

دور البوابات الإخبارية الإلكترونية في زيادة وعي الجمهور المصري

بالمشروعات القومية: دراسة ميدانية

إعداد

منى محمود عبد الحميد

المستخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على درجة تعرض الجمهور للمشروعات القومية عند تصفح البوابات الإخبارية، والتعرف على درجة إسهام البوابات الإخبارية في رفع الوعي حول أهمية المشروعات القومية، والتعرف على مساهمة البوابات الإخبارية في زيادة إدراك الجمهور للمشروعات القومية. تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح لاستقصاء آراء عينة الدراسة؛ بهدف التعرف على مدى إدراك الجمهور للمشروعات القومية. اعتمدت الدراسة على عينة عمدية قوامها (٤١١) مفردة من الجمهور العام من مستخدمي البوابات الإخبارية، والمتابعين للمشروعات القومية. وتم جمع بيانات الدراسة عن طريق الاستبيان الإلكتروني؛ لجمع أكبر عدد من الجمهور.

أشارت النتائج إلى أن هناك علاقة ارتباطية قوية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض البوابات الإخبارية عن المشروعات القومية، ووعي الجمهور بأهمية المشروعات القومية، كما أشارت النتائج إلى أن هناك علاقة ارتباطية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين كفاية المعلومات التي تقدمها البوابات الإخبارية عن المشروعات القومية، وزيادة معرفة الجمهور بالمشروعات القومية، وأشارت النتائج إلى أن مشروعات الإسكان الاجتماعي جاءت في مقدمة المشروعات القومية التي تم تناولها في الأخبار، ثم جاءت مشروعات الطرق والكباري في الترتيب الثاني، وجاء مشروع قناة السويس الجديدة في الترتيب الثالث، وجاء مشروع الطاقة المتجددة في الترتيب الرابع، وجاءت مشروعات المياه والصرف الصحي في الترتيب الخامس، وأخيراً جاءت مشاريع أخرى في الترتيب السادس.

الكلمات الرئيسية: المشروعات القومية، البوابات الإخبارية المصرية، ووعي الجمهور

Abstract:

This study aimed to show the extent to which the public is exposed to national projects when browsing news portals, to determine the extent to which news portals contribute to raising awareness about the importance of national projects, and to identify the contribution of news portals in increasing the public's awareness of national projects .. The study follows a descriptive analysis that relied on a survey approach to explore the opinions of the study sample (the public) to identify the public's awareness of national projects. The study relied on a deliberate sample of individuals , who are users of news portals and followers of national projects. A sample of 411 different opinions were collected through an online questionnaire to draw the attention of the largest audience possible.

The results indicated that there is, statistically, strong and significant correlation between the intensity of exposure to news portals about national projects and the public awareness of the importance of national projects. The results also showed statistically that there is a moderate, significant correlation between the adequacy of information provided by news portals about national projects and the increase in public knowledge about national projects. The results indicated that social housing projects covered in the news are trending national projects, followed by road and bridge projects, the New Suez Canal project in third place, the renewable energy project in fourth place, water and wastewater projects in fifth place, and other projects came in sixth place.

Keywords: National projects, Egyptian news portals, public awareness

مقدمة:

أصبحت البوابات الإخبارية الإلكترونية من أبرز مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الجمهور في متابعة القضايا المحلية، والعالمية في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العصر الرقمي. وتأتي هذه الأهمية نتيجة لما توفره هذه الوسائل من سرعة في نقل الخبر، وتحديث مستمر للمعلومات، وسهولة الوصول إليها في أي وقت، ومن أي مكان. ومع تزايد الاعتماد على الإنترنت بوصفه مصدراً أساسياً للمعلومات، برز دور هذه البوابات كونها قنوات فعالة في تشكيل وعي الجماهير، خاصة في ما يتعلق بالقضايا التي تمس الشأن العام، والمصالح الوطنية.

ويمثل الوعي بالمشروعات القومية إحدى الركائز الأساسية في تعزيز الانتماء الوطني، ودفع عجلة التنمية المستدامة؛ حيث تسعى الدولة المصرية إلى تنفيذ عدد كبير من المشروعات الطموحة في مجالات متعددة، مثل: البنية التحتية، والطاقة، والتعليم، والصحة. وتكمن أهمية هذه المشروعات في كونها تستهدف تحسين جودة حياة المواطنين، ورفع كفاءة الخدمات العامة، وتحقيق التنمية الاقتصادية، والاجتماعية. ومن هنا يبرز التساؤل حول مدى نجاح وسائل الإعلام الإلكترونية، لاسيما البوابات الإخبارية، في نقل صورة واضحة، وشاملة حول هذه المشروعات إلى الجمهور المصري.

وتهدف هذه الدراسة الميدانية إلى استكشاف الدور الذي تؤديه البوابات الإخبارية الإلكترونية في زيادة وعي الجمهور المصري بالمشروعات القومية، من خلال التعرف على مدى اعتماد الجمهور على هذه الوسائل بوصفها مصدراً للمعلومات، ومدى الثقة التي يمنحها لها، في ظل تزايد التحديات المرتبطة بتضخم المعلومات، وانتشار الأخبار الكاذبة.

الدراسات السابقة:

المحور الأول- دراسات تناولت البوابات الإخبارية المصرية وتناولها للمشروعات القومية:

١- دراسة أمنية عبد الرحمن أحمد ومنى جابر هاشم (٢٠١٧) بعنوان: دور الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشروعات القومية المصرية^١: ركزت على دور الصحف الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور. ومن أبرز ما يميزها أنها تتناول الجمهور في الريف، والحضر وتغطي الفئة العمرية من ١٥ إلى ٦٠ عاماً، ما يمنحها تمثيلاً واسعاً. وتجاهلت الدراسة تحليل مضمون التغطية الإعلامية نفسها، واكتفت بالتركيز على الجمهور، دون ربط بين طبيعة المحتوى، والمواقف المتشكلة. كما أن الاعتماد على الاستبيان فقط قد يحد من عمق النتائج. وهدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي أدته الصحف الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو المشروعات القومية المصرية الجديدة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي وظفت منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان لجمع المعلومات من عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من الجمهور المصري العام، في بعض المحافظات بصورة عشوائية، وبأسلوب التوزيع المتساوي بين المحافظات في المرحلة العمرية من (١٥ - ٦٠) عاماً من الشباب المصري من مستخدمي الصحافة الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي في الريف، والحضر.

وتوصلت الدراسة الميدانية إلى أن مواقع التواصل هي أهم مصدر معلومات عن المشروعات القومية، يليها مواقع الصحف الإخبارية على الإنترنت؛ نظراً لأن وسائل التواصل الجديدة أصبحت أسرع الوسائل، وأهمها للحصول على المعلومات الفورية، والأخبار. كما أن أهم الصحف الإلكترونية التي يستقي المبحوثون منها المعلومات عن

^١ أمنية عبد الرحمن أحمد ومنى جابر هاشم (٢٠١٧) دور الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشروعات القومية المصرية، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ١١.

المشروعات القومية هي مواقع الصحف الخاصة بنسبة ٤٨,٥%، يليها مواقع الصحف القومية بنسبة ٣٢,٨%. كما أن التعرض الكثيف من شأنه التأثير على المبحوثين، وتغيير وجهات نظرهم، فكلما زاد التعرض لمواقع التواصل، ومواقع الصحف زاد اعتقاد الجمهور، وتأييده للمشروعات القومية المصرية.

٢- دراسة أمنية سامي محمد عامر (٢٠١٨م) بعنوان: معالجة بعض الصحف الإلكترونية المصرية لمشروع قناة السويس الجديدة وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوه^١: استهدفت الدراسة التعرف على مدى تأثير معالجة بعض الصحف الإلكترونية المصرية لمشروع قناة السويس الجديدة، على اتجاهات المراهقين نحوه، وذلك من خلال التعرف على حجم تعرض المراهقين للصحف الإلكترونية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وأسلوب المقارنة، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من طلاب جامعة المنوفية، وعين شمس، والسادس من أكتوبر، ومصر للعلوم والتكنولوجيا، بواقع (١٠٠) مفردة من كل جامعة.

ومن أهم النتائج: جاءت الموضوعات الاقتصادية في صدارة الموضوعات التي تهم الشباب الجامعي. كما أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للصحف الإلكترونية، ومستويات التعرض المختلفة لأخبار مشروع قناة السويس الجديدة عبر الصحف الإلكترونية. وتزداد درجة المعرفة بمشروع قناة السويس الجديدة لدى الشباب الجامعي كلما زادت درجة تعرضهم للصحف الإلكترونية. مع وجود علاقة ارتباطية موجبة، ودالة إحصائية بين حجم تعرض المبحوثين لأخبار مشروع قناة السويس الجديدة على الصحف الإلكترونية، ومستوى الاتجاه نحوه. ويمكن النظر إلى أن اختيار فئة عمرية ضيقة -طلاب الجامعات- قد يحد من إمكانية تعميم النتائج. كما لم توضح الدراسة ما إذا كانت قد حلت نوعية التغطية، أم تطرقت فقط إلى حجم التعرض.

^١ أمنية سامي محمد عامر (٢٠١٨م) معالجة بعض الصحف الإلكترونية المصرية لمشروع قناة السويس الجديدة وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوه، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس - كلية البنات - قسم الإعلام وثقافة الأطفال.

٣- دراسة محمد إبراهيم أحمد حسن الحفناوي (٢٠٢٠) بعنوان اعتماد الجمهور المصري على البوابات الإخبارية كمصدر للمعلومات حول قضايا التنمية المستدامة ٢٠٣٠م^١: استهدفت رصد درجة اعتماد الجمهور المصري على البوابات الإخبارية بوصفها مصدراً للمعلومات عن التنمية المستدامة، ورصد درجة ثقة الجمهور المصري في المعلومات المنشورة بالبوابات الإخبارية عن التنمية المستدامة، والتعرف على تأثير المتغيرات الديموجرافية على البوابات الإخبارية بوصفها مصدراً للمعلومات عن مشروعات التنمية المستدامة. وقام الباحث باختيار عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من الجمهور المصري بمحافظة القاهرة وكفر الشيخ. واعتمد الباحث على صحيفة استبيان لجمع البيانات من العينة.

ثبت وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين ثقة الجمهور المصري في المعلومات عن التنمية المستدامة بالبوابات الإخبارية الإلكترونية، ودرجة الحرص على متابعتها. كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين كثافة متابعة الجمهور المصري للتنمية المستدامة بالبوابات الإخبارية الإلكترونية، ودرجة الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات عن التنمية المستدامة (فيما عدا البوابة نيوز). أبرزت مدى اعتماد الجمهور على البوابات الإخبارية فيما يخص قضايا التنمية المستدامة. وتميزت بمحاولة ربط الثقة بكم المعلومات، وتكرار المتابعة. ولكن تقييد العينة بمحافظتين فقط (القاهرة وكفر الشيخ) يطرح تساؤلات حول تمثيلها، إضافة إلى افتقادها للتحليل الكيفي للمحتوى الإخباري.

٤- دراسة بوسي فاروق محمود غندر (٢٠٢٢) بعنوان: مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات

^١ محمد إبراهيم أحمد حسن الحفناوي (٢٠٢٠). اعتماد الجمهور المصري على البوابات الإخبارية كمصدر للمعلومات حول قضايا التنمية المستدامة ٢٠٣٠، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ١٩.

القومية وعلاقتها بتشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحوها^١: هدفت الدراسة إلى التعرف على مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها مصدراً للأخبار حول المشروعات القومية، وعلاقتها بتشكيل معارف الشباب الجامعي، واتجاهاتهم نحوها، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مبحوثاً، واستخدمت الدراسة الاستبيان أداة لجمع البيانات، وتُعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة من شباب جامعتي (عين شمس، وأكاديمية الشروق).

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بوصفها مصدراً للأخبار بموقع الفيس بوك، واتجاهات الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية. كما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بوصفها مصدراً للأخبار بموقع الفيس بوك، وتشكيل معارف الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية. وتناولت مصداقية الصفحات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها باتجاهات الشباب. وميزة الدراسة تكمن في تركيزها على المصدر الرسمي للمعلومات. ولكنها اقتصرت على "فيسبوك" دون النظر لمنصات أخرى؛ مثل: تويتر، أو إنستجرام، مما يقلل من شمولية النتائج في سياق تعدد المنصات الرقمية.

٥- زينب الحسيني رجب بلال ربحان (٢٠٢٢) بعنوان: مصداقية التناول الإعلامي للمشروعات القومية عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بالرضا عن الأداء الحكومي لدى شباب الجامعات^٢: هدفت الدراسة إلى التعرف على مصداقية التناول الإعلامي للمشروعات القومية عبر المواقع الإلكترونية، وعلاقته بالرضا عن الأداء الحكومي

^١ بوسي فاروق محمود غندر (٢٠٢٢) مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحوها، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (٢٤) ٢.

^٢ زينب الحسيني رجب بلال ربحان (٢٠٢٢) مصداقية التناول الإعلامي للمشروعات القومية عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بالرضا عن الأداء الحكومي لدى شباب الجامعات، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، (٢٤) ٢.

لدى شباب الجامعات، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي الميداني، ذلك من خلال مسح عينة من شباب الجامعات المصرية في المرحلة العمرية من (١٨ - ٢١) عامًا، وطبقت على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة، وتم استخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: تصدر موقع رئاسة الجمهورية أهم المواقع الإلكترونية التي يتم متابعة المشروعات القومية من خلالها، ثم جاء موقع خريطة مشروعات مصر في الترتيب الثاني، كذلك، جاء إنشاء جيل جديد من المدن الجديدة في مقدمة أهم المشروعات القومية التي تم متابعتها عبر المواقع الإلكترونية، يليه تطوير شبكات الطرق والكباري في الترتيب الثاني، كما تصدر مستوى المصداقية في المواقع الإلكترونية المستوى المرتفع، وظهرت طبيعة الصورة الإعلامية التي تقدمها المواقع الإلكترونية بصورة إيجابية عن المشروعات القومية وبدرجة اعتماد كبيرة، بالإضافة إلى ارتفاع مستوى الرضا العام عن الأداء الحكومي نحو المشروعات القومية. وربطت بين مصداقية التناول الإعلامي والرضا عن الأداء الحكومي، وهو ربط هام وواقعي. كما تناولت مواقع إلكترونية حكومية مهمة؛ مثل: رئاسة الجمهورية. واقتصرت على تقييم عام للمصداقية دون تحليل مضمون دقيق يكشف عن أسباب تلك المصداقية، أو ضعفها. كما لم تعالج احتمال وجود تحيزات ضمن هذه المواقع.

٦- دراسة حنان عبدالوهاب القاضي (٢٠٢٣) بعنوان: تقييم أداء وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تغطية المشروعات القومية الكبرى لدى عينة من الجمهور المصري^١: استهدفت الدراسة تقييم أداء وسائل الإعلام التقليدية، والحديثة في تغطية المشروعات القومية الكبرى لدى الجمهور، والنخبة في عهد الرئيس السيسي، عبر رصد اتجاهات الجمهور نحو هذه المشروعات،، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، كما اعتمدت الباحثة على أداة الاستبانة، بتطبيق استبانة إلكترونية على عينة قوامها (٢٠٠) مفردة.

^١ حنان عبدالوهاب القاضي (٢٠٢٣) تقييم أداء وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تغطية المشروعات القومية الكبرى لدى عينة من الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، (٦٦) ١.

