



المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي

مجلة دورية محكمة تصدر عن قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة سوهاج

رئيس مجلس إدارة المجلة:

أ.د / محمد توفيق محمد

رئيس التحرير:

أ.د / فاطمة الزهراء صالح أحمد

مدير التحرير:

د / أحمد خيرى عبد الله علي

مساعد رئيس التحرير

أ.د / عبد الباسط أحمد هاشم

أ.د / فوزي عبدالغني خلاف

أ.د / عزة عبدالعزيز عبداللاه

أ.م. د / سحر محمد وهبي

أ.م.د / صابر حارص

أ.م.د / أحمد حسين

أ.د.م / محمود يوسف السماسيري

سكرتير التحرير

د / نها السيد عبدالمعطي

د / إسراء صابر عبدالرحمن

د / هاني إبراهيم السمان

أ / أحمد جعفر أحمد

أ / محمد خلف محمد

أ / فاطمة فيصل الطيب

المحرر اللغوي

أ.م. د / محمد محمود حسين هندي

المجلد 7 العدد 7 - ج 2

سبتمبر - 2025

Issn: 3009-7134

<https://ejrcds.journals.ekb.eg>

اقرأ في العدد السابع (الجزء 2):

معالجة المواقع الإخبارية المصرية لقضايا الشأن العام: دراسة تحليلية مقارنة للأهرام واليوم السابع والوفد (مارس - سبتمبر 2023)

التعرض للإعلانات الممولة بشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل النوايا الشرائية لعيته المستخدمين

الممارسات المهنية في غرف الأخبار المدمجة لتحقيق التوازن بين السرعة والدقة في نشر المحتوى - دراسة كيفية على القائمين بالاتصال.

آليات تفعيل التربية الإعلامية لمواجهة الخداع الإعلامي: دراسة كيفية في ضوء تحليل "سوات" (SWOT)

أثر استخدام فيسبوك على الأمن المجتمعي في مصر - دراسة كيفية

معالجة المواقع الإخبارية المصرية لقضايا الشأن العام: دراسة تحليلية مقارنة للأهرام واليوم السابع والوفد (مارس - سبتمبر 2023)

د. محمود علي محمد خليل

مدرس بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة سوهاج
mahmoudkhalil2131994@gmail.com

الملخص:

تناولت هذه الدراسة التحليلية طبيعة معالجة المواقع الإخبارية المصرية لقضايا الشأن العام، بهدف الكشف عن الأطر الإعلامية المستخدمة، واتجاهات المعالجة، ومسارات البرهنة، والأساليب الإقناعية، والقوى الفاعلة في هذا التناول. اعتمدت الدراسة على تحليل مضمون عينة من ثلاثة مواقع إخبارية تمثل أنماط ملكية مختلفة (الأهرام - قومي، اليوم السابع - مستقل، الوفد - حزبي) خلال فترة محددة في عام 2023.

أظهرت النتائج أن القضايا السياسية احتلت المرتبة الأولى في اهتمامات المواقع الإخبارية، تليها القضايا الاقتصادية، ثم قضايا الشأن المصري بشكل عام، وأخيراً القضايا الاجتماعية. وساد الاتجاه الإيجابي في معالجة هذه القضايا بنسبة 51.6%. وكان "إطار الحلول" هو الأكثر استخداماً بين الأطر الإعلامية بنسبة 15.6%.

وفيما يتعلق بمسارات البرهنة، تصدرت "الأرقام والإحصائيات" كأكثر المسارات استخداماً بنسبة 22.1% أما الأساليب الإقناعية، فكانت "الأساليب المنطقية" هي السائدة بنسبة 55.4%. وأكدت النتائج أن "الوزراء" كانوا في صدارة القوى الفاعلة في تناول القضايا العامة بنسبة 21.3%. وكشفت الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المواقع عينة الدراسة في نوع القضايا المتناولة، والهدف من المعالجة، ومصادر المعلومات، والأطر المستخدمة، ومسارات البرهنة، والأساليب الإقناعية، والقوى الفاعلة.

الكلمات المفتاحية: معالجة المواقع الإخبارية - قضايا الشأن العام - دراسة تحليلية

APA Citation:

خليل, محمود علي محمد. (2025). معالجة المواقع الإخبارية المصرية لقضايا الشأن العام: دراسة تحليلية مقارنة للأهرام واليوم السابع والوفد (مارس - سبتمبر 2023). المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي, 7(7), ج2.

