتيجة إلى الدور الحيوي والمهم لمنظمات حقوق الإنسان في التوعية بثقافة المواطنة، عن طريق الندوات وبرامج التوعية الشاملة للمواطنين بحقوقهم، بالإضافة إلى ضرورة العمل على المحافظة على الوحدة الوطنية بين أبناء المجتمع عبر ترسيخ قيم الإخاء والمساواة بين أبناء العقائد المختلفة، فهم أبناء وطن واحد يتمتعون بنفس الحقوق ويقع عليه تجاه الوطن نفس الواجبات، بالإضافة إلى وعي النخبة بأن التوعية الدينية المعتدلة هي السبيل الوحيد لنبذ العنف والتعصب المذهبي، وتقبل الآخر، واستيعابه عبر الوطن، بالإضافة إلى أن السبيل الوحيد لزيادة الانتماء للوطن هو

تحقيق عدالة اجتماعية بين جميع طبقات وطوائف المجتمع الأمر الذي يكون حالة إيجابية من الانتماء والولاء للوطن، وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة وضحة أحمد جاسم محمد (2020) (47)، التي توصلت إلى أن ترتيب أبعاد تعزيز المواطنة جاء على النحو التالي: في المرتبة الأولى الولاء والانتماء بمتوسط حسابي (2.78)، والمساواة بين أبناء المجتمع بمتوسط حسابي (2.76)، والتعريف بالحقوق والواجبات بمتوسط حسابي (2.67)، ثم المشاركة في العمل الوطني بمتوسط حسابي (2.46)، كما اتفقت مع دراسة عبد الصادق حسن (2016) (48)، التي توصلت إلى أن أهم سبل نشر ثقافة المواطنة وتعزيزها الالتزام بالقوانين والأنظمة بمتوسط حسابي (2.50)، واحترام القانون بمتوسط حسابي (2.37)، والمشاركة في إدارة شؤون المجتمع بمتوسط حسابي (1.56).

نتائج اختبار صحة فروض الدراسة:

الفرض الأول- توجد علاقة ارتباطية بين مستوى تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة:

جدول (19)

يوضح دلالة العلاقة بين مستوى تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة

الدلالة	معامل الارتباط	المتغيرات	
0.00001 دالة	0.647**	إدراكهم مستوى نشر ثقافة المواطنة	مستوى تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين مستوى تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة، حيث إن قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0.647 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.00001. وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الأول بوجود علاقة ارتباطية بين مستوى تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة، حيث تسهم النخبة بشكل كبير في نشر ثقافة المواطنة من خلال

توعية المراحل العمرية المختلفة بمفهوم المواطنة بطريقة محببة، ونشر ثقافة حرية التعبير الملتزمة والمشاركة العادلة والواعية للجميع، والتضامن بين المواطنين القائم على التمكين والتقدم لا على الوصاية، ومن ثم تتحقق الحرية السياسية في علاقتها بالعدالة الاجتماعية، كما تشارك النخبة في التوعية بقضايا المواطنة وأبعادها لدورهم الحيوي الكبير في النهوض بالمجتمع عبر رفع وعي المواطن بحقوقه التي يجب الحصول عليها، وواجباته التي يجب أن يقوم بها تجاه المجتمع، وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة وضحة أحمد جاسم محمد (2020) (49)، التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية بين إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز ثقافة المواطنة لدى أفراد العينة.

الفرض الثاني- توجد علاقة ارتباطية بين مدى الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحفية في متابعة قضايا المواطنة وإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة.

جدول (20)

يوضح دلالة العلاقة بين مدى الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحفية في متابعة قضايا المواطنة وإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة

الدلالة	معامل الارتباط	المتغيرات	
دالة 0.00001	0.725**	إدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة	مدى الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحفية في متابعة قضايا المواطنة

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين مدى الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحفية في متابعة قضايا المواطنة وإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة، حيث إن قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0.725 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.00001؛ وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثاني بوجود علاقة ارتباطية بين مدى الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحفية في متابعة قضايا المواطنة وإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة. وتشير النتائج أن الإعلام الإلكتروني أتاح مساحة من الحرية في تناول قضايا المواطنة وهو ما يؤكد أن قوة الدولة لا تقاس فقط بقدراتها العسكرية، ولكن أساساً بقدرتها على تنفيذ السياسات العامة التي توفر الخدمات الأساسية للمواطنين، وقدرتها على توزيع الأدوار مع المجتمع