وانتهت الدراسة إلى تصدر "مواقع التواصل الاجتماعي" مقدمة نوعية وسائل الإعلام التي تتبعها عينة الدراسة، تليها "الصحف والمواقع الإلكترونية"، ثم القنوات الفضائية في المرتبة الثالثة، كما أظهرت النتائج تصدر معيار "عرض جميع الحقائق" مقدمة معايير الأداء الإعلامي الواجب توافرها في تغطية المشروعات القومية الكبرى بوسائل الإعلام التقليدية، يليه معيار "السبق الإعلامي" في المرتبة الثانية، في حين جاء "التفسير والتحليل" في المرتبة الثالثة، كما كشفت النتائج تصدر معيار "عرض جميع الحقائق" مقدمة معايير الأداء الإعلامي الواجب توافرها في تغطية المشروعات القومية الكبرى بوسائل الإعلام الجديدة، يليه معيار "التفسير والتحليل" في المرتبة الثانية؛ ثم "تنوع المصادر" في المرتبة الثالثة. وتميزت بمقارنة الأداء بين الإعلام التقليدي، والجديد، وركزت على معايير مهنية (عرض الحقائق، والتحليل، والتفسير). ورغم أهمية المقارنة، فإنها لم تدرس مدى تأثير هذه التغطية على تغيير الاتجاهات العامة، بل بقيت في إطار الوصف.

٧- دراسة أميرة سمير طه (٢٠٢٣) بعنوان: عدائية التغطية الإعلامية للمشروعات القومية وعلاقتها بالتأثير المفترض على الآخرين والإجراءات التصحيحية^١: في إطار العوامل المؤثرة على ظاهرة عدائية الإعلام، والنتائج المترتبة عليها؛ استهدفت الدراسة اختبار هذه الظاهرة، وذلك بالتطبيق على التغطية الإعلامية للمشروعات القومية. واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتم جمع البيانات من خلال عينة حصصية بلغت (٤٠٠) مفردة من محافظة القاهرة. واستخدمت الدراسة نموذج التحليل الإحصائي المعروف باسم (نموذج المعادلة الهيكلية)، وذلك لتفسير العلاقات السببية بين المتغيرات المتعلقة بإدراك عدائية الإعلام.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة؛ حيث تبين وجود تأثير إيجابي مباشر دال إحصائياً لكل من: تلقى المعلومات حول المشروعات عبر وسائل الإعلام، والاتصال الشخصي، والاتجاهات الإيجابية، والاتجاهات السلبية، والانخراط العاطفي

^١ أميرة سمير طه (٢٠٢٣) عدائية التغطية الإعلامية للمشروعات القومية وعلاقتها بالتأثير المفترض على الآخرين والإجراءات التصحيحية، المجلة العلمية لبحوث الإعلام، ٨٤.

السلبى نحو المشروعات القومية على إدراك عدائية التغطية الإعلامية لهذه المشروعات. وأبرزت مفهوم عدائية الإعلام، وربطته بالتأثير المفترض لدى الجمهور، وهي زاوية فريدة نسبياً. ورغم استخدام نماذج تحليلية متقدمة، إلا أن الدراسة تظل سطحية في تفسير المحتوى الإعلامي ذاته، أو تفكيك أسباب العدائية بشكل منهجي أعمق.

٨- دراسة وائل صلاح نجيب عبد الله (٢٠٢٤) بعنوان: اعتماد طلاب الجامعة على صحافة الفيديو كمصدر للمعلومات حول المشروعات القومية التنموية وعلاقته بصورة الرئيس^١: هدف هذا البحث إلى قياس العلاقة بين درجة اعتماد طلاب الجامعة على صحافة الفيديو بوصفها مصدراً للمعلومات حول المشروعات القومية التنموية، وعلاقتها بصورة الرئيس، عبر دراسة وصفية استخدم الباحث فيها منهج البحث الميداني لعينة من طلاب الجامعات قوامها (٤٥٠) طالباً وطالبة، طبق عليهم استبياناً. وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج، هي: جاء موقع (اليوم السابع) في الترتيب الأول، ثم (الجمهورية) في الترتيب الثاني، وثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد طلاب الجامعة على صحافة الفيديو بوصفها مصدراً للمعلومات حول المشروعات القومية التنموية، وصورة الرئيس لديهم، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد طلاب الجامعة على صحافة الفيديو بوصفها مصدراً للمعلومات حول المشروعات القومية التنموية، ومعدل التأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية. كما أنها تعد أول دراسة تركز على "صحافة الفيديو"، وربطها بصورة الرئيس، وهو أمر مبتكر، ومواكب للتغيرات في نمط الاستهلاك الإعلامي. واقتصرت على قياس العلاقة بين الاستخدام والصورة الذهنية، دون التعمق في تحليل المحتوى المصور ذاته، أو خصائصه المؤثرة.

^١ وائل صلاح نجيب عبد الله (٢٠٢٤) اعتماد طلاب الجامعة على صحافة الفيديو كمصدر للمعلومات حول المشروعات القومية التنموية وعلاقته بصورة الرئيس، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، (١٠) ٥٥.

٩- دراسة محمد عثمان حسن (٢٠٢٤) بعنوان: التناول الصحفي للمشروعات القومية في الصحف الإلكترونية المصرية وعلاقته باتجاهات النخبة نحوها^١: هدف البحث إلى معرفة التناول الصحفي للمشروعات القومية في الصحف الإلكترونية المصرية، وعلاقته باتجاهات النخبة نحوها، حيث ينتمي هذا البحث إلى نوع الدراسات الوصفية؛ حيث اعتمد البحث على أسلوب المسح بشقيه: الوصفي، والتحليلي. كما استخدم الباحث أداة تحليل المضمون؛ لتحليل موضوعات المشروعات القومية في الصحف الإلكترونية، كما تم اختيار عينة البحث الميدانية من (١٠٠) مفردة من النخبة المصرية.

وأشارت نتائج الدراسة إلى طبيعة دور كل صحف الدراسة التي تناولت موضوعات المشروعات القومية؛ حيث حاولت (الأهرام) بوصفها صحيفة إلكترونية قومية عرض الاستراتيجية العامة للدولة؛ بوصفها جزءاً من دورها الإعلامي الرسمي، الذي يهدف إلى التعبير عن أبعاد السياسة العامة للدولة، وتوجهاتها، وعرضت (المصري اليوم) الجوانب الإيجابية للمشروعات القومية لحياة كريمة، والطاقة المتجددة، وتنمية شمال سيناء، كما عرضت الرأي، والرأي الآخر، وتدعيم حق القارئ في المعرفة، كما أظهرت (الوفد) فكر الحزب المعارض، وأيديولوجيته؛ حيث انتقل إطار الحزب إلى القائمين بالاتصال، بمعنى انعكاس آلية السيطرة، والتوجيه الحزبي على أداء القائمين بالاتصال. وتعد الدراسة من أقوى الدراسات من حيث التحليل؛ حيث قدمت تحليلاً موضوعياً لتناول الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية، مع مقارنة متنوعة لأيديولوجيات مختلفة (الأهرام، والمصري اليوم، والوفد). لكنها اعتمدت على عينة صغيرة (١٠٠ مفردة من النخبة)، مما يحد من تعميم النتائج على عموم الجمهور.

١٠- الاء سلطان (٢٠٢٤) بعنوان: تناول المواقع الإخبارية الإلكترونية للمشروعات القومية وعلاقتها باتجاهات الجمهور المصري نحوها: دراسة تحليلية^٢:

^١ محمد عثمان حسن (٢٠٢٤) التناول الصحفي للمشروعات القومية في الصحف الإلكترونية المصرية وعلاقته باتجاهات النخبة نحوها، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ٣٠.

^٢ الاء سلطان (٢٠٢٤). تناول المواقع الإخبارية الإلكترونية للمشروعات القومية وعلاقتها باتجاهات الجمهور المصري نحوها. "دراسة تحليلية. *مجلة بحوث كلية الآداب*. جامعة المنوفية.

اعتمدت على تحليل مضمون شامل لأربعة مواقع كبرى، وركزت على العلاقة بين التغطية، واتجاهات الجمهور. ولكن لم تقدم الدراسة معلومات كافية عن خصائص الجمهور المتلقي، ولا عن طرق قياس الاتجاهات، ما يجعل الربط بين التغطية، والاتجاهات غير مدعوم بالكامل. واستهدفت الدراسة التعرف علي ما تقدمه المواقع الإخبارية الإلكترونية عن المشروعات القومية، واتجاهات الجمهور المصري نحوها، واعتمد البحث على المنهج الوصفي، وقد تم إجراء الدراسة التحليلية على أربعة مواقع لصحف إلكترونية، الخاصة هي: (اليوم السابع، والمصري اليوم)، والعامة هي: (الأهرام، والأخبار)، واعتمد الدراسة علي أداة تحليل المضمون.

أشارت النتائج العامة للدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أهمية الدور الذي تؤديه المواقع الإخبارية الإلكترونية في دعم المشروعات القومية، كما أنها تعمل على تشكيل مفاهيم الجمهور، وتصوراتهم عن المشروعات القومية، بالإضافة إلى كونها تعد القاعدة الأساسية لتوضيح الرؤية، والهدف من المشروعات القومية؛ وأكدت على مدى أهمية الدور الذي تؤديه المواقع الإخبارية الإلكترونية في الترويج، والتسويق للمشروعات القومية، وذلك من حيث كونها أكثر تأثيراً، ووصولاً للجمهور المستهدف، إضافة إلى دورها في التسويق للمشروعات القومية المصرية عبر الأجهزة الرقمية.

١١- دراسة رباب عبدالمنعم التلاوي (٢٠٢٥) بعنوان: تعرض الجمهور للتغيرات الاقتصادية المصرية في البوابات الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها بالمزاج العام^١: ربطت بين تغطية القضايا الاقتصادية عبر البوابات الإخبارية، والمزاج العام، وهي مقارنة اجتماعية نفسية مهمة. ولكن لم تفرق الدراسة بشكل كافٍ بين تناول الإعلام السلبى، والإيجابى، كما أنها لم تعالج آليات تأثير هذه التغطية على المزاج بشكل تفسيري معمق. واستهدفت التعرف على أثر تعرض الجمهور للتغيرات الاقتصادية المصرية في البوابات الإخبارية الإلكترونية، وعلاقتها بالمزاج العام؛ حيث الوقوف

^١ رباب عبدالمنعم التلاوي (٢٠٢٥). تعرض الجمهور للتغيرات الاقتصادية المصرية في البوابات الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها بالمزاج العام، المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام، (٢) ٣.

على أثر معالجة البوابات الإخبارية الإلكترونية للأحداث، والقضايا الاقتصادية، وأثرها في تشكيل الاتجاهات نحو طبيعة السياسات الاقتصادية للحكومة، وأطرافها، وكذلك، قدرتها على رفع مستوى الوعي الاقتصادي، والقدرة على تبني سلوكيات معيشية اقتصادية تتناسب مع الأوضاع العامة للدولة، وكافة ما سبق يسهم في تشكيل الحالة المزاجية للمواطن المصري، واعتمدت الدراسة على نظرية المزاج العام، وتعد الدراسة وصفية، وتم سحب عينة بلغ قوامها (٤٠٠) مفردة من الجمهور العام.

توصلت الدراسة لاهتمام عينة الدراسة بمتابعة المستجدات، والقرارات الاقتصادية المصرية؛ حيث عبرت نسبة كبيرة تبلغ ٤٩,٣% من العينة عن أنهم يتابعون هذه المستجدات "أحياناً"، مما يدل على أنهم يحرصون على متابعة الأخبار الاقتصادية بشكل غير دائم، ولكن منتظم، وجاءت نسبة كبيرة من الجمهور المصري تعبر عن رضا مرتفع تجاه طبيعة التغطية الإخبارية للمستجدات، والقرارات الاقتصادية عبر البوابات الإخبارية الإلكترونية، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية عكسية بين كثافة متابعة الأخبار الاقتصادية.

١٢- دراسة نرمين نصر محمد (٢٠٢٥) بعنوان: دور المواقع الإلكترونية المصرية في تشكيل الصورة الذهنية للجمهورية الجديدة: دراسة تحليلية^١: حاولت الدراسة التعرف على الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية المصرية في تشكيل الصورة الذهنية للجمهورية الجديدة، وذلك بالتطبيق على تحليل ثلاثة مواقع إلكترونية (الأهرام - واليوم السابع- والوفد)؛ حيث تضمنت مدة التحليل ثلاثة شهور، في الفترة من بداية أغسطس وحتى نهاية أكتوبر ٢٠٢٤ بواقع (٣٠٢) مادة خبرية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح؛ حيث اعتمدت

^١ نرمين نصر محمد (٢٠٢٥) دور المواقع الإلكترونية المصرية في تشكيل الصورة الذهنية للجمهورية الجديدة: دراسة تحليلية، المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي، (٧) ١.

الدراسة في جمع بياناتها على استمارة تحليل المضمون؛ لتحليل كل المواد المنشورة على المواقع الثلاثة، في ضوء نظرية الأطر الإعلامية.

ولقد توصلت الدراسة في نتائجها إلى أن مشروع التنمية البشرية في مقدمة المشروعات القومية التي تناولتها المواقع الإلكترونية عن الجمهورية الجديدة، ذلك لارتباطه الوثيق بتحقيق التنمية الشاملة، والمستدامة التي تسعى الدولة إلى تحقيقها، كما أنه جاء من أهم الدوافع التي قدمتها المواقع الإلكترونية عن الجمهورية الجديدة خلق صورة إيجابية عن الدولة المصرية؛ نظراً لما تقوم به الدولة من تنفيذ مشروعات ضخمة، وتوسعات في البنية التحتية، وتحفيز الاستثمارات الأجنبية. بالرغم من قوة التحليل الكمي، إلا أنها لم ترفق نتائج تحليل المضمون بتقويم ميداني لمدى تأثير هذه الأطر على الجمهور.

المحور الثاني- دراسات تناولت وعي الجمهور:

١- دراسة سالي محمد صالح محمد (٢٠١٧) بعنوان: أنماط تعرض الشباب الجامعي للمواد السمعية البصرية الإخبارية وعلاقته بمستوى الوعي السياسي لديهم^١: قدمت هذه الدراسة طرحاً مهماً حول العلاقة بين التعرض للمواد السمعية البصرية، ومستوى الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي. القوة في هذه الدراسة تكمن في تناولها لسلوك التصفح بشكل تفصيلي (سطحي/عميق)، ما أضفى بعداً سلوكياً مهماً. إلا أن الدراسة اكتفت بقياس العلاقة الارتباطية فقط، دون تفسير أعمق لأسباب "ضعف" العلاقة رغم كثافة التعرض، ما يترك تساؤلاً مفتوحاً حول نوعية المحتوى وليس فقط كميته. استهدفت الدراسة قياس وتحديد أنماط تصفح الشباب الجامعي للمواد السمعية البصرية الإخبارية علي الإنترنت، والتعرف علي مستوى متابعة الشباب

^١ سالي محمد صالح محمد (٢٠١٧) أنماط تعرض الشباب الجامعي للمواد السمعية البصرية الإخبارية وعلاقته بمستوى الوعي السياسي لديهم، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة، ٤٥.

الجامعي للمواد السمعية البصرية الإخبارية (محل الدراسة) المرتبطة بالوعي السياسي، وتحديد مستوى العلاقة الإحصائية، ودلالاتها بين التعرض للمواد السمعية البصرية الإخبارية، والوعي السياسي لدى الشباب. وقامت الباحثة باختيار عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مبحوثاً من جامعتي (القاهرة والمنصورة). واعتمدت الباحثة على صحيفة استبيان لجمع البيانات من العينة.

أظهرت النتائج اختلاف طريقة تصفح الشباب الجامعي للمحتوي المرئي المسموع علي الإنترنت، وتنوعها ما بين التصفح السطحي، والسريع الذي تدل عليه اجاباتهم من قراءة العناوين فقط، والتصفح العميق بقراءة العناوين، والنص، ومشاهدة المحتوى المسموع المرئي للخبر، أو للقصة الإخبارية. كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية، ومستوي الوعي السياسي لديهم - موضوع هذا البحث- ولكنها علاقة طردية ضعيفة.