Doi: <https://doi.org/10.21608/ejcrds.2025.383904.1051>

أولاً: الدراسات السابقة:

تناولت دراسة (ندى جمال محمد، ٢٠٢٤) طبيعة المعالجة الإعلامية التي تقدمها المواقع الإخبارية لدور المنظمات الدولية والإقليمية في القضايا العربية. استهدفت الدراسة، بالاعتماد على نظرية تحليل الإطار الإعلامي، رصد الهدف من التغطية، والأدوار المنسوبة للمنظمات، وأهم القضايا والقوى الفاعلة، وذلك بتحليل المواد الخبرية في مواقع اليوم السابع و"24" ورويترز خلال عام 2021. وتوصلت النتائج إلى أن "الدول والحكومات" كانت القوة الفاعلة الأبرز بنسبة ٧٨.٥٪، وكان الهدف الرئيسي للتغطية هو "عرض مواقف ووجهات نظر" بنسبة ٥٤.٥٪، بينما شكلت "التقارير الإخبارية" النمط الصحفي الأكثر ظهوراً بنسبة ٨٢.٧٪ (ندى جمال محمد، ٢٠٢٤).

وفي دراسة (Stephen Chaudoin، ٢٠٢٣)، تم بحث دور المواقع الإخبارية في تشكيل الرأي العام ورصد مضمونها تجاه قضايا اللاجئين السوريين في الأردن، بالتطبيق على المفوضية الأوروبية ومنظمة العمل الدولية. وهدفت الدراسة إلى معرفة كيفية تأثير هذه التغطية على المنظمات الدولية في الفلبين فيما يخص قضايا حقوق الإنسان. وأظهرت النتائج أن اهتمام المادة الإعلامية تركز على القضايا الاجتماعية للاجئين، تليها القضايا الحقوقية ثم الصحية. كما جاءت "المفوضية" في المرتبة الأولى كأبرز قوة فاعلة في المضمون الإعلامي (Stephen Chaudoin، ٢٠٢٣).

أما دراسة (Liny، ٢٠٢٢)، فقد تناولت دور المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي في هولندا في دعم قضايا التنمية والتحديات المجتمعية. استخدمت الدراسة منهجي تحليل المضمون والاستقصاء، بهدف التعرف على مصادر معلومات الجمهور حول الخطط التنموية والأطر المستخدمة في التغطية. وأكدت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد مصدرًا رئيسيًا للمعلومات، كما أبرزت أهمية هذه المنصات في تعزيز العمل الجماعي وتوحيد الجهود، وتفعيل التفاعل بين الجمهور والحكومة الهولندية لوضع أجندة الأولويات التنموية (Liny، ٢٠٢٢).

وسعت دراسة (إيمان محمود عبد الرحمن، ٢٠٢١) إلى التعرف على أطر التغطية المصورة للانتخابات الرئاسية المصرية لعام ٢٠١٨، من خلال تحليل مضمون الصور في مواقع الأهرام والمصري اليوم والوفد. وهدفت الدراسة إلى تفسير كيفية تأطير هذه المواقع للصور المنشورة. وكشفت النتائج عن سيطرة "إطار المشاركة" وتنوع الأطر الإعلامية، واتفاق المواقع على استخدام "إطار المسؤولية" بكثرة. إلا أنها لاحظت قصورًا مهنيًا تمثل في ارتفاع نسبة الصور غير محددة المصدر في موقعي الأهرام والوفد، بينما كان المصري اليوم الأكثر التزامًا بذكر المصدر (إيمان محمود عبد الرحمن، ٢٠٢١).

وهدفت دراسة (جلال عارف عمر، ٢٠٢١) إلى التعرف على معالجة الصحف المصرية الإلكترونية (اليوم السابع، الأهرام، الوفد) للموضوعات الاقتصادية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وأداتي تحليل المضمون والاستبانة، ضمن إطار الدراسات الوصفية. وتوصلت إلى أن اتجاه المعالجة كان إيجابيًا في المرتبة الأولى، وأن "إطار الحلول" جاء في مقدمة الأطر المستخدمة، فيما تمثلت أهم القضايا التي تم تناولها في الإصلاح الاقتصادي، وغلاء الأسعار، ومنظومة الدعم (جلال عارف عمر، ٢٠٢١).