المدني، بما يزيد المشاركة، ويحقق متطلبات المواطنة السياسية والاجتماعية، وبقدرتها على تمكين المواطنين من التعايش السلمي عبر وطن آمن يتمتع فيه أبنائه بحقوقهم التي يكفلها لهم القانون، ويوفر لهم متطلبات العيش بحرية، ويشعرون داخل مجتمعهم بعدالة اجتماعية، وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة وليد عبد الفتاح عبد الفتاح (2017) (50)، التي توصلت إلى وجود علاقة طردية ضعيفة بين درجات زيادة درجة الاعتماد ومتابعة الموضوعات المتعلقة بالمشاركة السياسية لدعم المواطنة، كما تتفق مع ذات الدراسة التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين اعتماد عينة الدراسة على الصحف الإلكترونية وترسيخ مفهوم المواطنة.

الفرض الثالث- توجد فروق ذات دلالة بين النخب السياسية والدينية والأكاديمية والإعلامية، فيما يتعلق بإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة في المجتمع العربي.

جدول (21)

اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه لدلالة الفروق بين النخب السياسية والدينية والأكاديمية والإعلامية، فيما يتعلق بإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة في المجتمع العربي.

النخب	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ف	الدلالة
النخب السياسية	100	43.50	5.39	3.824	0.005
النخب الدينية	100	46.82	4.40		
النخب الأكاديمية	100	48.81	8.80		
النخب الإعلامية	100	49.17	5.56		

من نتائج الجدول السابق وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين النخب السياسية والدينية والأكاديمية والإعلامية، فيما يتعلق بإدراكهم لمستوى نشر ثقافة المواطنة في المجتمع العربي لصالح النخب الإعلامية بمتوسط حسابي قيمته (49.17)، ثم النخب الأكاديمية بمتوسط حسابي قيمته (48.81)، ثم النخب الدينية بمتوسط حسابي قيمته (46.82)، ثم النخب السياسية بمتوسط حسابي قيمته (43.50). وترجع تلك النتيجة إلى تمتع النخب الإعلامية برؤية ومهنية عالية تمكنهم من إدراك سبل نشر ثقافة المواطنة عبر المواقع الإلكترونية بصورة أكثر كفاءة لمعرفةهم بآليات المعالجة الإعلامية

لتلك القضية، وتأتي النخب الأكاديمية في المرتبة الثانية لما يتمتعون به من بناء أكاديمي قوي يمكنهم من استكشاف آليات تعزيز المواطنة ونشرها عبر المواقع الإلكترونية، وتأتي النخب الدينية في المرتبة الثالثة لما تتمتع به من إعداد ديني عبر مؤسسات دينية تبني العقل وتكسب النخبة الدينية عقلية واعية تمكنهم من إدراك مستوى نشر ثقافة المواطنة بصورة عالية، وتأتي النخب السياسية في المرتبة الأخيرة لإدراكهم أبعاد الحقوق التي تكفلها الدولة لمواطنيها، والواجبات التي تجب على الجمهور أن يقوم بها، وتختلف تلك النتيجة مع نتيجة دراسة أمال حسن محمد (2017) (51)، التي توصلت إلى عدم وجود فروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة على مقياس الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في مواجهة الظواهر التي تحد من المواطنة كالتطرف والإرهاب.

الفرض الرابع-توجد فروق ذات دلالة بين النخب السياسية والدينية والأكاديمية والإعلامية، فيما يتعلق بالمكون المعرفي والوجداني والسلوكي لاتجاهاتهم نحو دور المواقع الإلكترونية الصحفية في نشر ثقافة المواطنة.

جدول (22)

اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه لدلالة الفروق بين النخب السياسية والدينية والأكاديمية والإعلامية، فيما يتعلق بالمكون المعرفي والوجداني والسلوكي لاتجاهاتهم نحو دور المواقع الإلكترونية الصحفية في نشر ثقافة المواطنة

النخب	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ف	الدلالة
النخب السياسية	100	50.20	10.22	3.778	0.005 دالة
النخب الدينية	100	56.08	11.60		
النخب الأكاديمية	100	59.47	12.44		
النخب الإعلامية	100	62.97	14.99		

من نتائج الجدول السابق وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين النخب السياسية والدينية والأكاديمية والإعلامية، فيما يتعلق بالمكون المعرفي والوجداني والسلوكي لاتجاهاتهم نحو دور المواقع الإلكترونية الصحفية في نشر ثقافة المواطنة لصالح النخب الإعلامية بمتوسط حسابي قيمته (62.97)، ثم النخب الأكاديمية بمتوسط حسابي قيمته (59.47)، ثم النخب الدينية بمتوسط حسابي قيمته (56.08)، ثم النخب