٢- دراسة إيمان سيد على عبد المطلب (٢٠١٩) بعنوان تعرض الجمهور لمضامين المشروعات القومية بالبرامج الحوارية وعلاقته بتكوين الصورة الذهنية للأداء الحكومي المصري^١: ركزت بشكل جيد على البرامج الحوارية، ودورها في تشكيل الصورة الذهنية للأداء الحكومي. الدراسة واقعية وتتماشى مع دور الإعلام في تهيئة الرأي العام، لكن يؤخذ عليها أنها لم تناقش مدى مصداقية، أو موضوعية هذه البرامج، ما يجعل نتائجها منقوصة من حيث تقييم "جودة" التأثير. كما أن العلاقة السببية بين التعرض، والتكوين الذهني ظلت افتراضية. سعت إلى تحقيق هدف رئيس هو التعرف على طبيعة الدور الذي تسهم به البرامج الحوارية التي تتناول المشروعات القومية في تشكيل الصورة الذهنية للأداء الحكومي لدى الجمهور المصري، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وظفت الدراسة منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الباحثة

^١ إيمان سيد على عبد المطلب (٢٠١٩). تعرض الجمهور لمضامين المشروعات القومية بالبرامج الحوارية وعلاقته بتكوين الصورة الذهنية للأداء الحكومي المصري، مجلة البحوث الإعلامية، (٥١)

استمارة الاستبيان لجمع المعلومات من عينة عشوائية قوامها (٣٠٠) مفردة من الجمهور المصري.

توصلت الدراسة إلى أن زيادة نسبة المشاهدة الدائمة للبرامج الحوارية يرجع إلى أن هناك بعض المبحوثين تكون القضايا السياسية هي محور الاهتمام الرئيس بالنسبة لهم، ويتابعون هذه البرامج الحوارية بشكل منتظم؛ وفقاً لدرجة اهتماماتهم بها، أو ما يتعلق من حيث نوع القضية المعروضة، كما تقوم البرامج الحوارية بالتركيز علي شخصيات المسؤولين الحكوميين، وتحلل صفاتهم، وسماتهم التي تؤهلهم أن يكونوا مسؤولين في الدولة، وتقرن سماتهم الشخصية بأدائهم في الحكومة، كما ركزت البرامج الحوارية على القرارات التي اتخذتها الحكومة، وقامت بتحليلها من خلال الخبراء، والمحليلين.

٣- دراسة فاتن مصطفى كمال لطفي وشيماء أحمد على النجار وشيرين حمدي محمد الجوهري (٢٠١٩) بعنوان: إدراك الشباب لإيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باستخدامهم تلك المواقع^١: تتميز الدراسة بتناولها المزدوج للإيجابيات، والسلبيات من وجهة نظر الشباب، ما أتاح توازناً في الرؤية. استخدام عدد كبير من الطلاب أضفى تمثيلية جيدة للعينة. إلا أن الدراسة بدت عامة في تناولها، ولم تركز على نوع محدد من المنصات، أو الخصائص التقنية التي تؤثر على الإدراك، ما يجعل نتائجها غير قابلة للتطبيق المباشر في تطوير السياسات الإعلامية. أجري هذا البحث بهدف دراسة العلاقة بين إدراك الشباب لإيجابيات، وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامهم لتلك المواقع، طبق البحث على عينة (٤٠٤) طالب وطالبة من كليات جامعة الإسكندرية، تم اختيارهم عشوائياً (١٨٤ طالب، ٢٢٠ طالبة). اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الاستبيان أداة لجمع البيانات.

أظهرت النتائج أن ٧٩,٥% من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة طويلة تتجاوز الأربع ساعات يومياً، ووجدت علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين

^١ فاتن مصطفى كمال لطفي وشيماء أحمد على النجار وشيرين حمدي محمد الجوهري (٢٠١٩) إدراك الشباب لإيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باستخدامهم تلك المواقع، بحوث في العلوم والفنون النوعية، (٢) ١١.

بعض المتغيرات البحثية (المستوى التعليمي للأب- المستوى التعليمي للأم) وكل من إقبال الشباب أفراد العينة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وإدراكهم لإيجابيات، وسلبيات تلك المواقع. وأشارت النتائج لوجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين إدراك الشباب لإيجابيات، وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدامهم تلك المواقع.

٤- دراسة مروة القرني الزهري (٢٠٢١) بعنوان: تأثير الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية الإلكترونية على إدراك وتذكر المضمون الإخباري: دراسة شبه تجريبية^١: الدراسة كانت محكمة من حيث التصميم شبه التجريبي الذي يمنحها مصداقية قوية، وأظهرت -بوضوح- أهمية الصور، والفيديوهات في تعزيز التذكر، والإدراك. نقطة الضعف كانت في حجم العينة المحدود، وفي حصرها على طلاب إعلام فقط، ما يقلل من التعميم على جمهور أوسع. كذلك لم تناقش الدراسة التأثيرات السلبية الممكنة لهذا النمط من التلقي. حاولت الكشف عن مدى تأثير الصورة، ومقاطع الفيديو على المواقع الإخبارية الإلكترونية في إدراك وعي الشباب الجامعي بالمحتوى الإخباري. تمثلت عينة الدراسة شبه التجريبية بعينة قصدية قوامها (٩٠) طالباً وطالبة من قسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة سوهاج لتطبيق الدراسة شبه التجريبية عليهم؛ حيث تم تقسيمهم إلى ثلاث مجموعات، كل مجموعة (٣٠) طالباً وطالبة. وقد أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة دالة إحصائياً بين تأثير الصورة الفوتوغرافية، ومقاطع الفيديو على المواقع الإخبارية الإلكترونية، وإدراك الشباب الجامعي، وتذكرهم للمحتوى الإخباري.

٥- دراسة نرمين على السيد إبراهيم عجوة (٢٠٢١) بعنوان: استراتيجيات الاتصال الحكومي المستخدمة في التسويق للمشروعات القومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمعارف واتجاهات الجمهور المصري^٢: تُعد من الدراسات التي

^١ مروة القرني الزهري (٢٠٢١) تأثير الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية الإلكترونية على إدراك وتذكر المضمون الإخباري: دراسة شبه تجريبية، مجلة كلية الآداب جامعة سوهاج، ٥٩.

^٢ نرمين على السيد إبراهيم عجوة (٢٠٢١) استراتيجيات الاتصال الحكومي المستخدمة في التسويق للمشروعات القومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمعارف واتجاهات الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (٢٠) ٣.

ربطت بين الجانب التحليلي للمحتوى وبين الاتجاهات الجماهيرية. قوة الدراسة في دمجها بين التحليل الكمي والميداني، إضافة إلى توظيفها لنظرية الاعتماد. لكن يلاحظ أن الدراسة لم تتعرض لتقييم فعالية الاستراتيجيات الحكومية نفسها، بل اكتفت بقياس المعرفة، والانطباعات، مما قد يعكس التلقي أكثر من التأثير الحقيقي. هدفت الدراسة إلى رصد استراتيجيات الاتصال الحكومي التي تستخدمها المؤسسات الحكومية في التسويق للمشروعات القومية عبر صفحاتها على فيس بوك، وعلاقتها بمعارف الجمهور، واتجاهاته نحوها. واعتمدت الدراسة على نموذج (رولر) لاستراتيجيات الاتصال الموقفية، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، من خلال دراسة تحليلية للصفحات الحكومية، ودراسة ميدانية على (٣٠٨) مفردة من متابعيها.

تبين أن مستوى معارف الجمهور حول المشروعات القومية يميل الى الارتفاع، مع وجود نسبة لا يستهان بها لديها مستوى معرفة متوسط، وجاء اتجاه المبحوثين نحو المشروعات القومية إيجابياً، ووجدت علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على الصفحات الرسمية في الحصول على المعلومات حول المشروعات القومية، ومستوى معارف الجمهور، واتجاهاته.

٦- دراسة نهله حلمي محمد عبد الكريم (٢٠٢٢) بعنوان: كثافة مشاهدة الجمهور المصري للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية وتأثيرها على إدراك واقع القضايا المجتمعية^١: تميزت هذه الدراسة بتناولها لفئة واسعة من الجمهور من مختلف الخلفيات، ما يمنحها ثراءً في العينة. التركيز على الدراما الرقمية كان مهماً؛ نظراً لواقع التلقي اليوم. لكن يغيب عن الدراسة تحليل نوع القضايا المطروحة وجودتها، كما أنها لم تتناول الآثار القيمية للدراما، مما يجعل استنتاجاتها ذات طابع سلوكي سطحي، أكثر من كونها معرفية، أو أخلاقية. هدفت الدراسة إلى التعرف على حرص الجمهور المصري على متابعة المحتوى الدرامي الذي يبث عبر المنصات الرقمية، التي تقدم

^١ نهله حلمي محمد عبد الكريم (٢٠٢٢) كثافة مشاهدة الجمهور المصري للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية وتأثيرها على إدراك واقع القضايا المجتمعية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*،

القضايا المجتمعية في إطار التعبير عن الواقع الاجتماعي المصري، الذي تحكمه قيم، وثقافة معينة، ويتشكل مجتمع الدراسة من الجمهور المصري المستخدم للمنصات الرقمية التلفزيونية التي يبث عبرها المحتوى الدرامي، وتم سحب عينة متاحة من (٤٠٠) مفردة من الجمهور المصري لمن هم فوق ١٨ عاماً من مختلف المستويات الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، وغيرها، وكان التوزيع إلكترونياً.

ويتضح من نتائج الدراسة وجود تأثير قبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية على تشكيل اتجاهات عينة الدراسة نحو هذه الوسيلة عن غيرها في متابعة المحتوى الدرامي، وتوصي الدراسة بأهمية تطوير المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الرقمية التلفزيونية، بما يتواءم مع احتياجات المجتمع المصري، ومتطلباته، التي هي متغيرة وفقاً للظروف التي يواجهها المجتمع، كذلك الاهتمام بالجانب التقني، والتكنولوجي في تقديم دراما تلفزيونية جذابة شكلاً من ناحية التقنية.

٧- دراسة شيرين محمد أحمد أحمد عمر (٢٠٢٣) بعنوان: تأثير تقنية الواقع الافتراضي الغامر على إدراك الشباب الجامعي للأخبار الإلكترونية: دراسة شبه تجريبية^١: هدفت هذه الدراسة شبه التجريبية إلى قياس أثر استخدام تقنية الواقع الافتراضي في إدراك الجمهور للأخبار الإلكترونية، كما هدفت إلى رصد العلاقة بين قوة البصر، وإدراك الأخبار الإلكترونية، والسمات الديموجرافية، وقد استخدمت هذه الدراسة أداة التجربة والملاحظة، معتمدة في ذلك على المنهج شبه التجريبي. وكانت عينة الدراسة قوامها (٦٠ مفردة) مقسمة بالتساوي على مجموعتين، إحداها تجريبية، والأخرى ضابطة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: «شعور المبحوثين بأنهم في موقع الحدث» جاء في المقام الأول، ثم التركيز الشديد في تفاصيل الفيديو، أما عن قيمة تكنولوجيا الواقع الافتراضي في فهم الأخبار، فكانت النسبة الأكبر ممن يؤكدون على قيمتها الكبيرة، ثم القيمة المتوسطة، ولا يوجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في

^١ شيرين محمد أحمد أحمد عمر (٢٠٢٣) تأثير تقنية الواقع الافتراضي الغامر على إدراك الشباب الجامعي للأخبار الإلكترونية: دراسة شبه تجريبية، مجلة البحوث الإعلامية، (٦٤) ٣.

إدراك المادة الإخبارية التجريبية، رغم وجود علاقة بين اتجاهاتهم نحو تكنولوجيا الواقع الافتراضي، وفهمهم للأخبار التجريبية.

٨- هاله غزالي محمد الربيه (٢٠٢٣) بعنوان: أثر استخدام الوسائط المتعددة في الإعلانات التلفزيونية على إدراك الشباب الجامعي المصري للمحتوى المقدم: دراسة شبه تجريبية^١: الدراسة قوية من حيث تصميمها التجريبي، وتناولها لمؤثرات الوسائط المتعددة في الإعلان، وهو جانب بالغ الأهمية في عصر الصورة. إلا أن الدراسة اقتصرت على الجانب الإدراكي، والفهم دون التطرق إلى الأبعاد السلوكية، مثل: نوايا الشراء، أو بناء القيم، ما يجعلها محدودة في تقييم الأثر النهائي للإعلانات. استهدفت الدراسة تحقيق هدف رئيس يتمثل في رصد الوسائط المتعددة، وقياسها، من مؤثرات صوتية، وبصرية، في محتوى الإعلان التلفزيوني، وتأثيرها على مدركات الجمهور المتلقي من الشباب الجامعي المصري، واختبار تلك المؤثرات، من خلال إجراء تجربة على معدلات إدراك الشباب الجامعي، وجاءت الدراسة شبه تجريبية، معتمدة على المنهج التجريبي، ونظرية تمثيل المعلومات مرجعاً نظرياً للدراسة، وأداة الاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات من عينة الدراسة التي بلغت (٦٤) مفردة من الشباب الجامعي، مقسمة إلى مجموعتين (ضابطة، وتجريبية).

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك الأفراد للمحتوى الإعلاني التلفزيوني، والمؤثرات الصوتية، والبصرية المستخدمة. كما ظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد المجموعة التجريبية، والضابطة على مقياس الفهم، والتذكر المغلق لمحتوى الإعلانات التلفزيونية في القياس البعدي لصالح المجموعة التجريبية.

٩- دراسة رحاب سراج الدين محمد (٢٠٢٣) بعنوان: دور القائم بالاتصال في برامج التلفزيون بالقنوات الفضائية المصرية في تعزيز إدراك الشباب لمبادرة حياة

^١ هاله غزالي محمد الربيه (٢٠٢٣) أثر استخدام الوسائط المتعددة في الإعلانات التلفزيونية على إدراك الشباب الجامعي المصري للمحتوى المقدم: دراسة شبه تجريبية، مجلة البحوث الإعلامية، (٦٦) ٣.

كريمة^١: توفر هذه الدراسة رؤية ميدانية جيدة حول مساهمة الإعلام في تسويق المبادرات الوطنية. تكمن قوة الدراسة في الدمج بين آراء الجمهور، والقائمين بالاتصال، مما يمنحها توازناً منهجياً. إلا أنها ظلت حبيسة المفهوم الوصفي، ولم تحلل كيف؟، ولماذا؟ يتم التأثير. كما لم تتعرض للتحديات التي تواجه القائمين بالاتصال في هذا الدور. هدف البحث إلى الكشف عن دور القائم بالاتصال في برامج التلفزيون بالقنوات الفضائية المصرية لتعزيز إدراك الشباب بمبادرة حياة كريمة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (٣٢١) من الشباب المصري، و(٥٤) مفردة من القائمين بالاتصال العاملين بالقنوات الفضائية المصرية، واستخدمت استمارة الاستقصاء للحصول على المعلومات.

وقد تم التوصل إلى: استفادة الشباب من متابعة البرامج التلفزيونية في تناول مبادرة حياة كريمة في "فهم المبادرة التي يتم تقديمها، وتحفيز المشاركة الإيجابية لدى الشباب" والتي جاءت بالترتيب الأول بنسبة ٩٧،٤%، تلتها بالترتيب الثاني "التعرف على الجهود الذي تبذله الحكومة من أجل المواطنين، وتوعيتهم بالمبادرة" بنسبة ٩٠،١%، أما في الترتيب الثالث فجاء "جذب انتباهي نحو المبادرات بصفة عامة، ومبادرة حياة كريمة بصفة خاصة" بنسبة مئوية بلغت ٨٩،١%. كما توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الدور الذي يقوم به القائم بالاتصال في التعريف بمبادرة حياة كريمة، وإدراك الشباب لأهمية تلك المبادرة.