وكشفت دراسة (Rizwan Ahmad، ٢٠٢١) عن دور المواقع الإخبارية في تشكيل الخطاب العام والمعتقدات من خلال تأطير القصص الإخبارية بما يتماشى مع مصالح الممولين. باستخدام منهج "تحليل المحتوى" لعينة من الروابط الإخبارية خلال عامي ٢٠١٠ و ٢٠١١، توصلت الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية تقدم بشكل شبه أحادي وجهات نظر داعمة للقيم المحافظة وصورًا سلبية عن المسلمين، كما تعرض وجهات نظر انتقادية للرئيس أوباما وسياساته، وتعمل على تشكيل خطاب عام يركز على السلبية والمخاوف العاطفية لتعزيز "ثقافة الخوف" (Rizwan Ahmad، ٢٠٢١).

وفي دراسة (علاء مراد عجاج وداد عوض الكريم، ٢٠٢٠)، تم التعرف على أطر المعالجة الصحفية للشأن العراقي في موقع CNN العربي خلال الفترة من ٢٠١٨ إلى ٢٠١٩. واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون للكشف عن الأطر والفئات وآليات التأطير المعتمدة. وقد توصلت النتائج إلى أن "الإطار السياسي" جاء في المرتبة الأولى، وكانت "التشريعات البرلمانية" هي الفئة الفرعية الأكثر اعتمادًا، بينما جاء الخبر والتقرير في مقدمة الفنون الصحفية المستخدمة في الموقع (علاء مراد عجاج وداد عوض الكريم، ٢٠٢٠).

أما دراسة (Stier, et al، ٢٠٢٠)، فقد استكشفت العلاقة بين التعرض للمواقع الإخبارية والمواقف الشعبوية والمشاركة السياسية في ست دول غربية. وقام الباحثون بربط بيانات زيارات المواقع الإخبارية باستجابات استطلاعات الرأي عبر الإنترنت. وأظهرت النتائج أن المواطنين ذوي المواقف الشعبوية يميلون لزيارة المواقع الإخبارية الحزبية بشكل أكبر، ويُقيّمون الإعلام بشكل سلبي، ويميلون إلى تجنب منابع الأخبار التي لا تتماشى مع آرائهم، مما يؤكد أن مواقف الجمهور تؤثر على أنماط استهلاكه للأخبار (Stier, et al، ٢٠٢٠).

وركزت دراسة (ولاء عبد الله، ٢٠١٩) على المعالجة الإخبارية لقضايا حقوق الإنسان في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بمستوى المشاركة السياسية للشباب الجامعي المصري. واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني. وتوصلت النتائج إلى أن "الحقوق السياسية" كانت أهم القضايا التي تم تناولها، وأن "إطار الصراع" هو الإطار المهيمن في المعالجة، يليه إطار "الاهتمامات الإنسانية" ثم "المسؤولية". كما جاء الخبر في مقدمة المواد الإخبارية التي تناولت هذه القضايا (ولاء عبد الله، ٢٠١٩).

وتناولت دراسة (إبراهيم التوأم، ٢٠١٩) أطر معالجة المواقع الإخبارية لأداء مجلس النواب المصري، متخذة من منح الثقة لحكومة مدبولى نموذجًا. استهدفت الدراسة التعرف على الأطر والأنشطة البرلمانية ووسائل التأطير. وخلصت إلى أن المعالجة كانت "سطحية" وركزت على المواد الإخبارية بنسبة ٩٣.٥٪ دون تقديم تحليل، مما يصعب تكوين رأي عام. ورغم اختلاف أنماط الملكية، تشابهت المواقع في استخدام أطر الإنجاز والثناء والصراع، وجاءت التقارير في مقدمة المواد الإخبارية (إبراهيم التوأم، ٢٠١٩).

وفي دراسة (هبة سيد، ٢٠١٩)، تم رصد وتحليل العلاقة بين أجندة قضايا السياسة الخارجية في الصحف المصرية الإلكترونية (الأهرام، الوفد، المصري اليوم) وتأثيرها في بناء أجندة الرأي العام. باستخدام منهجي المسح الإعلامي والمقارنة، وأداتي تحليل المضمون والاستبانة، أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباط موجبة بين بروز القضايا في الصحف واهتمام الجمهور بها، لكنها لم تنجح في التأثير على

اتجاهات الجمهور نحو تلك القضايا. كما كشفت عن اعتماد الصحف على المصادر الحكومية وتقديم تغطية داعمة للدولة (هبة سيد، ٢٠١٩).