السياسية بمتوسط حسابي قيمته (50.20). وترجع تلك النتيجة إلى ارتباطهم الوثيق بمتابعة المواقع الإلكترونية كجزء من صميم عملهم، الأمر الذي يجعلهم يستفيدون أكثر من المعلومات والمعارف التي تعرضها تلك المواقع حول المواطنة، كما أنهم دائماً ما يتعاشون مع الأحداث الوطنية عبر تلك المواقع، ويسعون دائماً إلى تقييم العمل، الأمر الذي يكسبهم تعاشياً وجدانياً وسلوكياً مع تلك المواقع، وتأتي النخب الأكاديمية في المرتبة الثانية كونهم يجدون في تلك المواقع مصدراً مهماً للوقوف على المعلومات الصحيحة والسريعة، فهي تزودهم بالمعلومات التي يحتاجونها حول المواطنة، وتأتي النخب الدينية في المرتبة الثالثة لاحتياجهم الدائم إلى متابعة الموضوعات الوطنية واكتساب معلومات عنها بصورة موضوعية وصادقة كونهم يتصدرون فيما بعد لنشر ثقافة المواطنة وتعزيز العمل بها، وتأتي النخب السياسية في المرتبة الأخيرة لارتباطهم بتلك المواقع للبحث عن معلومات ومعارف تمكنهم من تعزيز مواقفهم السياسية ودعمهم للوطن، وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة محمد سامي صبري (2014)⁽⁵²⁾. التي توصلت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في تشكيل اتجاهاتهم نحو بعض قيم المواطنة.

الخاتمة:

هدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لنشر ثقافة المواطنة في المجتمع المصري، واستعانت الدراسة بنموذج (الاعتماد على وسائل الإعلام) كإطار نظري للدراسة، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف وتحليل موضوع الدراسة وتفسيره؛ بهدف التوصل إلى درجة عالية من الدقة في صياغة النتائج، كما اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي؛ والذي يعد من أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، وتم توظيف هذا المنهج في شقه الميداني، وذلك بمسح عينة قوامها (400) مفردة من النخبة (الأكاديمية، والإعلامية، والسياسية، والدينية)، وكشفت نتائج الدراسة عما يلي:

1- أشارت نتائج الدراسة إلى مستوى تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية؛ ففي الترتيب الأول مرتفع بنسبة 52.25٪، وفي الترتيب الثاني متوسط بنسبة 42٪، وفي الترتيب الثالث منخفض بنسبة 5.75٪.

2- أشارت نتائج الدراسة إلى المواقع الإلكترونية الصحفية التي تحرص النخبة على متابعتها؛ ففي الترتيب الأول اليوم السابع بنسبة 97٪، وفي الترتيب الثاني الوطن بنسبة 89٪، وفي الترتيب الثالث المصري اليوم بنسبة 78.75٪، وفي الترتيب الرابع البوابة نيوز بنسبة 75.25٪، وفي الترتيب الخامس مصراوي بنسبة 61.25٪، وفي الترتيب السادس الأهرام بنسبة 54.75٪.

3- أشارت نتائج الدراسة إلى أسباب تفضيل متابعة تلك المواقع الإلكترونية الصحفية دون غيرها؛ ففي الترتيب الأول تسهم في تكوين خلفية معرفية جيدة بنسبة 33.75٪، وفي الترتيب الثاني تقديم تحليلات وتعليقات جيدة بنسبة 21.25٪، وفي الترتيب الثالث تعرض مختلف الآراء دون التقييد بوجهة نظر واحدة بنسبة 17.5٪، وفي الترتيب الرابع تراعي الصدق والدقة في عرض القضايا بنسبة 16.25٪، وفي الترتيب الخامس تركز على القضايا التي تهم المواطن بنسبة 11.25٪.

4- أشارت نتائج الدراسة إلى الموضوعات المفضل متابعتها في المواقع الإلكترونية الصحفية؛ ففي الترتيب الأول السياسية بنسبة 91.25٪، وفي الترتيب الثاني الأمنية بنسبة 85٪، وفي الترتيب الثالث العلمية بنسبة 77.5٪، وفي الترتيب الرابع الرياضية بنسبة 67٪، وفي الترتيب الخامس الاجتماعية بنسبة 50٪، وفي الترتيب السادس الدينية بنسبة 48.75٪.