١٠- دراسة عبدالله بن علي آل مرعي (٢٠٢٤) بعنوان: إدراك الشباب السعودي لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيراتها على تحقيق جودة المحتوى المرئي عبر وسائل

^١ رحاب سراج الدين محمد (٢٠٢٣) دور القائم بالاتصال في برامج التلفزيون بالقنوات الفضائية المصرية في تعزيز إدراك الشباب لمبادرة حياة كريمة، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ٢٦.

الإعلام: دراسة ميدانية^١: من الدراسات المتقدمة التي تناولت تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى، وهو موضوع حديث ومهم. تحسب لها دقة التحليل الإحصائي، وتركيزها على إدراك الشباب. إلا أن الدراسة اعتمدت على تصور الشباب فقط دون تقييم تقني فعلي لجودة المحتوى. كما أنها لم تتناول الجوانب الأخلاقية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام. تحددت مشكلة الدراسة في الوقوف على إدراك الشباب السعودي لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وتأثيراتها في تحقيق جودة المحتوى المرئي عبر وسائل الإعلام، وقد اعتمدت الدراسة على نظرية ثراء الوسيلة، بسحب عينة متاحة من الشباب السعودي بلغ حجمها (٤٠٠) مفردة من متابعي المحتوى المرئي، الذي يعتمد على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة ٥٠% من عينة الدراسة أكدوا معرفتهم الواسعة بهذه التقنيات، وأن نسبة ٧٠,٤% من العينة تتمتع بإدراك مرتفع للمجالات التي يُستفاد فيها من هذه التقنيات، وثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدلات متابعة الشباب السعودي (عينة الدراسة) للمحتوى المرئي الذي يعتمد على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وإدراك الشباب السعودي للتأثيرات الناتجة عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحقيق جودة المحتوى المرئي، وكذلك وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين إدراك الشباب السعودي للتأثيرات الناتجة عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحقيق جودة المحتوى المرئي، وتأثير متابعة المحتوى المرئي الذي يعتمد على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في متابعة المحتوى التقليدي.

١١- دراسة وجدي حلمي (٢٠٢٤) بعنوان: إدراك الشباب المصري لثراء تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تشكيل الشخصية الرقمية لديهم: التطبيقات التفاعلية

^١ عبدالله بن على آل مرعي (٢٠٢٤) إدراك الشباب السعودي لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيراتها على تحقيق جودة المحتوى المرئي عبر وسائل الإعلام: دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، (٧٢) ٢.

نموذجاً^١: تناولت جانباً مركباً حول تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على "الشخصية الرقمية"، وهي فكرة أصيلة ومهمة. إلا أن الدراسة استخدمت مفاهيم كبيرة مثل "الذات الرقمية"، و"الهوية" دون تفكيك فلسفي، أو نقدي لها. أيضاً اعتمدت على قياس الإدراك الذاتي دون تحليل فعلي للسلوك الرقمي، أو محتوى التطبيقات. حاولت الدراسة التعرف على مستوى إدراك الشباب المصري لثراء تطبيقات الذكاء الاصطناعي التفاعلية، ودورها في تشكيل الشخصية الرقمية لديهم، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب المصري مستخدمي تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمراحل العمرية، والتعليمية المختلفة، ذكوراً وإناثاً.

وأظهرت النتائج أن جميع أبعاد الشخصية الرقمية (الذات الرقمية - والهوية الرقمية - والتفاعل والتواجد الرقمي - والأمان والخصوصية) جاءت نتائجها لتشير إلى إدراك المبحوثين بمدى تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي التفاعلية على تشكيل شخصيتهم الرقمية، كما اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة بين درجة استخدام الشباب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التفاعلية، وإدراكهم لثراء المعلومات بها، كما أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة بين درجة استخدام الشباب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التفاعلية، ومستوى ادراكهم لدورها في تشكيل الشخصية الرقمية لديهم.

١٢- دراسة سحر عبد المنعم محمود الخولي (٢٠٢٤) بعنوان: أثر استخدام الصحف الإلكترونية المصرية للنشرات الإخبارية على إدراك وتذكر الشباب الجامعي للمعلومات بالتطبيق على صحيفة اليوم السابع^٢: جاءت قوة الدراسة في تصميمها التجريبي، الذي اختبر النشرات الإخبارية الرقمية مقارنة بالنصوص التقليدية، وهو ما يعكس انتقال الوسائل الإعلامية نحو البصريات. رغم قوة النتائج، إلا أن اقتصار العينة

^١ وجدي حلمي (٢٠٢٤) إدراك الشباب المصري لثراء تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تشكيل الشخصية الرقمية لديهم: التطبيقات التفاعلية نموذجاً، مجلة جامعة مصر، (٤) عدد خاص (تحديات التنمية المستدامة في عصر الاتصال الرقمي).

^٢ دراسة سحر عبد المنعم محمود الخولي (٢٠٢٤) أثر استخدام الصحف الإلكترونية المصرية للنشرات الإخبارية على إدراك وتذكر الشباب الجامعي للمعلومات بالتطبيق على صحيفة اليوم السابع، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ٢٧.

على طلاب الفرقتين: (الثالثة، والرابعة) من تخصص معين يجعل نتائجها محدودة التعميم، كما لم تتناول الدراسة نوعية الأخبار، ومدى تأثيرها المعرفي، أو القيمي. هدفت الدراسة إلى اختبار مدى تأثير النشرات الإخبارية في الصحف الإلكترونية المصرية على معدلات التذكر، والإدراك، والكشف عن مدى قدرة المبحوثين على استرجاع المعلومات، من خلال تذكر الأماكن المرتبطة بالخبر. تقع هذه الدراسة ضمن الدراسات شبه التجريبية، اعتمدت الباحثة على المنهج التجريبي، باستخدام استبيان لتسجيل مقاييس للتذكر والإدراك للمبحوثين، خلال الفترة من ١-١١ - ٢٠٢٣، إلى ٣٠-١١-٢٠٢٣، واعتمدت الدراسة على عينة من الشباب الجامعي قوامها (٧٠) مبحوثاً من طلاب الفرقتين: (الثالثة، والرابعة).

وجاءت أهم نتائج الدراسة: ارتفاع نسبة التذكر لدى المجموعة التجريبية التي تعرضت للنشرات الإخبارية في موقع (اليوم السابع) ، عن المجموعة الضابطة التي تعرضت للنصوص المقروءة فقط، وارتفاع نسبة الإدراك لدى المجموعة التجريبية التي تعرضت للنشرات الإخبارية في موقع (اليوم السابع) ، عن المجموعة الضابطة التي تعرضت للنصوص المقروءة فقط. ثبتت صحة الفرض العلمي: يؤثر عرض الأخبار بطريقة النشرات الإخبارية في الصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعي، وتذكرهم للمعلومات، أكثر من عرضها بالنصوص المقروءة.

١٣- دراسة كريمة كمال طنطاوي كامل (٢٠٢٥) بعنوان: إدراك الشباب المصري لمعايير ثراء الصحف الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي وعلاقته باستخدام تلك الوسائل لمتابعة المضمون المتخصص^١: الدراسة متكاملة من حيث الربط بين إدراك الشباب لثراء الوسائل الرقمية، وسلوكيات التلقي للمضامين المتخصصة. تفوقت في تنوع المضمون محل التحليل (سياسي، واقتصادي، وترفيهي...). ومع ذلك، ظلت النتائج تصف دون تفسير كافٍ كيف يؤثر "الثراء" على الاستخدام، كما أنها لم توضح

^١ كريمة كمال طنطاوي كامل (٢٠٢٥) إدراك الشباب المصري لمعايير ثراء الصحف الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي وعلاقته باستخدام تلك الوسائل لمتابعة المضمون المتخصص، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٩٠.

العلاقة بين تقييم الثقة، وبين نوعية المنصة والمحتوى. استهدفت الدراسة رصد إدراك الشباب المصري، وتحليله، وتفسيره لمدى توافر معايير الثراء بالصحف الإلكترونية، ومنصات التواصل الاجتماعي، وانعكاس ذلك على نمط استخدامهم لتلك الوسائل في متابعة المضمون المتخصص بشكل عام، والمضامين التالية على وجه التحديد: السياسة، والجريمة، والاقتصاد، والرياضة، والترفيه، والدين، والصحة، والعلوم والتكنولوجيا. وهى دراسة تحليلية تفسيرية، مستخدمة لمنهج المسح الإعلامي، وأساليب المقارنة المنهجية، وتم توظيف نظريتي: الاستخدامات والإشباع، وثراء وسائل الإعلام، وتم تطبيق أداة استمارة الاستبيان الإلكترونية على عينة قوامها (٥٠٠) مفردة.

وتوصلت إلى أن العينة تهتم بالمضمون المتخصص، وتبحث عنه، وتجد منصات التواصل الاجتماعي أكثر ثراءً من الصحف الإلكترونية؛ وكان الفيسبوك أكثر المنصات ثراءً. واتضح وجود علاقة بين إدراك العينة لمدى ثراء الصحف الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي، وبين طبيعة المضمون المتخصص المناسب للنشر فيهما، واتفقت العينة أن أضعف عناصر الثراء بالصحف الإلكترونية، ومنصات التواصل الاجتماعي هي الثقة بالمعلومات المنشورة بهما، وإن كانت معدلات الثقة بالصحف الإلكترونية أعلى من منصات التواصل الاجتماعي.

١٤- دراسة عادل عدنان عبد الرحمن عبد الرحمن (٢٠٢٥) بعنوان: تعرض الشباب العراقي للمحتوى الإخباري في شبكة الإعلام العراقي وعلاقته بمستوى الوعي السياسي لديهم^١: تناولت العلاقة بين التعرض للمحتوى الإخباري، والوعي السياسي لدى الشباب العراقي، وهو سياق مختلف وثرى. يُحسب لها الربط بين الدوافع الطقوسية، والتعرض السياسي، لكنها لم تذهب بعيداً في تحليل التأثيرات المعرفية، أو القيمية، وظلت تركز على "الكثافة" دون تحليل نوعي للمحتوى الإعلامي المقدم من شبكة الإعلام العراقي. هدفت الدراسة إلى التعرف على تعرض الشباب العراقي

^١ عدنان عبد الرحمن عبد الرحمن (٢٠٢٥) تعرض الشباب العراقي للمحتوى الإخباري في شبكة الإعلام العراقي وعلاقته بمستوى الوعي السياسي لديهم، مجلة البحوث الإعلامية، (٧٣) ٣.

للمضامين الإخبارية على شبكة الإعلام العراقي، وعلاقته بمستوى الوعي السياسي لديهم، تعد الدراسة من الدراسات الوصفية، والتي تستهدف الاهتمام بظاهرة محددة؛ تتمثل في البحث عن مدى تعرض الشباب العراقي للمضامين الإخبارية على شبكة الإعلام العراقي، والبحث في علاقته بمستوى الوعي السياسي لديهم، بالاعتماد على منهج المسح بشقيه: الوصفي، والتحليلي، وذلك بإجراء استبانة رأي عينة من الشباب العراقيين. وتم التطبيق على عينة عمدية من الشباب العراقي المتابع للمضامين الإخبارية على شبكة الإعلام العراقي، قوامها (٤٠٠) مفردة.

وخلصت الدراسة إلى أنه: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب للمضامين الإخبارية على شبكة الإعلام العراقي، ومستوى الوعي السياسي لديهم، كما أوضحت النتائج أيضاً تصدر دافع (أتابع الأخبار عبر شبكة الإعلام العراقي من أجل التواصل، ومشاركة الآراء مع الآخرين حول القضايا السياسية) للدوافع الطوقسية لدى المبحوثين.

التعليق العام على الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الأدبيات، والدراسات السابقة يتضح لنا عدة مؤشرات، أهمها:

١- **التنوع الموضوعي:** حيث تنوعت الدراسات ما بين دراسات اقتصادية وتنموية تناولت تحليل أثر المشروعات القومية على التنمية المستدامة، والاقتصاد الوطني، ودراسات إعلامية، واتصالية تناولت دور وسائل الإعلام المختلفة (الصحف، والبرامج الحوارية، ومواقع التواصل) في تقديم صورة المشروعات القومية، ودراسات اجتماعية، وسلوكية تناولت تأثير وسائل الإعلام على إدراك الجمهور، وتوجهاته السياسية، ووعيه.

هذه التعددية أغنت الحقل البحثي، ولكنها أوجدت تفاوتاً في التركيز جعل من الضروري الربط بينها، من خلال دراسة تجمع بين الإعلام الرقمي، والرأي العام، والخطاب التنموي، وهي الزاوية التي تتبناها الدراسة الحالية.

٢- **غلبة المنهج الوصفي التحليلي:** اعتمدت معظم الدراسات على المنهج الوصفي التحليلي، سواء في دراسة المشروعات نفسها، أو في تحليل الأطر الإعلامية، أو في فهم توجهات الجمهور. ولجأ القليل منها إلى المنهج المقارن، أو التاريخي. على

الجانب الآخر، تفتقر الدراسات إلى المنهج التجريبي، أو التفاعلي القادر على قياس أثر الإعلام الرقمي تفاعلياً على الاتجاهات.

٣- ضعف الاهتمام بالبوابات الإخبارية، بوصفها وسيلة مستقلة: رغم أن بعض الدراسات تطرقت إلى الإعلام الرقمي، فإن البوابات الإخبارية الإلكترونية لم تنل اهتماماً كافياً؛ بوصفها وسيطاً مستقلاً له خصائصه (مصدقية، وسرعة، وتفاعلية)، ولا توجد دراسات منهجية سابقة تناولت البوابات الإخبارية بوصفها متغيراً مستقلاً أو مؤثراً مباشراً في تشكيل الاتجاهات، بل غالباً ما تم ضمها تحت مظلة "الإعلام الجديد" بشكل عام.

٤- عدم الربط المنهجي بين ثلاثية (المحتوى - والوسيلة - والجمهور): من أبرز الملاحظات أن الدراسات السابقة ركزت -غالباً- على بعد واحد: إما تحليل مضمون (المحتوى)، أو تحليل إدراك الجمهور، أو تحليل الأداء التنموي والسياسي للمشروعات. لكن هناك قلة (مثل دراسة نرمين إبراهيم) حاولت الجمع بين تحليل استراتيجيات الاتصال، والمضامين، واتجاهات الجمهور في آن واحد.

نقاط القوة في الدراسات السابقة:

- ١- تغطية شاملة للمشروعات القومية الكبرى بمختلف الجوانب (اقتصادي، وإداري، وإعلامي).
- ٢- وجود دراسات حديثة نسبياً؛ مما يعكس أهمية الموضوع.
- ٣- اعتماد متنوع على نظريات إعلامية (الأطر، والاعتماد، والاتصال الحكومي)، مما يدعم الخلفية النظرية.

الفجوة البحثية:

- ١- قلة الدراسات المتخصصة في الإعلام الرقمي الجديد (البوابات الإلكترونية خاصة).
- ٢- ضعف الربط بين تغطية الإعلام الرقمي، والاتجاهات السياسية تجاه الحكومة، والمشروعات
- ٣- محدودية الاعتماد على أدوات تحليل المحتوى الحديثة (تحليل شبكي، وتحليل بيانات تفاعلية).

٤- غياب التعمق في تباين التناول بين بوابات ذات ملكية مختلفة (حكومية، وخاصة، وحزبية).

٥- انفصال دراسات الأداء الحكومي، ودراسات التغطية الإعلامية، رغم أن الرأي العام يتأثر بتفاعلهما معاً.