أخيراً، استهدفت دراسة (مي مصطفى عبد الرازق، ٢٠١٨) تحديد ملامح اتجاهات الشباب المصري نحو المعالجة الصحفية للمؤتمرات الوطنية للشباب، وذلك من خلال دراسة ميدانية وتحليلية. وأظهرت النتائج هيمنة الشخصيات ذات الصلة الرسمية على التغطية الصحفية، وبروز الرئيس عبد الفتاح السيسي والشباب المصري ككائنين محوريتين، وهو ما فسر وصف المبحوثين للمعالجة بأنها "متحيزة للدولة". وكانت صحيفة الأخبار هي الأكثر اهتماماً بمعالجة المؤتمرات، تلتها المصري اليوم ثم اليوم السابع (مي مصطفى عبد الرازق، ٢٠١٨).

التعقيب على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة

يُظهر العرض السابق للدراسات السابقة وجود اهتمام بحثي متزايد بدور المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية في معالجة القضايا المختلفة، سواء كانت سياسية، اقتصادية، اجتماعية، أو دولية. يتضح أن معظم هذه الدراسات اتخذت من منهج تحليل المضمون ونظرية الأطر الإعلامية منطلقاً أساسياً لتحليل المحتوى الإخباري، وهو ما يتوافق مع التوجه المنهجي والنظري للدراسة الحالية.

ركزت مجموعة من الدراسات على السياق المصري، حيث تناولت معالجة قضايا محددة مثل الانتخابات الرئاسية، وأداء مجلس النواب، والمؤتمرات الوطنية، وقضايا السياسة الخارجية. وقد كشفت هذه الدراسات عن سمات مشتركة في المعالجة الإعلامية المصرية، أبرزها هيمنة المصادر الرسمية والحكومية، والميل نحو تقديم تغطية داعمة للدولة، واستخدام أطر إعلامية محددة مثل إطار "المسؤولية" وإطار "الصراع" وإطار "الإنجاز". وقد قدمت هذه الدراسات أساساً مهماً لفهم طبيعة التغطية في الإعلام المصري، وهو ما تستفيد منه الدراسة الحالية في بناء فرضياتها وتساولاتها.

على صعيد آخر، تناولت دراسات أخرى قضايا متخصصة كحقوق الإنسان والموضوعات الاقتصادية، وألقت الضوء على الأطر السائدة في كل منها، مثل سيادة "إطار الصراع" في قضايا حقوق الإنسان، و"إطار الحلول" في القضايا الاقتصادية. كما قدمت الدراسات الأجنبية أبعاداً إضافية حول سلوك الجمهور، وتأثير مصادر تمويل الإعلام على المحتوى، ودور المنصات الرقمية كوسيط تفاعلي بين الحكومات والشعوب.

وتستفيد الدراسة الحالية من التراث البحثي السابق في عدة جوانب رئيسية:

1. بينما ركزت الدراسات السابقة على قضايا منفصلة ومحددة، تسعى الدراسة الحالية إلى تقديم رؤية أكثر شمولية وتكاملاً من خلال تناول مفهوم "الشأن العام" بمختلف أبعاده (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية)، مما يسمح بفهم أوسع لأولويات واهتمامات المواقع الإخبارية المصرية في فترة زمنية حديثة.

2. على الرغم من أن بعض الدراسات السابقة استخدمت عينات متنوعة الملكية، إلا أن الدراسة الحالية تضع المقارنة بين أنماط الملكية (القومي، الحزبي، المستقل) في صلب فرضياتها بشكل

مباشر ومنهجي، بهدف اختبار ما إذا كان نمط الملكية لا يزال عاملاً مؤثراً في تشكيل طبيعة المعالجة الإعلامية واتجاهاتها في البيئة الإعلامية المصرية الراهنة.

3. تستفيد الدراسة الحالية من خلال إضافة فئات تحليلية أكثر عمقاً لم تكن محور تركيز أساسي في معظم الدراسات السابقة، مثل تحليل "مسارات البرهنة" و"الأساليب الإقناعية". وهذا من شأنه أن ينتقل بالتحليل من مجرد وصف "ماذا قيل" إلى فهم "كيف تم بناء الحجة وإقناع الجمهور بها"، مما يضيف بعداً جديداً لفهم استراتيجيات الخطاب الإعلامي.