5- أشارت نتائج الدراسة إلى ساعات التصفح اليومي للمواقع الإلكترونية الصحفية لدى النخبة؛ ففي الترتيب الأول من ساعتين فأكثر بنسبة 50.25٪، وفي الترتيب الثاني من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة 38.75٪، وفي الترتيب الثالث أقل من ساعة بنسبة 11٪.

6- أشارت نتائج الدراسة إلى دوافع تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية؛ ففي الترتيب الأول اكتساب المعرفة عن الأحداث العربية والدولية بنسبة 95٪، وفي

الترتيب الثاني التواصل مع النخب الأخرى بنسبة 87.5%، وفي الترتيب الثالث البحث عن الأخبار بنسبة 77.5%، وفي الترتيب الرابع الحصول على الأخبار وقت وقوعها بنسبة 73.75%، وفي الترتيب الخامس زيادة معلوماتي حول مختلف القضايا بنسبة 68.75%، وفي الترتيب السادس تعودت على التصفح بنسبة 62.5%.

7- أشارت نتائج الدراسة إلى ما تهتم به النخبة عند متابعة المواقع الإلكترونية الصحفية؛ ففي الترتيب الأول العناوين بنسبة 93.75%، وفي الترتيب الثاني الموضوع بالكامل بنسبة 87%، وفي الترتيب الثالث المقدمات بنسبة 68.75%، وفي الترتيب الرابع الأكثر قراءة بنسبة 71%، وفي الترتيب الخامس الصور والفيديوهات بنسبة 47.5%.

8- أشارت نتائج الدراسة إلى مدى اعتماد النخبة على المواقع الإلكترونية الصحفية كمصدر أساسي للأخبار؛ ففي الترتيب الأول دائماً بنسبة 56.25%، وفي الترتيب الثاني أحياناً بنسبة 23.75%، وفي الترتيب الثالث نادراً بنسبة 20%.

9- أشارت نتائج الدراسة إلى اعتماد النخبة على المواقع الإلكترونية الصحفية عند متابعة الأحداث في مصر؛ ففي الترتيب الأول مرتفع بنسبة 52.5%، وفي الترتيب الثاني متوسط بنسبة 26.25%، وفي الترتيب الثالث منخفض بنسبة 21.25%.

10- أشارت نتائج الدراسة إلى مدى الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحفية في متابعة قضايا المواطنة؛ ففي الترتيب الأول بدرجة كبيرة بنسبة 57.5%، وفي الترتيب الثاني بدرجة متوسطة بنسبة 25%، وفي الترتيب الثالث بدرجة ضعيفة بنسبة 17.5%.

11- أشارت نتائج الدراسة إلى قضايا المواطنة كما يراها النخبة؛ ففي الترتيب الأول تعزيز الديمقراطية بنسبة 97.5%، وفي الترتيب الثاني ممارسة المرأة لحقوقها بنسبة 80%، وفي الترتيب الثالث العدالة الاجتماعية بنسبة 76.25%، وفي الترتيب الرابع الحق في المشاركة السياسية بنسبة 66.25%، وفي الترتيب الخامس المشاركة في التنمية والإصلاح بنسبة 55%، وفي الترتيب السادس حق الإنسان في التعبير عن

رأيه بنسبة 52.75٪، وفي الترتيب السابع الحق في الحياة الكريمة بنسبة 52.5٪، وفي الترتيب الثامن الانتماء بنسبة 48.75٪.

12- أشارت نتائج الدراسة إلى مدى ثقة النخبة في المواقع الإلكترونية المصرية حول قضايا المواطنة؛ ففي الترتيب الأول مرتفع بنسبة 48.75٪، وفي الترتيب الثاني متوسط بنسبة 37.5٪، وفي الترتيب الثالث منخفض بنسبة 13.75٪.

13- أشارت نتائج الدراسة إلى تقييم النخبة للحيادية والموضوعية بالمواقع الإلكترونية حول قضايا المواطنة؛ ففي الترتيب الأول مرتفعة بنسبة 46.25٪، وفي الترتيب الثاني متوسطة بنسبة 28.75٪، وفي الترتيب الثالث منخفضة بنسبة 25٪.

14- أشارت نتائج الدراسة إلى تفاعل النخبة مع الأخبار المنشورة عن المواطنة في المواقع الإلكترونية الصحفية؛ ففي الترتيب الأول مشاركة الخبر بنسبة 43.75٪، وفي الترتيب الثاني التعليق أو الرد بنسبة 30٪، وفي الترتيب الثالث التواصل مع ناقل أو كاتب الخبر بنسبة 21.25٪.