مشكلة الدراسة:

تتبع مشكلة هذه الدراسة من ملاحظة وجود تباين في مستوى وعي الجمهور المصري بالمشروعات القومية الكبرى التي تنفذها الدولة، رغم الزخم الإعلامي المصاحب لهذه المشروعات عبر مختلف المنصات، لا سيما البوابات الإخبارية الإلكترونية. فعلى الرغم من اتساع نطاق هذه البوابات، وسهولة الوصول إليها، لا يزال هناك تساؤلاً حول مدى قدرتها الحقيقية على توصيل الرسائل التنموية بشكل فعال، وشامل، ومدى إسهامها في تعزيز الفهم المجتمعي لأهداف تلك المشروعات، وجدواها. كما يثير ذلك تساؤلات حول جودة المحتوى المقدم، ومدى التوازن بين الطرح الإعلامي، والدعائي، ومدى التفاعل بين الوسيلة الإعلامية، والمتلقي.

وتزداد أهمية هذه المشكلة في ظل التغيرات المستمرة في أنماط استهلاك الجمهور للمحتوى الإعلامي، وتزايد الاعتماد على الإنترنت بوصفه مصدراً رئيساً للأخبار، ما يجعل من الضروري دراسة أداء البوابات الإخبارية الإلكترونية، وتقييم دورها في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا الوطنية الكبرى. ومن هنا، تسعى هذه الدراسة إلى تحديد الفجوة - إن وجدت - بين الرسالة الإعلامية المتعلقة بالمشروعات القومية كما تقدمها البوابات الإخبارية، وبين وعي الجمهور، واستجابته لها، بما يسهم في تطوير الخطاب الإعلامي، وتحسين استراتيجيات التواصل مع الجمهور.

أهمية الدراسة:

١- قلة الدراسات العربية، والأجنبية التي تناولت معالجة البوابات الإخبارية المصرية للمشروعات القومية، ووعي الجمهور المصري بهذه المشروعات.

٢- تتبع أهمية هذه الدراسة من اختيارها لفروض نظرية فجوة المعرفة، وهذه النظرية ذات أهمية في تزويد الجمهور بالمعلومات، والحقائق حول المشروعات القومية، مما يسهم في تهيئته لتقييم أداء الحكومة بشأنها.

٣- تبرز أهمية الدراسة من خلال الدور الذي تؤديه البوابات الإخبارية المصرية في رفع وعي الجمهور المصري بهذه المشروعات.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس هو: التعرف على دور البوابات الإخبارية الإلكترونية في زيادة وعي الجمهور المصري بالمشروعات القومية، وتنطبق منه الأهداف الفرعية التالية:

- ١- التعرف على البوابات الإخبارية التي يتابعها الجمهور بشكل دوري.
- ٢- التعرف على نوعية المحتوى الذي يفضلها الجمهور عند تصفح البوابات الإخبارية.
- ٣- التعرف على درجة تعرض الجمهور للمشروعات القومية عند تصفح البوابات الإخبارية.
- ٤- رصد المشروعات القومية التي تم تناولها في الأخبار بشكل أكبر.
- ٥- الكشف عن نوع المحتوى الذي يتم تغطيته عن المشروعات القومية.
- ٦- التعرف على العوامل التي تزيد من تأثير التغطية الإعلامية على وعي الجمهور للمشروعات القومية.
- ٧- التعرف على درجة الثراء المعلوماتي بالبوابات الإخبارية المصرية عن المشروعات القومية.
- ٨- التعرف على درجة مساهمة البوابات الإخبارية في رفع الوعي حول أهمية المشروعات القومية.
- ٩- الكشف عن كيفية تفاعل الجمهور مع مضامين البوابات الإخبارية عن المشروعات القومية.
- ١٠- التعرف على مساهمة البوابات الإخبارية في زيادة معرفة الجمهور بالمشروعات القومية.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيسي وهو: ما دور البوابات الإخبارية الإلكترونية في زيادة وعي الجمهور المصري بالمشروعات القومية، وتنطبق منه التساؤلات الفرعية التالية:

- ١- ما هي البوابات الإخبارية التي تتابعها بشكل دوري؟
 - ٢- ما هي نوعية المحتوى الذي تفضله عند تصفح البوابات الإخبارية؟
 - ٣- ما مدى تعرضك للمشروعات القومية عند تصفح البوابات الإخبارية؟
 - ٤- ما هي المشروعات القومية التي تم تناولها في الأخبار بشكل أكبر؟
 - ٥- ما هو نوع المحتوى الذي تتم تغطيته عن المشروعات القومية؟
 - ٦- كيف يسهم التنوع في المصادر الإعلامية في تغيير تصور الجمهور حول المشروعات القومية؟
 - ٧- ما درجة الثراء المعلوماتي بالبوابات الإخبارية المصرية عن المشروعات القومية؟
 - ٨- إلى أي درجة تسهم البوابات الإخبارية في رفع الوعي حول أهمية المشروعات القومية؟
 - ٩- كيف تتفاعل مع المضامين المقدمة عبر البوابات الإخبارية عن المشروعات القومية؟
 - ١٠- إلى أي مدى أسهمت البوابات الإخبارية في زيادة معرفتك بالمشروعات القومية؟
- فروض الدراسة:

- ١- توجد علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض البوابات الإخبارية عن المشروعات القومية، ووعي الجمهور بأهمية المشروعات القومية.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية بين مصداقية البوابات الإخبارية في تغطية المشروعات القومية، ودرجة تفاعل الجمهور مع البوابات الإخبارية عند عرض المشروعات القومية.
- ٣- توجد علاقة ارتباطية بين كفاية المعلومات التي تقدمها البوابات الإخبارية عن المشروعات القومية، وزيادة معرفة الجمهور بالمشروعات القومية.
- ٤- توجد علاقة ارتباطية بين استخدام البوابات الإخبارية للوسائل المتعددة في تغطية المشروعات القومية، وفهم الجمهور للمشروعات القومية.

نوع الدراسة:

تتتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي لا تقف عند مرحلة جمع البيانات، بل تمتد إلى تصنيفها، وتحليلها، وتفسيرها، واستخلاص نتائج، ودلالات مفيدة، وتسعى

الدراسة إلى التعرف على مستوى وعي الجمهور عن للمشروعات القومية من خلال البوابات الإخبارية المصرية.

منهج الدراسة:

يعد منهج المسح أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد، وسلوكهم، وإدراكهم، ومشاعرهم، واتجاهاتهم، كما أنه يعد أحد المناهج الرئيسة لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي، أو التحليلي؛ حيث يسمح بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد، مثل: السمات العامة، والاجتماعية، والنفسية، وكذلك أنماط السلوك الاتصالي. وفي هذا السياق، استخدمت الدراسة منهج المسح؛ لمسح اتجاهات الجمهور عند تعرضها للمشروعات القومية من خلال البوابات الإخبارية المصرية، وعلاقتها بمستوى وعيهم لهذه المشروعات.

مجتمع الدراسة:

(١) مجتمع الدراسة المكاني:

تمثل مجتمع الدراسة في جميع الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت، والبوابات الإخبارية بوجه عام بمختلف مستوياتهم التعليمية، وتنوعهم في النوع والأعمار، وعلى اختلاف درجات تعرضهم للمواقع الإلكترونية، والبوابات الإخبارية.

(٢) مجتمع الدراسة الزماني:

تم تطبيق الدراسة الميدانية خلال شهري: يناير، وفبراير من عام ٢٠٢٥م؛ حيث تم توزيع استمارة الاستبيان على الجمهور؛ للتعرف على مستوى وعيهم عند تعرضه للمشروعات القومية من خلال البوابات الإخبارية المصرية.

(٣) مجتمع الدراسة الموضوعي:

قامت الباحثة - من خلال تصميمها للاستبيان - بالتركيز على العناصر الآتية:

- البوابات الإخبارية التي يتابعها الجمهور.
- مدى التعرض للمشروعات القومية عند تصفح البوابات الإخبارية.
- المشروعات القومية التي تم تناولها في الأخبار بشكل أكبر.
- نوع المحتوى الذي تتم تغطيته عن المشروعات القومية.
- درجة الثراء المعلوماتي بالبوابات الإخبارية المصرية عن المشروعات القومية.

- درجة مساهمة البوابات الإخبارية في رفع الوعي حول أهمية المشروعات القومية.
 - كيفية التفاعل مع المضامين المقدمة عبر البوابات الإخبارية عن المشروعات القومية.
 - مدى مساهمة البوابات الإخبارية في زيادة معرفة الجمهور بالمشروعات القومية.
- عينة الدراسة:**

اعتمدت هذه الدراسة على عينة عمدية من الجمهور العام من مستخدمي البوابات الإخبارية، والمتابعين للمشروعات القومية؛ حيث بلغ قوامها (٤١١) مفردة صالحة، بعد جمع (٤٣٠) استمارة، واستبعاد (١٩) استمارة غير مكتملة. وتم الحصول على هذه العينة من خلال نشر الاستبيان في مجموعات "فيسبوك" التي تهتم بالشأن العام، أو المشروعات التنموية. ونظراً لقلّة عدد الأشخاص الذين يمكن التوصل إليهم عبر الاستبيان الورقي، تم الاعتماد على الاستبيان الإلكتروني للوصول إلى عدد كاف يمثل عينة الدراسة التي يتم التطبيق عليها.

أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة على استمارة الاستبيان من خلال جمع بيانات مباشرة من عينة الدراسة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدماً، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة، ووجهات نظر الباحثين، واتجاهاتهم، والدوافع، والعوامل، والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة.

على هذا الأساس، تم تصميم استمارة استبيان موجهة إلى مستخدمي البوابات الإخبارية، والمتابعين للمشروعات القومية. واستخدمت الباحثة الإلكتروني للحصول على أكبر عدد إجابات.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية "ثراء وسائل الإعلام"، أو "ثراء المعلومات" (Media Richness Theory)، التي تُستخدم لتصنيف وسائل الاتصال المختلفة، وتقييمها، مثل: المكالمات الهاتفية، والبريد الإلكتروني، والمؤتمرات المرئية. على سبيل المثال، لا يمكن للمكالمات الهاتفية نقل إشارات اجتماعية مرئية مثل الإيماءات، مما يجعلها وسيلة اتصال أقل ثراءً مقارنةً بالمؤتمرات المرئية، التي تسمح بنقل الإيماءات إلى حد

ما، وتتفاوت وسائل الإعلام في قدرتها على نقل الرسائل، وتعتمد هذه القدرة بشكل أساس على الإمكانيات التقنية، والفنية لكل وسيلة، بالإضافة إلى الرموز التي يمكن أن تنتجها، ودرجة التفاعل التي تتيحها، مما يؤثر على فهم المتلقي، وتحقيق أهداف التواصل^١.

تهدف نظرية ثراء الوسيلة إلى معالجة التحديات الاتصالية التي تواجهها المنظمات، مثل: الرسائل الغامضة، أو التي قد تحمل تفسيرات متناقضة. منذ طرحها لأول مرة، تم دراسة هذه النظرية بشكل واسع؛ حيث قام مؤلفوها بنشر العديد من المقالات، والنقاشات الإضافية التي تناولت موضوع ثراء الوسائل الإعلامية. كما شملت هذه الدراسات تحليل القدرة على اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة مهارة عملية تسهم في تحسين فعالية الاتصال^٢.

تضع نظرية (ثراء وسائل الإعلام) وسائل الاتصال على مقياس مستمر، يعكس قدرة كل وسيلة على نقل الرسائل المعقدة بكفاءة. فعلى سبيل المثال، عندما تكون الرسالة بسيطة، مثل: إخبار شخص بمكانك، يمكن نقلها بسهولة عبر رسالة نصية قصيرة، أو باستخدام تطبيقات مثل: البريد الإلكتروني، أو واتساب؛ حيث تكفي هذه الأدوات للغرض المطلوب. أما عندما يتعاون فريق من شخصين، أو أكثر لإتمام مهمة اتصالية معقدة، مثل: شرح كيفية إجراء العمليات الجراحية للطلاب، فإن الوسيلة الأكثر فعالية هي الاتصال المباشر وجهًا لوجه. ذلك لأن الاتصال المباشر يوفر درجة أعلى من الثراء، بفضل ردود الفعل الفورية، وتمكين المشاركين من استخدام مجموعة متنوعة من أدوات التواصل، مثل: الكلمات، والإشارات الصوتية، والتواصل غير اللفظي

^١ ليث عبد الستار اللهبي (٢٠١٤)، التعددية السياسية والإعلامية وأثرها في بناء القصة الخبرية في الصحافة الإلكترونية- دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية العراقية، رسالة ماجستير

غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الصحافة، ص٣٢

^٢ Draft, R.L & Lengel, R.H (August 1989), The Selection Of Communication: Media as an Executive Skill, **The Academy of Management Executive**, Vol.2, No. 3 .pp 225-232

كالإيماءات واللمس. وبالتالي، تُعد نظرية (ثراء الوسيلة) الاتصال المباشر هو الأكثر فاعلية في تقليل الغموض، والالتباس المرتبط بالرسائل الاتصالية^١. يعرف (Muller) الثراء بأنه قدرة الوسيلة الاتصالية على نقل المعلومات، من خلال إرسال مجموعة متنوعة من الرموز، مع توفر رجوع الصدى الفوري لهذه الوسيلة. كما يُعرف الثراء أيضاً بأنه القدرة المحتملة للوسيلة على نقل البيانات، والمعلومات. ويتضمن الثراء مكونين رئيسيين:

١- قدرة الوسيلة الاتصالية على نقل المعلومات من المرسل، بما في ذلك الأفكار والمشاعر، بالإضافة إلى قدرتها على نقل رجوع الصدى.
٢- سعة حمل الرموز، وتعني قدرة الوسيلة الثرية على نقل المعلومات المتعلقة بالأشياء، أو الأشخاص المشاركين في عملية الاتصال.
أما بالنسبة لمفهوم الالتباس، فإنه يتضمن مصطلحين مترابطين يوجد بينهما فروق جوهرية، هما:

- عدم التأكد (Uncertainty): يُستخدم مصطلح عدم التأكد عندما يكون هناك نقص في المعلومات المتوفرة لدى أطراف العملية الاتصالية.

- الغموض (Ambiguity): يُقصد بالغموض: تعدد المعاني الناتج عن التفسيرات المختلفة حول قضية، أو موضوع معين.

الفرق بينهما يكمن في أن عدم التأكد يحدث عندما يكون أطراف الاتصال مدركين للجوانب المفقودة في المعلومات التي يحتاجونها، بينما الغموض يحدث عندما يكون هناك تشويش، ولا يعرف أطراف الاتصال أصلاً ما المعلومات التي يجب أن يحصلوا عليها^٢.

فروض النظرية:

¹ Rulf Muller (2003). Determinants for External Communications Of IT Project Managers, **International Journal For Project Management**, Vol. 21, pp. 345-354

² S. Sitin, K. Sutcliffe, J. Barrios-Choplin (1992), A Dual-Capacity Model Of Communication Media Choice In Organizations, **Human Communication Research**, Vol. 18, No. 4, pp. 563-598.

تفترض هذه النظرية فرضين أساسين: الفرض الأول: أن الوسائل الإعلامية، والتكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من البيانات، والمعلومات، بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها، بالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض، والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها. أما الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامي وهي: سرعة رد الفعل، وقدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة، مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية^١.

ومن هنا يمكن القول بأن نظرية (ثراء الوسيلة) تفترض اختلاف قدرات الوسائل الاتصالية في القدرة علي تغيير فهم المتلقي، واتجاهاته؛ إذ يسعى القائم بالعملية الاتصالية على اختيار الوسائل التي تتمتع بثراء يمكنها من التغلب على الغموض، وعدم التأكد المصاحب للعملية الاتصالية؛ مما ينعكس على المتلقي، ويدرك بأن هذه الوسيلة ملائمة له أكثر من غيرها.