بذلك، فإن الدراسة الحالية لا تكرر ما سبق، بل تنطلق منه لتبني عليه وتتوسع فيه، من خلال تقديم تحليل شامل ومُحدّث ومعتمّق لكيفية معالجة المواقع الإخبارية المصرية لقضايا الشأن العام، مع التركيز على متغير الملكية كعامل رئيسي ومفسر للاختلافات المحتملة في التغطية.

ثانياً: المشكلة البحثية:

أظهرت الدراسات السابقة عدم وجود اهتمام من الباحثين في الفترة الأخيرة بدراسات تحليل الأطر وتحليل المضمون، خاصة الدراسات التي تعالج قضايا الشأن العام مثل بعض القضايا الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية، والتعليمية، وظلت هناك فجوات بحثية مثل المضامين الدينية الجديدة المسماة بالتنويرية أو الأحداث السياسية والاقتصادية الجارية كالمننديات الشبابية والسياسات النقدية، والتي ترتبط بالمضامين الصحفية ارتباطاً وثيقاً وتحتاج إلى دراسات عديدة بشكل أفضل عبر معالجات إعلامية أكثر مهنية وكانت قضايا الشأن العام التي تشغل الرأي العام والتي تثير الجدل من أهم الأحداث والقضايا.

وقد أدت قضايا الشأن العام في الفترة الأخيرة إلى خلق حالة من الجدل والنقاش الصحفي تستمر لسنوات لارتباطها بحياة وهموم ومشاكل الشعب المصري وبالمعالجات الإعلامية له، إضافة لما أحدثته هذه القضايا من انطباعات وتكهات وأراء مختلفة انعكست على المجتمع المصري بكافة شرائحه، مما يجعل من دراسة أنماط المعالجة الإعلامية لقضايا الشأن العام أمراً مهماً يساهم في إيجاد حلول لهذه المشكلات، ونجاح المؤسسات الإعلامية، أيضاً في معالجته.

وبالتالي أصبح هناك على المستوى البحثي والأكاديمي والمستوى الإعلامي لمعرفة أفضل المعالجات الإعلامية.

ومن ثم يمكن بلورة المشكلة في تساؤل رئيسي للدراسة: كيف تختلف معالجة المواقع الإخبارية المصرية (قومية/مستقلة/حزبية) لقضايا الشأن العام من حيث الأطر الإعلامية واتجاهات المعالجة ومسارات البرهنة والقوى الفاعلة؟

ثالثاً: أهمية الدراسة:

- تسهم الدراسة في تقييم المعالجة الإعلامية المصرية لقضايا الشأن العام في مصر بما يخدم هذه المواقع الإخبارية في إدراك مسؤوليتها المهنية والأخلاقية نحو المجتمع.
- تسهم الدراسة في إثراء التراكم المعرفي لدراسات المعالجات الإعلامية.

رابعاً: أهداف الدراسة:

- 1- الكشف عن أنواع الأطر الإعلامية التي وظفتها المواقع الإخبارية الإلكترونية في معالجتها لقضايا الشأن العام.
- 2- رصد اتجاهات المعالجة الإعلامية في المواقع الإخبارية الإلكترونية محل الدراسة نحو قضايا الشأن العام.
- 3- التعرف على مسارات البرهنة التي اعتمدت عليها المواقع الإخبارية في معالجة قضايا الشأن العام.
- 4- معرفة أكثر الأساليب الإقناعية المستخدمة في معالجة قضايا الشأن العام.
- 5- رصد أهم القوى الفاعلة في تناول المواقع الإخبارية للحوار الوطني والأدوار المنسوبة لها.

خامساً: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما أنواع الأطر الإعلامية التي وظفتها المواقع الإخبارية الإلكترونية في قضايا الشأن العام؟
- 2- ما اتجاهات المعالجة الإعلامية في المواقع الإخبارية الإلكترونية محل الدراسة؟
- 3- ما هي مسارات البرهنة المستخدمة في معالجة قضايا الشأن العام؟
- 4- ماهي أهم الأساليب الإقناعية المستخدمة في معالجة المواقع الإخبارية لقضايا الشأن العام؟
- 5- ما هي أهم القوى الفاعلة المستخدمة في معالجة المواقع الإخبارية للقضايا العامة والأدوار المنسوبة لها؟

سادساً: المدخل النظري للدراسة:

تعد نظرية الأطر الإعلامية الأنسب في تطبيقها على الدراسة الحالية لما تتيحه من رصد وتحليل كمي وكيفي، للكشف عن دلالات الرسالة الإعلامية وأساليب تشكيل الأحداث والقضايا من خلال المعالجات الصحفية المختلفة، كما أنها تفسر الطريقة التي تؤثر بها الانتماءات السياسية والأيدولوجية لوسائل الإعلام على المحتوى الخبري المقدم، والكشف عن المحتوى الضمني الذي يتم من خلاله معالجة المواقع الإخبارية للقضايا العامة.