15- أشارت نتائج الدراسة إلى مناقشة النخبة لقضايا المواطنة مع الآخرين؛ ففي الترتيب الأول دائماً بنسبة 45٪، وفي الترتيب الثاني أحياناً بنسبة 33.75٪، وفي الترتيب الثالث نادراً بنسبة 21.25٪.

16- أشارت نتائج الدراسة إلى سبل نشر ثقافة المواطنة من وجهة نظر النخبة؛ ففي الترتيب الأول التعريف بحقوق المواطنة بنسبة 87.25٪، وفي الترتيب الثاني مشاركة منظمات حقوق الإنسان بنسبة 78.5٪ الرابع التوعية، وفي الترتيب الثالث ترسيخ قيم الإخاء والمساواة بين أبناء العقائد المختلفة بنسبة 74.75٪، وفي الترتيب الدينية المعتدلة بنسبة 54٪، وفي الترتيب الأخير إرساء العدالة الاجتماعية بنسبة 50.25٪.

17- ثبوت صحة الفروض التي صاغتها الباحثة بما يتناسب مع متغيرات الدراسة.

مراجع البحث:

أولاً- المراجع العربية:

- (1) زهير ياسين، محمود يوسف، خلف محمد، مدى مصداقية الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية الأردنية لدى جمهور النخبة، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، 565(41)، 2021، ص9.
- (2) نادية محمد عبد الحافظ، اتجاهات النخبة نحو معالجة الإنفوجرافيك للقضايا المجتمعية في المواقع الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 2021م ص103.
- (3) إلهام يونس أحمد، مصداقية المعالجة الإعلامية لقضية سد النهضة الإثيوبي على المواقع الإخبارية الإلكترونية كما يراها الجمهور المصري وتقييم النخبة لها: دراسة كمية-كيفية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 2021م، ص307.
- (4) نوره بنت صالح، مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية السعودية، المركز القومي للبحوث بغزة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2020م، ص60.
- (5) عبد الله محمد عبد الله، واقع تعرض النخبة الأكاديمية الإعلامية العربية للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية والإشباع المتحققة منها، جامعة سرت، كلية الآداب، 2020م، ص36.
- (6) فاطمة الزهراء أمير، أطرم عالجة النخبة الإلكترونية المصرية على شبكاتي فيسبوك وتويتر للقضايا المجتمعية، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المجلة العربية للإعلام والاتصال، 2020م، ص46.
- (7) ريهام محمود أحمد، السلوك الإخباري للنخب المصرية في إطار تعددية المنصات الإخبارية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، 2019م.
- (8) إسراء الغزالي، تعرض النخبة المصرية للبوابة الإلكترونية الإخبارية وعلاقتها بمستوى فاعلية تعاملهم مع الأخبار الزائفة. المعهد الدولي العالي للإعلام، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، 2019 ص90.
- (9) Daniel C. Hallin, Claudia Mellado, (2017) *Serving Consumers, Citizens, or Elites: Democratic Roles of Journalism in Chilean Newspapers and Television News* University of California, San Diego, La Jolla, CA, USA Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Valparaíso, Chile
- (10) أمال حسن محمد الغزوي، اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، 2017، ص95.
- (11) ماجد أحمد أبو مراد، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية أثناء الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة الجامعة الإسلامية، 2016، ص122.
- (12) عبد الله بن عبده بن جردى، تأثير المحتوى الإعلامي الجديد على اتجاهات المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المجلة العربية للإعلام والاتصال، 2021، ص99.
- (13) نبراس صلاح، دور إعلام المواطن في نشر ثقافة السلم المجتمعي بين أطراف المجتمع العراقي: دراسة ميدانية على عينة من جمهور مدينة بغداد أنموذجاً، الجامعة العراقية- مركز البحوث والدراسات الإسلامية، مجلة الجامعة العراقية، 2020، ص94.
- (14) وضحة أحمد جاسم، إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي الكويتي، جامعة عين شمس- كلية الآداب، حوليات آداب عين شمس، 2020، ص108.
- (15) عهد ماهر موسي، دراسة حول دور الصحافة الإلكترونية في تعزيز الانتماء الوطني لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، جامعة عين شمس، كلية الآداب، حوليات آداب عين شمس، 2019، ص523.