توظيف النظرية في الدراسة الحالية:

يمكن توظيف نظرية ثراء الوسيلة في هذه الدراسة من خلال:

- تصنيف أدوات التغطية الإعلامية كآلاتي: الفيديوهاات والبث المباشر تُعدّ الأكثر ثراءً؛ لدمجها بين الصوت والصورة، وإتاحة التفاعل الفوري. تليها الرسوم التوضيحية، بينما تُعدّ المقالات النصية الأقل ثراءً؛ لاعتمادها فقط على الكلمات دون إشارات غير لفظية، أو تفاعل مباشر.

- توفر الوسائل الغنية (مثل البث المباشر والفيديوهاات التفاعلية) بيئة تسمح بالتعليقات، والنقاشات، مما يعزز إدراك الجمهور، وتعدد وجهات النظر حول المشروعات القومية. في المقابل، تقل فرص التفاعل في الوسائل النصية، ما قد يؤدي إلى إدراك أحادي، أو محدود.

^١ ولاء عبد الرحمن فودة (٢٠١٧)، اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على الإعلام الجديد في تحقيق التفاعل مع وسائل الإعلام الدولي، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون*، ١٠، ص ١٤٦.

- قياس تأثير مستوى الثراء في البوابات الإخبارية على إدراك الجمهور للمشروعات القومية؛ لمعرفة أي نوع منها كان له أكبر تأثير في تشكيل رأيهم.

- يسهم التفاعل الاجتماعي مثل: التعليقات، والمشاركات في تعميق فهم الجمهور، وتشجيعه على التفاعل مع المشروعات القومية. وتُظهر البوابات الإخبارية ذات الطابع التفاعلي قدرة أكبر على تعزيز وعي الجمهور، وتحفيز مشاركته.

أساليب الصدق والثبات:

(أ) الصدق:

استخدم الباحث طريقة صدق المحكمين أو البناء (Construct Validity) للتحقق من صدق الاستمارة، حيث تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة، والمحكمين من ذوي الاختصاص في المجال الإعلامي، واستجاب الباحث لآراء السادة المحكمين، وقام بإجراء ما يلزم من تعديلات في ضوء مقترحاتهم، وبذلك خرجت استمارة الاستبيان في صورتها النهائية(*).

(ب) الثبات:

استخدم الباحث طريقة معامل ألفا كرونباخ عن طريق برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " SPSS " Statistical Package Of Social Science لقياس

(*) أسماء السادة المحكمين الذين عُرِضت عليهم استمارة الاستبيان:

أ.د/ حلمي محمود محسب، أستاذ الإعلام الإلكتروني وعميد كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال السابق جامعة جنوب الوادي.

أ.د/ هالة كمال أحمد نوفل، أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الأسبق جامعة جنوب الوادي.

أ.د/ إسلام أحمد عثمان، أستاذ العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة بني سويف.

أ.م.د/ هاني فوزي عبدالغني، أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة جنوب الوادي.

أ.م.د/ عبده قناوي أحمد، أستاذ الإعلام الإلكتروني المساعد بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة جنوب الوادي.

ثبات الاستبيان. وكان معامل ثبات ألفا كرونباخ يساوى ٠,٨٠٩ وهو معامل ثبات قوي.

مفاهيم الدراسة:

١- البوابات الإخبارية:

هي عبارة عن مجموعة المنصات الرقمية التي تقوم بعرض الأخبار، والمعلومات من مصادر متعددة، سواء كانت محلية أو عالمية، وتقدمها للمستخدمين عن المشروعات القومية التي تقوم بها الدولة.

٢- وعي الجمهور:

هو مستوى الإدراك، والمعرفة، والفهم الذي يمتلكه الأفراد تجاه المشروعات القومية، كما يتجلى من خلال مدى اطلاعهم على تفاصيل هذه المشروعات، وأهدافها، ومراحل تنفيذها، وتأثيرها المتوقع على حياتهم اليومية، والمجتمع ككل. ويُقاس هذا الوعي من خلال مجموعة من المؤشرات، مثل: مدى متابعة الجمهور للمحتوى المتعلق بالمشروعات القومية عبر البوابات الإخبارية الإلكترونية، ومستوى الفهم للمعلومات المقدمة، والقدرة على تمييز الحقائق من الشائعات.

٣- المشروعات القومية:

هي مجموعة المبادرات، أو المشروعات التي تنفذها الدولة لتحقيق أهداف استراتيجية وطنية، تتعلق بالتنمية المستدامة، والنمو الاقتصادي، وتحقيق العدالة الاجتماعية، وتحسين جودة الحياة للمواطنين، أو تعزيز قدرة الدولة على المنافسة في مختلف المجالات، والقطاعات، مثل: البنية التحتية، والطاقة، والنقل، والتعليم، والصحة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

اعتمدت الباحثة على برنامج SPSS في إدخال بيانات الدراسة للكمبيوتر؛ لاستخراج الدلالات، والمعاملات الإحصائية، التي تتضمن قياس فروض الدراسة، والتحقق منها، وتم الاعتماد على معاملات اختبار سبيرمان، ومعامل التوافق، بالإضافة إلى الجداول التكرارية البسيطة، وحساب معامل الثبات من خلال طريقة ألفا كرونباخ

نتائج الدراسة ومناقشتها:

النتائج العامة للدراسة:

جدول (٢) البوابات الإخبارية التي تتابعها بشكل دوري (اختيار أكثر من إجابة)

ك	%	
٩٦	١٣	الأهرام
٣٠٩	٤٢	اليوم السابع
٥٤	٧,٣	مصر اوي
٢٧	٣,٧	الدستور
١٦٢	٢٢	المصري اليوم
٢٤	٣,٣	الشروق
٦٤	٨,٧	الأخبار
٧٣٦	١٠٠	الإجمالي
ن = ٤١١		

تشير نتائج الجدول إلى وجود تفاوت واضح في نسب متابعة الجمهور للبوابات الإخبارية الإلكترونية؛ حيث تصدرت "اليوم السابع" القائمة، تلتها "المصري اليوم"، و"الأهرام"، ثم "بوابة الأخبار"، بينما جاءت "مصر اوي"، و"الدستور"، و"الشروق" في المراتب الأخيرة. هذا التوزيع يعكس توجهات الجمهور نحو البوابات التي تجمع بين السرعة، والتفاعل، والتنوع في المحتوى.

ويُعزى تفوق "اليوم السابع" إلى قدرتها على تقديم محتوى محدثاً باستمرار، وتفاعلها القوي على مواقع التواصل، ما يعزز حضورها الرقمي. بينما تحافظ "المصري اليوم" على جمهورها بفضل أسلوبها التحليلي، ومصادقيتها. أما البوابات ذات الطابع التقليدي، مثل "الأهرام" و"الشروق"، فتواجه تحديات في التكيف مع متطلبات المحتوى الرقمي الحديث، ما يفسر تراجع نسب متابعتها مقارنة بالمنصات الأكثر حداثة.

جدول (٣) نوعية المحتوى الذي تفضله عند تصفح البوابات الإخبارية

ك	%	
١٣٨	٣٣,٦	أخبار سياسية
١١١	٢٧	أخبار رياضية

أخبار ثقافية وفنية	٤٥	١٠,٩
أخبار اقتصادية	٣٠	٧,٣
أخبار علمية	٣٣	٨
أخبار اجتماعية	٥٤	١٣,٢
الإجمالي	٤١١	١٠٠

تشير نتائج الجدول إلى أن الأخبار السياسية تأتي في صدارة اهتمامات الجمهور عند تصفحهم للبوابات الإخبارية، وهو ما يعكس إدراكاً واسعاً لأهمية القضايا السياسية، وتأثيرها المباشر على حياتهم اليومية، مثل: القرارات الحكومية، والتطورات الإقليمية. يليها في الأهمية الأخبار الرياضية، مدفوعة بالشغف الكبير بالرياضة، خاصة كرة القدم، التي تحظى بجماهيرية واسعة في مختلف الفئات العمرية والاجتماعية. في المرتبة الثالثة جاءت الأخبار الاجتماعية، التي ترتبط مباشرة باهتمامات الناس اليومية مثل: التعليم، والصحة، فيما تراجعت الأخبار الثقافية والفنية إلى المركز الرابع رغم وجود جمهور متابع لها. أما الأخبار العلمية والاقتصادية فجاءتا في المرتبتين: الخامسة، والسادسة على التوالي، ما يشير إلى أن المحتوى التخصصي، أو المعقد لا يحظى بنفس القدر من التفاعل، رغم أهميته في التأثير على حياة الأفراد والمجتمع على المدى الطويل. واختلفت هذه النتيجة مع دراسة أمنية سامي محمد عامر (٢٠١٨م) التي توصلت نتائجها إلى أن الموضوعات الاقتصادية جاءت في صدارة الموضوعات التي تهتم الشباب الجامعي.

جدول (٤) مدى التعرض للمشروعات القومية عند تصفح البوابات الإخبارية

	ك	%
دائماً	١٠٢	٢٤,٨
أحياناً	٢٣٧	٥٧,٧
نادراً	٧٢	١٧,٥
الإجمالي	٤١١	١٠٠

تشير نتائج الجدول إلى تباين ملحوظ في مدى تعرض الجمهور للمحتوى المتعلق بالمشروعات القومية على البوابات الإخبارية، حيث صرّح ٥٧,٧% من الجمهور بأنهم يتعرضون لها "أحياناً"، ما يعكس اهتماماً مرحلياً يتأثر بحجم المشروع، أو أهميته الإعلامية في وقت معين. في المقابل، ٢٤,٨% من الجمهور يتابعون هذه المشروعات "دائماً"، مما يدل على وجود فئة واعية تهتم بمتابعة الشأن التنموي بشكل مستمر، وتُدرّك أثر هذه المشروعات على الواقع الاقتصادي والاجتماعي.

أما ١٧,٥% من الجمهور الذين نادراً ما يتعرضون لهذا المحتوى، فيشيرون إلى فجوة في الجذب، أو في تقديم المعلومات المتعلقة بالمشروعات القومية، وهو ما قد يرتبط بانخفاض الاهتمام، أو بسقف التوقعات من الرسائل الإعلامية الرسمية. وتعكس هذه النتائج الحاجة إلى تطوير أساليب العرض الإعلامي؛ لجعل التغطية أكثر جذباً، وتنوعاً، بما يوسّع قاعدة المتابعين، ويُعزز وعيهم بالدور الحيوي لهذه المشروعات في دعم التنمية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أمنية عبد الرحمن أحمد ومنى جابر هاشم (٢٠١٧) التي توصلت إلى أن التعرض الكثيف من شأنه التأثير على المبحوثين، وتغيير وجهات نظرهم، وتشكيلها، فكلما زاد التعرض لمواقع التواصل، ومواقع الصحف زاد اعتقاد الجمهور، وتأييده للمشروعات القومية المصرية.

جدول (٥) المشروعات القومية التي تم تناولها في الأخبار بشكل أكبر

ك	%	
٥٧	١٣,٩	مشروع قناة السويس الجديدة
١٤٧	٣٥,٨	مشروعات الإسكان الاجتماعي
٧٥	١٨,٢	مشروعات الطرق والكباري
٥١	١٢,٤	مشروع الطاقة المتجددة
٤٢	١٠,٢	مشروعات المياه والصرف الصحي
٣٩	٩,٥	مشاريع أخرى
٤١١	١٠٠	الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى أن مشروعات الإسكان الاجتماعي تصدرت التغطية الإعلامية للمشروعات القومية؛ نظراً لارتباطها المباشر بحياة المواطنين، واحتياجاتهم الأساسية، خاصة فئات الدخل المحدود. ويعكس ذلك اهتماماً جماهيرياً واسعاً، كون هذه المشروعات تُسهم في تحسين مستوى المعيشة، وتخفيف التكدس السكاني، ما يجعلها محط تركيز الإعلام. تلتها مشروعات الطرق والكباري في المرتبة الثانية، لما لها من دور حيوي في دعم التنمية من خلال تحسين البنية التحتية، وتيسير الحركة بين المدن والمناطق.

وجاء مشروع قناة السويس الجديدة في المرتبة الثالثة، رغم أهميته الاستراتيجية والاقتصادية، إلا أن تأثيره غير المباشر على حياة المواطن قد يفسر تراجع الاهتمام الإعلامي، مقارنة بالمشروعات الخدمية اليومية. في المراتب التالية جاءت مشروعات الطاقة المتجددة، والمياه والصرف الصحي، بينما جاءت مشروعات مثل: الزراعة، والثروة السمكية في المرتبة الأخيرة، ما يشير إلى أن التغطية الإعلامية ترتبط أساساً بمدى قرب المشروع من أولويات المواطن، واهتماماته اليومية.

جدول (٦) نوع المحتوى الذي تتم تغطيته عن المشروعات القومية

ك	%	
١٨٠	٤٣,٥	تقارير إخبارية
٥١	١٢,٣	مقالات رأي
١٠٢	٢٤,٦	مقاطع فيديو
٣٩	٩,٤	صور
٢٤	٥,٨	كاريكاتير
١٥	٣,٦	أنفوجراف
٤١١	١٠٠	الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى أن التقارير الإخبارية جاءت في الصدارة بوصفها أكثر نوع محتوى يُستخدم في تغطية المشروعات القومية، وهو ما يعكس اعتماد الجمهور عليها؛ بوصفها مصدراً رئيساً للحصول على معلومات موثوقة، ومفصلة. وتأتي مقاطع الفيديو

في المرتبة الثانية؛ لما توفره من تجربة بصرية مباشرة تسهّل فهم طبيعة المشروعات، وتعزز التفاعل معها، خاصة مع الانتشار الواسع للمنصات الرقمية. أما مقالات الرأي فاحتلت المرتبة الثالثة؛ حيث تسهم في تقديم تحليلات نقدية لكنها أقل تداولاً من الأخبار المرئية. تليها الصور، والكاريكاتير، والأنفوجراف، والتي جاءت في المراتب الأخيرة رغم أهميتها البصرية والتفسيرية، ما يشير إلى ضرورة تنويع أساليب العرض الإعلامي لتشمل أدوات أكثر جاذبية، وفعالية في تبسيط المعلومات، وتعزيز وعي الجمهور بالمشروعات القومية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة مروة القرني الزهري (٢٠٢١) التي أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة دالة إحصائياً بين تأثير الصورة الفوتوغرافية، ومقاطع الفيديو على المواقع الإخبارية الإلكترونية، وإدراك وتذكر الشباب الجامعي للمحتوى الإخباري.

جدول (٧) مساهمة التنوع في المصادر الإعلامية في تغيير تصور الجمهور حول المشروعات القومية

ك	%	
١٦٢	٣٩,٤	يساعد في تأكيد المعلومات
٧٥	١٨,٢	يضيف بعداً نقدياً للموضوع
١٧٤	٤٢,٤	يساعد في تعزيز الفهم الشامل
٤١١	١٠٠	الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى أن الجمهور يُعد التنوع الإعلامي أداة أساسية لفهم أعمق للمشروعات القومية؛ حيث تصدرت هذه الفكرة أولوياتهم، مما يعكس حرصهم على متابعة مصادر متعددة للحصول على رؤية متكاملة، وتحليل متعدد الأبعاد. هذا يدل على وعي متزايد بأهمية تعدد وجهات النظر لفهم تعقيدات المشروعات من حيث أهدافها، وتأثيراتها.