سابعاً: فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائية في اتجاه المعالجة الصحفية لقضايا الشأن العام في المواقع الإخبارية تعزى إلى نمط ملكية المواقع الإخبارية محل الدراسة.

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائية في الأطر المستخدمة في المعالجة الصحفية لقضايا الشأن العام في المواقع الإخبارية تعزى إلى نمط ملكية المواقع الإخبارية محل الدراسة.

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائية في القوى الفاعلة المستخدمة في المعالجة الصحفية لقضايا الشأن العام في المواقع الإخبارية تعزى إلى نمط ملكية المواقع الإخبارية محل الدراسة.

الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائية في مسارات البرهنة المستخدمة في المعالجة الصحفية لقضايا الشأن العام في المواقع الإخبارية تعزى إلى نمط ملكية المواقع الإخبارية محل الدراسة.

ثامناً: نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، التي تصف وترصد معالجة المواقع الإخبارية لقضايا الشأن العام، ولا تقف الدراسة عند حدود توصيف أبعاد هذا المضمون.

تاسعاً: منهج الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح التحليلي، الذي يهدف إلى جمع المعلومات عن معالجة المواقع الإخبارية لقضايا الشأن العام.

عاشراً: عينة الدراسة: تم تطبيق الدراسة التحليلية على المواقع الإخبارية التالية (موقع الأهرام ممثلاً عن المواقع الإخبارية القومية، موقع اليوم السابع ممثلاً عن المواقع الإخبارية المستقلة، موقع الوفد ممثلاً عن المواقع الإخبارية الحزبية وذلك بنظام الحصر الشامل لأربعة أشهر من 2023/5/3 وحتى 2023/9/2؛ لمعرفة مدى تناول المواقع الإخبارية للقضايا العامة وأطر معالجتها.

وتم اختيار عينة المواقع الإخبارية (الأهرام، اليوم السابع، الوفد) لتمثيل أنماط ملكية مختلفة ومتكاملة: القومي (الحكومي)، والمستقل (الخاص)، والحزبي. يتيح هذا التنوع مقارنة موضوعية لكيفية تأثير السياسات التحريرية لكل نمط على معالجة قضايا الشأن العام.

أما الفترة الزمنية من 3 مايو إلى 2 سبتمبر 2023، فقد تم اختيارها لأنها شهدت زخماً إعلامياً كبيراً بسبب انعقاد جلسات الحوار الوطني المصري وبرز العديد من القضايا الاقتصادية والاجتماعية الهامة، مما يوفر مادة ثرية ومتنوعة للتحليل.

جدول رقم (1) يوضح عدد الموضوعات التي قام الباحث بتحليلها في كل موقع على حدي

العبارة	ك	%	ت
اليوم السابع	270	23.8	2
الأهرام	731	64.5	1
الوفد	132	11.7	3
الإجمالي	1133	100	

الحادي عشر: أداة جمع البيانات:

استخدمت الدراسة أداة لتحليل المضمون أنظر (شيماء ذوالفقار، 2017، ص137) وهي طريقة للتحليل في الرسائل العلمية، باستخدام طريقة علمية قائمة على الموضوعية وعدم التحيز فيما يتعلق بالمضمون أو الشكل لما يحقق الثقة في نتائج الدراسة، واستعانت الدراسة بأداة تحليل المضمون في وصف المحتوى الظاهر والضمني في المواد المنشورة عن قضايا الشأن العام بالمواقع الإخبارية الإلكترونية.

الثاني عشر: إجراءات الصدق والثبات:**صدق الأداة:**

عرض الباحث استمارة تحليل المضمون قبل تطبيقها على عدد من المحكمين من أساتذة الإعلام، وذلك للكشف عما يكون في تصميم الاستمارة من قصور أو أخطاء علمية لتداركها حتى لا تؤثر على موضوعية الدراسة، ولمعرفة تقييمهما في ضوء الفروض والتساؤلات الخاصة بها.