- 16) منى بنت عبد العزيز، أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية وعلاقته بالانتماء لدى طالبات الجامعات بالسعودية"، جامعة تعز فرع التربية- دائرة الدراسات العليا والبحث العلمي، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، (39)، 2019، ص87.
- 17) نسرين يسري حشيش، مهارات المواطنة الرقمية اللازمة لتلاميذ مرحلة التعليم الأساسي، جامعة عين شمس- كلية التربية- مركز تطوير التعليم الجامعي، دراسات في التعليم الجامعي، 2018، ص 408.
- 18) Wahl-Jorgensen, Karin, Bennett, Lucy and Taylor, Gregory 2017. The normalization of surveillance and the invisibility of digital citizenship: media debates after the Snowden revelations university of Southern California, Annenberg School for Communication & Journalism. International Journal of Communication 11, pp. 740-762.
- 19) وليد عبد الفتاح عبد الفتاح، "دور الصحف المصرية الإلكترونية في تشكيل الصورة الذهنية لقيم المواطنة لدى الشباب المصري: دراسة ميدانية"، جامعة القاهرة- كلية الإعلام- قسم الصحافة، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 2017، ص91.
- 20) عبد الصادق حسن، اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور المواقع الإلكترونية للصحف الخاصة المصرية في نشر قيم المواطنة: دراسة على عينة من طلاب الجامعات الحكومية المصرية، جامعة الأهرام الكندية، المجلة العربية، 2016، ص215.
- 21) محمد زين عبد الرحمن، مصداقية تناول الإعلام لمشروع قناة السويس الجديدة عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بتدعيم الانتماء الوطني لدى الجمهور، جامعة عين شمس- كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة، 18(96)، 2015، ص59.
- 22) (Nazato Yoshiko, (2002), Credibility of Online Newspapers, (online), available: www.inma.org/Subscribers/Papers/2002-Nocato.pp.3-4.23/8/2015.
- 23) ملفين ل. ديفلير، ساندرا بول- روكيتش: كمال عبد الرؤوف: نظريات وسائل الإعلام، ط2، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1998، ص65.
- 24) منى بنت عبد العزيز، أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية وعلاقته بالانتماء لدى طالبات الجامعات بالسعودية"، جامعة تعز فرع التربية- دائرة الدراسات العليا والبحث العلمي، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، 2019م، ص325.
- 25) عبد الله محمد عبد الله (2020). مرجع سابق، ص43.
- 26) زهير ياسين، محمود يوسف، خلف محمد (2021)، مرجع سابق، ص 565 .
- 27) إلهام يونس أحمد (2021). مرجع سابق، ص 360 .
- 28) إبراهيم حسن التوام (2016) مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية وعلاقتها بالتناظر المعرفي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 15(4)، ص431.
- 29) إبراهيم علي بسيوني (2021). دور الصحافة الإلكترونية المصرية في توعية الجمهور بمخاطر الفتن الطائفية دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، 3(57)، ص1201 .
- 30) حسام على على سلامة (2008). اتجاهات النخبة نحو معالجة القنوات المصرية لقضايا المواطنة، مجلة كلية الآداب، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، (44)، ص89.
- 31) فاطمة الزهراء أمير (2020). مرجع سابق، ص 363 .
- 32) المرجع السابق، ص 356 .
- 33) إبراهيم حسن المرسى التوام (2016). مرجع سابق، ص 430 .
- 34) إبراهيم علي بسيوني (2021). مرجع سابق، ص1200 .

- (35) عبد الصادق حسن (2016). مرجع سابق، ص34.
- (36) إبراهيم حسن المرسي التوام (2016). مرجع سابق، ص433.
- (37) إلهام يونس أحمد (2021). مرجع سابق، ص361.
- (38) عبد الصادق حسن (2016). مرجع سابق، ص31.
- (39) إسراء الغزالي (2019). مرجع سابق، ص200.
- (40) إلهام يونس أحمد (2021). مرجع سابق، ص367.
- (41) عهد ماهر موسى (2019). مرجع سابق، ص533.
- (42) وضحة أحمد جاسم محمد (2020). مرجع سابق، ص331.
- (43) إسراء الغزالي (2019). مرجع سابق، ص203.
- (44) عبد الصادق حسن (2016). مرجع سابق، ص36.
- (45) خلود عبد الله محمد (2017). مدى التزام الصحف السعودية الإلكترونية بالمعايير المهنية الإعلامية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المركز القومي للبحوث، غزة، I(6)، ص115.
- (46) وليد عبد الفتاح عبد الفتاح (2017). مرجع سابق، ص158.
- (47) عبد الصادق حسن (2016). مرجع سابق، ص35.
- (48) وضحة أحمد جاسم محمد (2020). مرجع سابق، ص330.
- (49) المرجع السابق، ص330.
- (50) وليد عبد الفتاح عبد الفتاح (2017). مرجع سابق، ص139.
- (51) أمال حسن محمد الغزالي (2017). مرجع سابق، ص32.
- (52) محمد سامي صبرى (2014). (50)، دور الصحف الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية الانتخابات الرئاسية لعام 2014، مجلة كلية التربية النوعية، جامعة دمياط، ص22.