وجاءت "تأكيد المعلومات" في المرتبة الثانية، بما يعكس اهتمام الجمهور بالتحقق من دقة ما يُعرض، وتأكيد مصداقية المحتوى، وهو ما يدعم فكرة أن الثقة تبنى على المعلومة الدقيقة. أما "إضافة بعد نقدي للموضوع" فاحتلت المرتبة الثالثة، مما يدل على

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر (المجلد الأول) ٢٠٢٥

أن الجمهور يفضل أولاً الفهم والتوثيق قبل الانتقال إلى التحليل والنقد، وهو ما يعكس سلوكاً إعلامياً واعياً، ومتدرجاً في بناء المعرفة.

جدول (٨) درجة الثراء المعلوماتي بالبوابات الإخبارية المصرية عن المشروعات القومية

%	ك	
٣٠,٧	١٢٦	ثرية جداً
٦٠,٦	٢٤٩	ثرية بدرجة متوسطة
٨,٧	٣٦	غير ثرية
١٠٠	٤١١	الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى أن ٦٠,٦% من الجمهور يرون أن البوابات الإخبارية المصرية تقدم معلومات بدرجة متوسطة من الثراء حول المشروعات القومية، مما يعكس توافر محتوى مقبولاً، لكنه يفتقر إلى العمق، والتفصيل الذي يحتاجه المتابعون لفهم شامل. هذا يشير إلى أهمية تطوير المحتوى الإعلامي ليكون أكثر شمولاً وتحليلاً، مع تقديم بيانات، وخلفيات تساعد الجمهور على إدراك أبعاد المشروعات بوضوح. في المقابل، ترى ٣٠,٧% من العينة أن التغطية الإعلامية ثرية جداً، وهو ما يدل على رضا شريحة لا بأس بها من المتابعين عن جودة المحتوى، بينما ترى نسبة محدودة (٨,٧%) أن المعلومات غير كافية. هذه النتائج مجتمعة توضح وجود قاعدة ثقة معقولة، لكنها بحاجة إلى تعزيز عبر تحسين التنوع، والعمق في المعالجة الإعلامية؛ لضمان تلبية توقعات جميع فئات الجمهور.

جدول (٩) درجة مساهمة البوابات الإخبارية في رفع الوعي حول أهمية المشروعات القومية

%	ك	
٩٥,٦	٣٩٣	درجة قوية
٠	٠	درجة متوسطة
٤,٤	١٨	درجة ضعيفة
١٠٠	٤١١	الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى أن ٩٥,٦% من الجمهور يرون أن البوابات الإخبارية تسهم بدرجة قوية في رفع الوعي بأهمية المشروعات القومية، وهي نسبة مرتفعة تعكس

فعالية هذه الوسائل في إيصال المعلومات، وتعزيز الفهم الجماهيري لدور المشروعات في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. ويؤكد ذلك نجاح البوابات في تقديم محتوى إعلامياً يعرض بشكل واضح أهداف هذه المشروعات، وجدواها المجتمعية.

في المقابل، فإن نسبة ٤,٤% من الجمهور الذين يرون أن إسهام البوابات ضعيف تبرز وجود فجوة محدودة في التأثير، قد تعود لأسباب تتعلق بجودة التغطية، أو تفضيل مصادر معلومات بديلة. ورغم صغر هذه النسبة، فإنها تشير إلى أهمية تطوير المحتوى الإعلامي وتقديمه بأساليب أكثر تنوعاً وجاذبية؛ لضمان وصول الرسائل بفعالية إلى جميع فئات الجمهور. اتفقت هذه النتيجة مع دراسة نرمين نصر محمد (٢٠٢٥) التي توصلت نتائجها إلى أن أهم الدوافع التي قدمتها المواقع الإلكترونية عن الجمهورية الجديدة هو خلق صورة إيجابية عن الدولة المصرية؛ نظراً لما تقوم به الدولة من تنفيذ مشروعات ضخمة، وتوسعات في البنية التحتية، وتحفيز الاستثمارات الأجنبية.

جدول (١٠) التفاعل مع المضامين المقدمة عبر البوابات الإخبارية عن المشروعات القومية

ك	%	
١٨٣	٤٤,٥	من خلال الإعجاب
٣٩	٩,٥	التعليق على الفيديوهات أو النقاشات الحية عبر البث المباشر
١٣٥	٣٢,٨	التفاعل بشكل كبير من خلال متابعة جميع التفاصيل
٥٤	١٣,٢	مشاركة الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي
٤١١	١٠٠	الإجمالي

أظهرت نتائج الجدول أن "الإعجاب" هو النمط الأكثر شيوعاً في تفاعل الجمهور مع محتوى المشروعات القومية عبر البوابات الإخبارية، مما يعكس تفضيل المستخدمين لأساليب التفاعل السريعة، والبسيطة التي لا تتطلب جهداً كبيراً، أو تفاعلاً معقداً. ويُعد هذا الشكل تعبيراً ضمنياً عن الرضا أو القبول بالمحتوى دون الحاجة إلى تعليق أو مشاركة.

في المقابل، جاء "متابعة جميع التفاصيل" في المرتبة الثانية، ما يدل على وجود فئة مهتمة بالتعمق في محتوى المشروعات، تليها "مشاركة الأخبار" التي تعكس رغبة في

توسيع نطاق التأثير. أما "التعليق على الفيديوهات أو النقاشات الحية" فكان الأقل استخداماً، مما يشير إلى أن التفاعل العميق لا يزال محدوداً. وتُظهر هذه النتائج تباين مستويات التفاعل تبعاً لاهتمام الجمهور، ودرجة التفاعل التي يفضلها.

جدول (١١) مدى مساهمة البوابات الإخبارية في زيادة معرفتك بالمشروعات القومية

معرفتي قوية	ك	%
١٥٠	٣٦,٥	
٢٣٤	٥٦,٩	
٢٧	٦,٦	
٤١١	١٠٠	
الإجمالي		

تشير نتائج الجدول إلى أن ٥٦,٩% من الجمهور يرون أن البوابات الإخبارية تسهم بدرجة متوسطة في زيادة معرفتهم بالمشروعات القومية، ما يعكس استفادة جزئية من المحتوى المتاح، لكنه لا يحقق الإشباع الكامل لحاجاتهم المعرفية. قد يكون السبب في ذلك نقص التفاصيل، أو غياب التحليل العميق، مما يدفع الجمهور إلى البحث عن مصادر أخرى لاستكمال الصورة.

في المقابل، يرى ٣٦,٥% أن هذه البوابات تسهم بدرجة قوية في تعزيز معرفتهم، مما يدل على وجود شريحة تعتمد عليها، كونها مصدراً موثقاً وغنياً بالمعلومات. أما نسبة ٦,٦% التي ترى مساهمة ضعيفة، فتعكس إما ضعف التغطية في بعض المنصات، أو تراجع اهتمام هذه الفئة بالمحتوى التثقيفي، أو عدم ملائمة طريقة عرض المعلومات لتفضيلاتهم.

نتائج فروض الدراسة:

١- توجد علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض للبوابات الإخبارية عن المشروعات القومية، ووعي الجمهور بأهمية المشروعات القومية.

جدول (١٢) العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للبوابات الإخبارية ووعي الجمهور بأهمية المشروعات القومية

المقياس	القيمة	الدلالة
معامل ارتباط سبيرمان	٠,٣٩٧	٠,٠٠٠

٤١١	ن
-----	---

تشير البيانات إلى وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين كثافة التعرض للبوابات الإخبارية، ووعي الجمهور بأهمية المشروعات القومية؛ حيث كانت قيمة معامل ارتباط سبيرمان ٠,٣٩٧ عند مستوى دلالة ٠,٠٠٠، مما يعني أن العلاقة ذات دلالة إحصائية لكن تأثيرها ضعيفاً. قد يكون هناك عوامل أخرى تؤثر بشكل أكبر على وعي الجمهور، مثل التعليم، والاهتمام الشخصي، أو حتى المصادر الأخرى للمعلومات، وهو ما يفسر السبب في ضعف الارتباط بين التعرض للمحتوى الإعلامي وزيادة الوعي.

على الرغم من أن العلاقة ضعيفة، إلا أنها تشير إلى أن هناك ارتباطاً حقيقياً بين التعرض للبوابات الإخبارية، وزيادة الوعي بالمشروعات القومية، وقد يزداد هذا الوعي مع تفاعل أكبر مع المحتوى الإعلامي. قد تكون بعض الموضوعات أو الأساليب الإعلامية في البوابات الإخبارية غير جذابة كفاية، مما يؤدي إلى قلة التفاعل مع الجمهور. لذا، يمكن تحسين هذه الاستراتيجيات الإعلامية؛ لجذب جمهور أوسع، وزيادة فعالية حملات التوعية، مما يعزز الوعي بشكل أكبر.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة إيمان سيد على عبد المطلب (٢٠١٩) التي توصلت إلى أن زيادة نسبة المشاهدة الدائمة للبرامج الحوارية لدى عينة الدراسة يرجع إلى أن هناك بعض المبحوثين تكون القضايا السياسية هي محور الاهتمام الرئيس بالنسبة لهم، ويتابعون هذه البرامج الحوارية بشكل منتظم؛ وفقاً لدرجة اهتماماتهم بها.

٢- توجد علاقة ارتباطية بين مصداقية البوابات الإخبارية في تغطية المشروعات القومية، ودرجة تفاعل الجمهور مع البوابات الإخبارية عند عرض المشروعات القومية.

جدول (١٣) العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للبوابات الإخبارية عن المشروعات القومية ووعي الجمهور بأهمية المشروعات القومية

المقياس	القيمة	الدلالة
معامل ارتباط سبيرمان	٠,٧٦٤	٠,٠٠٠
ن	٤١١	

تشير بيانات الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية قوية، ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للبوابات الإخبارية حول المشروعات القومية، ووعي الجمهور بأهمية هذه المشروعات؛ حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان ٠,١٩٧ عند مستوى دلالة ٠,٠٠٠. هذا يشير إلى أن زيادة التعرض للمحتوى الإعلامي يؤدي إلى زيادة في وعي الجمهور حول المشروعات القومية. كما أن القيمة ٠,٠٠٠، التي هي أقل من ٠,٠٥، تؤكد أن هذه العلاقة ليست نتيجة للصدفة بل هي علاقة حقيقية، وذات دلالة إحصائية قوية.

النتيجة توضح أن البوابات الإخبارية تؤدي دوراً مهماً في رفع مستوى الوعي لدى الجمهور. إذا كان الارتباط قوياً، فإن ذلك يعني أن تقديم المعلومات بانتظام، ومن خلال وسائل إعلامية واضحة يمكن أن يعزز فهم الجمهور لأهمية المشروعات القومية، وتأثيرها على الاقتصاد، والمجتمع. وبما أن الارتباط إيجابي، فإن زيادة التعرض للمحتوى الإعلامي يرتبط بزيادة الوعي لدى الجمهور، إلا أن هناك عوامل أخرى قد تؤثر أيضاً مثل أسلوب تقديم المعلومات، أو تنوع المصادر.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة أمنية عبد الرحمن أحمد ومنى جابر هاشم (٢٠١٧) التي أظهرت أن التعرض الكثيف من شأنه التأثير على المبحوثين، وتغيير وجهات نظرهم، وتشكيلها، فكلما زاد التعرض لمواقع التواصل ومواقع الصحف زاد اعتقاد الجمهور وتأيبده للمشروعات القومية المصرية.

٣- توجد علاقة ارتباطية بين كفاية المعلومات التي تقدمها البوابات الإخبارية عن المشروعات القومية وزيادة معرفة الجمهور بالمشروعات القومية.

جدول (١٤) العلاقة الارتباطية بين كفاية المعلومات التي تقدمها البوابات الإخبارية عن المشروعات القومية وزيادة معرفة الجمهور بالمشروعات القومية

المقياس	القيمة	الدلالة
معامل ارتباط سبيرمان	٠,٥٦٤	٠,٠٠٠
ن	٤١١	

تشير بيانات الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية متوسطة، ذات دلالة إحصائية بين كفاية المعلومات التي تقدمها البوابات الإخبارية، وزيادة معرفة الجمهور بالمشروعات القومية؛ حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان ٠,٥٦٤ عند مستوى دلالة ٠,٠٠٠. هذه

النتيجة توضح أن هناك تأثيرًا إيجابيًا بين كفاية المعلومات، وزيادة المعرفة، ولكن هذا التأثير ليس قويًا بما فيه الكفاية. رغم ذلك، يمكن اعتبار هذه العلاقة ذات أهمية كبيرة؛ حيث تشير إلى أن تقديم معلومات واضحة، ودقيقة من خلال هذه البوابات يعزز من مستوى المعرفة لدى الجمهور.

على الرغم من أن الارتباط ليس قويًا للغاية، إلا أن هذه النتيجة تؤكد على ضرورة تحسين كفاية المعلومات المقدمة عبر البوابات الإخبارية. يتطلب الأمر تقديم معلومات دقيقة، وشاملة، وواضحة، تلبي احتياجات الجمهور المعرفية. كما يجب مراعاة أسلوب تقديم المعلومات، مثل: استخدام الفيديوهات، والرسوم البيانية، والتوقيت المناسب لنشر هذه المعلومات لتعزيز تأثيرها.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة محمد إبراهيم أحمد حسن الحفناوي (٢٠٢٠) التي أثبتت وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين كثافة متابعة الجمهور للتنمية المستدامة بالبوابات الإخبارية الإلكترونية؛ ودرجة الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات عن التنمية المستدامة (فيما عدا البوابة نيوز).

٤- توجد علاقة ارتباطية بين استخدام البوابات الإخبارية للوسائل المتعددة في تغطية المشروعات القومية وفهم الجمهور للمشروعات القومية

جدول (١٥) العلاقة الارتباطية بين استخدام البوابات الإخبارية للوسائل المتعددة في تغطية

المشروعات القومية وفهم الجمهور للمشروعات القومية

المقياس	القيمة	الدلالة
معامل ارتباط سبيرمان	٠,٨٣٠	٠,٠٠٠
ن	٤١١	

تشير بيانات الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية قوية، ذات دلالة إحصائية بين استخدام البوابات الإخبارية للوسائل المتعددة في تغطية المشروعات القومية، وفهم الجمهور لهذه المشروعات؛ حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان ٠,٨٣٠ عند مستوى دلالة ٠,٠٠٠. هذه النتيجة تؤكد أن التنوع في الأساليب الإعلامية مثل: النصوص، والصور، والفيديوهات، والبت المباشر يعزز بشكل كبير من فهم الجمهور للمشروعات القومية، مما يجعل المعلومات أكثر وضوحًا في الفهم، وسهولة.

علاوة على ذلك، تشير قيمة معامل الارتباط المرتفعة (٠,٨٣٠) إلى أن استخدام الوسائل المتعددة يساعد في زيادة التفاعل مع المحتوى الإعلامي، ويجعل المعلومات أكثر جذبًا. الجمهور الذي يتعرض لمحتوى متعدد الوسائط يتمكن من استيعاب المعلومات من زوايا متعددة، مما يعزز من فهمه للمشروعات القومية. بناءً على هذه النتيجة، من المهم أن تركز البوابات الإخبارية على تحسين طرق عرض المحتوى باستخدام وسائل متنوعة؛ لزيادة الفهم والوعي لدى الجمهور.

اختلفت هذه النتيجة القوية مع دراسة سالي محمد صالح محمد (٢٠١٧) التي أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية، ومستوي الوعي السياسي لديهم - موضوع هذا البحث- ولكنها علاقة طردية ضعيفة.