References

- Yasin, Z., Yousef, M., Muhammad, K. (2021). madaa misdaqiat alsuhuf alwaraqiat walmawaqie al'iiliktruniat al'urduniyat ladaa jumhur alnukhbat, hawliaat aladab waleulum aliajtimaeiati, 565(41), 9.
- Abd Alhafiz, N. (2021). aitiyahat alnukhbat nahw muealajat al'infujrafik lilqadaya almujtamaeiat fi almawaqie al'iiliktruniat alearabiati: dirasat tatbiqiatun, majalat buhuth alealaqat aleamat Alsharq al'awsat, aljameiat Almisria lilealaqat aleamati . 103.
- Ahmed, E. (2021). misdaqiat almuealajat al'ielamiat liqadiat sadi alnahdat al'iithyubii ealaa almawaqie al'iikhbariat al'iiliktruniat kama yaraha aljumhur almisriu wataqyim alnukhbat liha: dirasat kamiyat- kayfiati, jamieat alqahirati, kuliyyat al'ielami, markaz buhuth alraay aleami, almajalat Almisria libuhuth alraay aleama . 307.
- salih, N. (2020). misdaqiat almawaqie alsahafiat al'iiliktruniat ladaa alnukhbat al'akadimiati alsaeudiati, almarkaz alqawmia lilbuhuth bi Ghaza, majalat aleulum al'iinsaniat walijtimaeiati, 60.
- Abd Allah, A. (2020). dawafie taerud alnukhbat al'akadimiati al'ielamiat alearabiat lilmawaqie al'iiliktruniat lilqanawat alfadayiyat al'iikhbariat wal'iishbaeat almutahaqiqat minha, jamieat Sirt, kuliyyat Aladab. 36.
- Alzahra', F. (2020), otor moalagat alnukhbat al'iiliktruniat almisriat ealaa shabakatay fisbuk watawtir lilqadaya almujtamaeiat, aljameiat alsaeudiati lil'ielam walaitisali, almajalat Alearabiat lil'ielam walaitisali, 46.
- Ahmed, R. (2019), alsuluk al'iikhbariu lilmukhab almisriat fi 'iitar taeadudiat alminasaat al'iikhbariati, almaehad alduwaliu aleali lil'ielam bi Alshuruq, majalat albuahuth waldirasat al'ielamiati.
- Alghazali, I. (2019). taerid alnukhbat almisriat lilibawaabat al'iiliktruniat al'iikhbariat waealaqatiha bimustawaa faeiliat taeamulahum mae al'akhbar alzaayifati. almaehad alduwaliu aleali lil'ielami, majalat albuahuth waldirasat Al'ielamia, 90.
- Daniel C. Hallin, Claudia Mellado, (2017) Serving Consumers, Citizens, or Elites: Democratic Roles of Journalism in Chilean Newspapers and Television News University of California, San Diego, La Jolla, CA, USA Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Valparaíso, Chile
- Alghazaawi, A. (2017). aitiyahat alnukhbat nahw tafeil dawr al'amn al'ielamii fi muajahat altataruf wal'iirhab eabr wasayil al'ielam aljadidi, jamieat alqahirati, kuliyyat al'ielami, qism alealaqat aleamat wal'ielani, almajalat aleilmiati libuhuth alealaqat aleamat wal'ielani. 95.
- Abumurad, M. (2016). aietimad alnukhbat alsiyasiat alfilastiniati ealaa alsahafat al'iiliktruniat 'athna' al'azmati, risalat majistir ghayr manshurati, Ghaza aljamieat Alaslamiya, 122.
- Jardi, A. (2021). tathir almuhtawaa al'ielamii aljadid ealaa aitiyahat almujtamae alsaeudii nahw mabadi alwataniati, aljameiat alsaeudiati lil'ielam walaitisali, almajalat Alearabia lil'ielam walaitisali, 99.
- Salah, N. (2020). dawr 'ielam almuatin fi nashr thaqafat alsilm almujtamaeii bayn 'atyaf almujtamae aleiraqii: dirasatan maydaniatan ealaa eayinat min jumhur madinat baghdad anmwdhjan, aljamieat Aleiraqia- markaz albuahuth waldirasat Al'iislamiati, majalat aljamieat Aleiraqia, 94.

- Jasim, W. (2020). 'iishamat mawaqie altawasul alaijtimaeii fi taeziz almuatanat ladaa alshabab aljamieii alkuaytii, jamieat eayn shams- kuliyyat aladab, hawliaat adab Eayn Shams, 108.
- Moussa, A. (2019). dirasatan hawl dawr alsahafat al'iiliktruniat fi taeziz alaintima' alwatanii ladaa talabat aljamieat alfilastiniati, jamieat eayn shams, kuliyyat aladab, hawliaat adab Eayn Shams, 523.
- Hashish, N. (2018). maharat almuatanat alraqamiat allaazimat litalamidh marhalat altaelim al'asasii, jamieat eayn shams- kuliyyat altarbiati- markaz Tatwir altaelim aljamieii, dirasat fi altaelim aljamieia, s 408.
- Wahl-Jorgensen, Karin, Bennett, Lucy and Taylor, Gregory 2017. The normalization of surveillance and the invisibility of digital citizenship: media debates after the Snowden revelations university of Southern California, Annenberg School for Communication & Journalism. International Journal of Communication 11, pp. 740-762.
- Abd Alfataah, W. (2017). "dawralsuhuf almisriat al'iiliktruniat fi tashkil alsuwrat aldhahniat liqiam almuatanat ladaa alshabab almisrii: dirasat maydaniatan", jamieat Alqahira- kuliyyat Al'ielam- qism alsahafati, almajalat aleilmiat libuhuth Alsahafati, 91.
- Hasan, A. (2016). aitiyahat alshabab aljamieii nahw dawr almawaqie al'iiliktruniat lilsuhuf alkhasat almisriat fi nashr qiam almuatinati: dirasat ealaa eayinat min tulaab aljamieat alhukumiat Almisria, jamieat Al'ahram alkanadiat, almajalat Alearabia, ,215.
- Abd Alrahman, M. (2015). misdaqiat altanawul al'ielamii limashrue qanaat alsuways aljadidat eabr almawaqie al'iiliktruniat waealaqatih bitadeim alaintima' alwatanii ladaa aljumphur, jamieat eayn shams- kuliyyat aldirasat aleulya liltufulati, majalat dirasat Altufulai, 18(96), 59.
- (Nazato Yoshiko, (2002), Credibility of Online Newspapers, (online), available: www.inma.org/Subscribers/Papers/2002-Nocato.pp.3-4. 23/8/2015.
- Melvin, I., Rockic, S., Abdel-Raouf, K. (1998). nazariaat wasayil al'ielami, ta2, Alqahira: Aldaar aldawlat llnashr waltawzie, 65.
- Abd Aleaziz, M. (2019). 'uslub aistikhdam wasayil altawasul aliajtimaeii al'iiliktruniat waealaqatih bialaintima' ladaa talibat aljamieat bialsaeudiati", jamieat Taiz fare Alturba- dayirat aldirasat aleulya walbahth aleilmi, majalat aleulum altarbawiat waldirasat al'iinsaniati, 325.
- Altawam, I. (2016) misdaqiat almawaqie al'iikhbariat ladaa alnukhbat al'akadimiat waealaqatiha bialtanafur almaerifii, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, markaz buhuth alraay aleami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, 15(4), 431.
- Bassiouni, I. (2021). dawr alsahafat al'iiliktruniat almisriat fi tawei aljumphur bimakhathir alfitan altaayifiat dirasatan maydaniatan, majalat albuahuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 3(57), 1201.
- Salama, H. (2008). aitiyahat alnukhbat nahw muealajat alqanawat almisriat liqadaya almuatanati, majalat kuliyyat aladab, kuliyyat Aladab, jamieat Alzaqaziq, (44), sa89.
- Sabri, M. (2014). (50), dawr alsuhuf al'iiliktruniat fi tashkil aitiyahat alshabab aljamieii nahw qadiat alaintikhabat alriyasiat lieam 2014, majalat kuliyyat altarbiat alnaweiyati, jamieat Damyat, 22.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Mohamed Elmahasawy

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 61 April 2022 - part 1

● Deposit - registration number at Darekhotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.