مناقشة نتائج الدراسة مع النظرية المستخدمة:

اتفقت النتائج مع النظرية في تنوع المضمون المقدم من خلال البوابات الإخبارية؛ حيث أشارت النتائج أن ٧٣,٧% من الجمهور رأوا أن التنوع في الأدوات المستخدمة؛ مثل: (الفيديو، والنصوص، والإنفوجراف) يؤثر بشكل كبير على فهم الجمهور للمشروعات القومية، وتعكس هذه النسبة المرتفعة الوعي المتزايد لدى الجمهور بأهمية استخدام وسائل إعلامية متعددة لزيادة الفهم الشامل للمشروعات. يسهم التنوع في الأدوات في تقديم المعلومات بطرق مختلفة؛ حيث يمكن أن يكون الفيديو أكثر تأثيراً بصرياً، ويعزز الفهم من خلال الصور المتحركة، بينما تسهم النصوص في توضيح التفاصيل بشكل دقيق، والإنفوجراف يساعد في تبسيط المعلومات المعقدة، وشرحها بصرياً. يجعل هذا التنوع المعلومات أكثر جذباً، ويسهل استيعابها من قبل جمهور واسع. وهذا يتوافق تماماً مع فرض النظرية الذي ينص على أن من خلال تنوع المضمون المقدم من الوسائل، تستطيع التغلب على الغموض، والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

اختلفت النتائج مع النظرية في درجة الثراء المعلوماتي؛ حيث أشارت النتائج أن ٦٠,٦% من الجمهور يرون أن البوابات الإخبارية المصرية ثرية بالمعلومات بدرجة متوسطة عن المشروعات القومية، وتشير هذه النسبة إلى أن غالبية الجمهور يعتبرون

البوابات الإخبارية تقدم محتوى جيداً، ولكن ليس كافياً، أو شاملاً بشكل كامل، قد يعكس ذلك أن البوابات تقدم بعض المعلومات المهمة، والموثوقة، لكنها قد لا تكون غنية بما فيه الكفاية، أو تتناول كافة جوانب المشروعات القومية بالتفصيل الذي يتوقعه الجمهور. ربما يفضل هذا الجمهور الحصول على مزيد من التفاصيل، أو تحديثات مستمرة حول المشروعات بشكل أكثر تفصيلاً. وهذا لا يتوافق مع الفرض الأول من النظرية الذي ينص على أن الوسائل الإعلامية والتكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من البيانات والمعلومات.

اتفقت النتائج مع النظرية أيضاً في استخدام الوسائط المتعددة؛ حيث أشارت النتائج أن ٦٢% من الجمهور يعتبرون أن للوسائل المتعددة تأثيراً كبيراً في جذب انتباههم للمشروعات القومية، وهو ما يعكس أهمية التنوع في وسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام. الوسائط المتعددة، مثل: التقارير الإخبارية، ومقاطع الفيديو، والصور، والكاريكاتير، والأنفوجراف، تعمل على جذب انتباه الجمهور من خلال تقديم المعلومات بطرق متعددة تتناسب مع مختلف تفضيلات الأفراد. هذا التنوع في الوسائل يسهم في إبقاء الجمهور على اطلاع دائم بالأحداث، والمشروعات، مما يزيد من تأثيرها على المتلقين ويعزز فهمهم، للمشروعات القومية، واهتمامهم بها وهذا يتفق مع النظرية من خلال اعتبار أن الوسائط المتعددة أحد أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية، من خلال قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة؛ مثل: الوسائط المتعددة.

أما عن دور رجع الصدى؛ ونظراً لأن البوابات الإخبارية ذات الثراء العالي توفر تفاعلاً مباشراً مع الجمهور (مثل التعليقات على الفيديوهات، أو النقاشات الحية عبر البث المباشر)، يمكن دراسة كيف يؤثر ذلك على إدراك الجمهور للمشروعات القومية. ويمكن مقارنة ذلك مع الأدوات الأقل تفاعلاً، مثل الأخبار المكتوبة؛ حيث لا يوجد تفاعل مباشر، مما قد يؤدي إلى إدراك أقل مرونة، وتعددية للمشروعات. وفي هذا الشأن أشارت نتائج أن ٤٩,٦% من الجمهور يعتقدون أن تفاعلهم مع البوابات الإخبارية عند عرض المشروعات القومية هو تفاعل متوسط، وتعكس هذه النسبة حالة من الاعتدال في التفاعل، مما يعني أن غالبية الأفراد يتابعون هذه الأخبار بشكل

دوري، لكن ربما ليس بشكل مستمر، أو بتركيز كبير. قد يكون ذلك نتيجة لوجود تشتت في اهتمامات الجمهور، أو تأثرهم بأخبار أخرى قد تكون أكثر إلحاحًا في وقت نشر محتوى حول المشروعات القومية. وهذا يشير إلى أن البوابات الإخبارية قد تحتاج إلى تحسين استراتيجياتها للوصول إلى هذه الفئة من الجمهور وزيادة تفاعلهم. في النهاية، تفترض نظرية ثراء الوسيلة اختلاف قدرات الوسائل الاتصالية في القدرة على تغيير فهم المتلقي، واتجاهاته؛ إذ يسعى القائم بالعملية الاتصالية على اختيار الوسائل التي تتمتع بثراء يمكنها من التغلب على الغموض، وعدم التأكد المصاحب للعملية الاتصالية؛ مما ينعكس على المتلقي، ويدرك بأن هذه الوسيلة ملائمة له أكثر من غيرها. وهو ما أكدته النتائج عندما أشارت النتائج أن ٩٥,٦% من الجمهور يعتقدون أن البوابات الإخبارية تسهم بدرجة قوية في رفع الوعي حول أهمية المشروعات القومية، وهو مؤشر قوي على تأثير هذه البوابات في إيصال المعلومات، وتوضيح أهمية المشروعات الوطنية للجمهور. ويشير هذا إلى أن البوابات الإخبارية تؤدي دورًا محوريًا في نقل الأخبار، والمحتوى المتعلق بالمشروعات القومية، وتوضيح الفوائد الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها هذه المشروعات، مما يعزز إدراك الجمهور لها.

توصيات الدراسة:

١- تشجيع البوابات الإخبارية الإلكترونية، وإدارات التحرير الرقمي على استخدام الوسائط التفاعلية في المحتوى الإخباري، مثل: الفيديوها، والبث المباشر، والرسوم التوضيحية التفاعلية، لما لها من تأثير أكبر في جذب انتباه الجمهور، ورفع مستوى الإدراك بالمحتوى.

٢- إتاحة القائمين بالاتصال في البوابات الإخبارية مساحات للتفاعل، مثل: التعليقات، واستطلاعات الرأي، والبث المباشر مع مسؤولين، وخبراء؛ لتوسيع الحوار حول المشروعات القومية، وتوضيح أهدافها، وآثارها، وتنظيم جلسات بث مباشر تستضيف مسؤولين حكوميين، وخبراء، يتم الترويج لها مسبقًا عبر المنصات الاجتماعية.

٣- قيام مصممي المحتوى المرئي بتقديم المشروعات القومية بلغة مبسطة، وواضحة، مدعومة بالرسوم، والجدول التوضيحية لفهم أفضل، خاصة لدى فئات الجمهور غير المتخصصة.

٤- قيام فرق التحرير والإنتاج الصحفي بتنوع أساليب التغطية من خلال المزج بين النصوص الإخبارية، والتقارير المصورة، والقصص الإنسانية المرتبطة بتأثير المشروعات على حياة المواطنين، وتخصيص صفحة أو ركن ثابت لتغطية تطورات المشروعات القومية بأساليب سرد مختلفة

٥- قيام المحررين الاقتصاديين والاجتماعيين بإبراز الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والتنمية للمشروعات القومية؛ لجعلها أكثر قرباً من الجمهور، وربطها باحتياجاته اليومية، وإعداد تقارير تحليلية توضح الأثر الاقتصادي والاجتماعي للمشروعات على الفئات المختلفة

٦- التعاون بين البوابات الإخبارية والمؤسسات الرسمية (مثل: الوزارات، والهيئات القومية)؛ لضمان دقة المعلومات، ومواكبة المستجدات بشأن المشروعات القومية، مع الحفاظ على الموضوعية، والشفافية عن طريق تشكيل لجنة تحرير داخلية لمراجعة المحتوى المتعلق بالمشروعات القومية؛ لضمان الموضوعية والدقة.

المراجع

١- أمنية عبد الرحمن أحمد ومنى جابر هاشم (٢٠١٧) دور الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشروعات القومية المصرية، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ١١.

٢- أمنية سامي محمد عامر (٢٠١٨م) معالجة بعض الصحف الإلكترونية المصرية لمشروع قناة السويس الجديدة وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوه، *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة عين شمس - كلية البنات - قسم الإعلام وثقافة الأطفال.

٣- محمد إبراهيم أحمد حسن الحفناوي (٢٠٢٠). اعتماد الجمهور المصري على البوابات الإخبارية كمصدر للمعلومات حول قضايا التنمية المستدامة ٢٠٣٠، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، ١٩.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر (المجلد الأول) ٢٠٢٥

- ٤- بوسي فاروق محمود غندر (٢٠٢٢) مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحوها، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، (٢٤) ٢.
- ٥- زينب الحسيني رجب بلال ربحان (٢٠٢٢) مصداقية تناول الإعلامى للمشروعات القومية عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بالرضا عن الأداء الحكومي لدى شباب الجامعات، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، (٢٤) ٢.
- ٦- حنان عبدالوهاب القاضي (٢٠٢٣) تقييم أداء وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تغطية المشروعات القومية الكبرى لدى عينة من الجمهور المصري، *مجلة البحوث الإعلامية*، (٦٦) ١.
- ٧- أميرة سمير طه (٢٠٢٣) عدائية التغطية الإعلامية للمشروعات القومية وعلاقتها بالتأثير المفترض على الآخرين والإجراءات التصحيحية، *المجلة العلمية لبحوث الإعلام*، ٨٤.
- ٨- وائل صلاح نجيب عبد الله (٢٠٢٤) اعتماد طلاب الجامعة على صحافة الفيديو كمصدر للمعلومات حول المشروعات القومية التنموية وعلاقته بصورة الرئيس، *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية*، (١٠) ٥٥.
- ٩- محمد عثمان حسن (٢٠٢٤) تناول الصحفي للمشروعات القومية في الصحف الإلكترونية المصرية وعلاقته باتجاهات النخبة نحوها، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ٣٠.
- ١٠- الاء سلطان (٢٠٢٤). تناول المواقع الإخبارية الإلكترونية للمشروعات القومية وعلاقتها باتجاهات الجمهور المصري نحوها. دراسة تحليلية. *مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية*.
- ١١- رباب عبدالمنعم التلاوي (٢٠٢٥). تعرض الجمهور للتغيرات الاقتصادية المصرية في البوابات الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها بالمزاج العام، *المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام*، (٢) ٣.
- ١٢- نرمين نصر محمد (٢٠٢٥) دور المواقع الإلكترونية المصرية في تشكيل الصورة الذهنية للجمهور الجديدة: دراسة تحليلية، *المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي*، (٧) ١.
- ١٣- سالي محمد صالح محمد (٢٠١٧) أنماط تعرض الشباب الجامعي للمواد السمعية البصرية الإخبارية وعلاقته بمستوى الوعي السياسي لديهم، *مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة*، ٤٥.
- ١٤- إيمان سيد على عبد المطلب (٢٠١٩). تعرض الجمهور لمضامين المشروعات القومية بالبرامج الحوارية وعلاقته بتكوين الصورة الذهنية للأداء الحكومي المصري، *مجلة البحوث الإعلامية*، (٥١) ٢.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر (المجلد الأول) ٢٠٢٥

- ١٥- فانتن مصطفى كمال لطفي وشيماء أحمد على النجار وشيرين حمدي محمد الجوهري (٢٠١٩) إدراك الشباب لإيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باستخدامهم تلك المواقع، *بحوث في العلوم والفنون النوعية*، (٢) ١١.
- ١٦- مروة القرني الزهري (٢٠٢١) تأثير الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية الإلكترونية على إدراك وتذكر المضمون الإخباري: دراسة شبه تجريبية، *مجلة كلية الآداب جامعة سوهاج*، ٥٩.
- ١٧- نرمن على السيد إبراهيم عوجة (٢٠٢١) استراتيجيات الاتصال الحكومي المستخدمة في التسويق للمشروعات القومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمعارف واتجاهات الجمهور المصري، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، (٢٠) ٣.
- ١٨- نهله حلمي محمد عبد الكريم (٢٠٢٢) كثافة مشاهدة الجمهور المصري للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية وتأثيرها على إدراك واقع القضايا المجتمعية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ٨٠.
- ١٩- شيرين محمد أحمد أحمد عمر (٢٠٢٣) تأثير تقنية الواقع الافتراضي الغامر على إدراك الشباب الجامعي للأخبار الإلكترونية: دراسة شبه تجريبية، *مجلة البحوث الإعلامية*، (٦٤) ٣.
- ٢٠- هاله غزالي محمد الربيع (٢٠٢٣) أثر استخدام الوسائط المتعددة في الإعلانات التلفزيونية على إدراك الشباب الجامعي المصري للمحتوى المقدم: دراسة شبه تجريبية، *مجلة البحوث الإعلامية*، (٦٦) ٣.
- ٢١- رحاب سراج الدين محمد (٢٠٢٣) دور القائم بالاتصال في برامج التلفزيون بالقنوات الفضائية المصرية في تعزيز إدراك الشباب لمبادرة حياة كريمة، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، ٢٦.
- ٢٢- عبدالله بن علي آل مرعي (٢٠٢٤) إدراك الشباب السعودي لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيراتها على تحقيق جودة المحتوى المرئي عبر وسائل الإعلام: دراسة ميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية*، (٧٢) ٢.
- ٢٣- وجدي حلمي (٢٠٢٤) إدراك الشباب المصري لثراء تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تشكيل الشخصية الرقمية لديهم: التطبيقات التفاعلية نموذجاً، *مجلة جامعة مصر*، (٤) عدد خاص (تحديات التنمية المستدامة في عصر الاتصال الرقمي).
- ٢٤- دراسة سحر عبد المنعم محمود الخولي (٢٠٢٤) أثر استخدام الصحف الإلكترونية المصرية للنشرات الإخبارية على إدراك وتذكر الشباب الجامعي للمعلومات بالتطبيق على صحيفة اليوم السابع، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ٢٧.

- ٢٥- كريمة كمال طنطاوي كامل (٢٠٢٥) إدراك الشباب المصري لمعايير ثراء الصحف الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي وعلاقته باستخدام تلك الوسائل لمتابعة المضمون المتخصص، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ٩٠.
- ٢٦- عدنان عبد الرحمن عبد الرحمن (٢٠٢٥) تعرض الشباب العراقي للمحتوى الإخباري في شبكة الإعلام العراقي وعلاقته بمستوى الوعي السياسي لديهم، *مجلة البحوث الإعلامية*، (٧٣) ٣.
- ٢٧- ليث عبد الستار اللهبي (٢٠١٤)، التعددية السياسية والإعلامية وأثرها في بناء القصة الخبرية في الصحافة الإلكترونية- دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الصحافة، ص ٣٢
- 28- Draft, R.L & Lengel, R.H (August 1989), The Selection Of Communication : Media as an Executive Skill, **The Academy of Management Executive**, Vol.2, No. 3 .pp 225-232
- 29- Rulf Muller (2003). Determinants for External Communications Of IT Project Managers, **International Journal For Project Management**, Vol. 21,pp. 345-354
- 30- S. Sitin, K. Sutcliffe, J. Barrios-Choplin (1992), A Dual-Capacity Model Of Communication Media Choice In Organizations, **Human Communication Research**, Vol. 18, No. 4, pp. 563-598.
- ٣١- ولاء عبد الرحمن فودة (٢٠١٧)، اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على الإعلام الجديد في تحقيق التفاعل مع وسائل الإعلام الدولي، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، ١٠، ص ١٤٦.