ثبات الأداة:

اختبار الثبات: قام الباحث باختيار ثبات القياس من خلال اختيار عينة 10% من إجمالي العينة، واستعان الباحث ببعض الزملاء لكي يقوم بتحليل نفس العينة المختارة لقياس الثبات في تحليل المضمون.

وتم التوصل إلى معامل الثبات باستخدام معادلة هولستي Holesti لاختبار الثبات، وقد بلغ متوسط قيمة معامل الثبات في التحليل بين المحللين بالنسبة للاستمارة 88%، وهي درجة ثبات عالية بما يؤكد ثبات التحليل.

نتائج الدراسة:

جدول رقم (2) يوضح أكثر قضايا الشأن العام التي عالجتها المواقع الإخبارية الثلاثة

مستوي المعنوية	درجة الحرية df	كا2		الإجمالي		الأهرام		اليوم السابع		الوفد		العبرة	
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
.000	20	354.891 ^a	29.2	6.8	77	5.6	15	8.5	62	-	-	القضايا الاقتصادية	الصناعة والزراعة
				7	79	5.6	15	7.1	52	9.1	12		الاستثمار
				15.4	175	37.8	102	8.8	64	6.8	9		الإصلاح الاقتصادي
			13.8	4.9	56	4.4	12	5.2	38	4.5	6	القضايا الاجتماعية	التعليم والثقافة
				6.1	69	6.7	18	6.6	48	2.3	3		الأسرة والزيادة السكانية
				2.8	32	2.2	6	3.6	26	9.1	12		الصحة
			33.2	7.8	88	11.1	30	6.3	46	33.3	44	القضايا السياسية	حقوق الإنسان والحريات
				7.9	90	2.2	6	5.5	40	21.2	28		المحليات
				17.3	196	21.1	57	15.2	111	9.1	12		الحقوق السياسية
				.2	2	-	-	.3	2				الهوية والوطنية
			23.7	23.7	269	3.3	9	33.1	242	13.6	18	قضايا الشأن العام المصري بشكل عام	
			100	100	1133	100	270	100	731	100	123	الإجمالي	

يكشف الجدول عن أولويات الاهتمام المختلفة لدى المواقع الإخبارية عينة الدراسة. بشكل عام، جاءت القضايا السياسية في المرتبة الأولى كأكثر القضايا تناولاً بنسبة إجمالية (33.2%) ، تليها القضايا الاقتصادية (29.2%)، ثم قضايا الشأن العام (23.7%)، وأخيراً القضايا الاجتماعية (13.8%)، مما يشير إلى هيمنة الشأن السياسي والاقتصادي على الأجندة الإخبارية لهذه المواقع.

وعند تحليل كل موقع على حدة، تتضح الفروق الجوهرية المرتبطة بنمط الملكية:

- موقع الأهرام (القومي): ركز بشكل أساسي على "الإصلاح الاقتصادي" (37.8%)، وهو ما يتسق مع دوره في الترويج لسياسات الدولة ومشروعاتها.
- موقع اليوم السابع (المستقل): هيمنت لديه فئة "قضايا الشأن العام المصري بشكل عام" (33.1%)، مما يعكس توجهه نحو تغطية القضايا المتنوعة التي تهم قطاعاً واسعاً من الجمهور.
- موقع الوفد (الحزبي): برز اهتمامه بشكل لافت بـ "حقوق الإنسان والحريات" (33.3%)، وهو ما يتماشى مع دوره كمنصة إعلامية لحزب سياسي غالباً ما يتبنى خطاباً يركز على الحريات والجوانب الرقابية.

تؤكد قيمة كا2 (المرتفعة (354.891) ومستوى المعنوية (.000) وجود فروق حقيقية وذات دلالة إحصائية بين المواقع في تحديد أولوياتها الإخبارية، وأن هذه الاختلافات لم تحدث بمحض الصدفة، بل تعكس بشكل واضح السياسات التحريرية المتباينة لكل نمط ملكية.

جدول (3) يوضح اتجاه المعالجة للمواقع الإخبارية في معالجتها لقضايا الشأن العام

العبارة	الوفد		اليوم السابع		الأهرام		الإجمالي		كا2	درجة الحرية df	مستوي المعنوية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
إيجابي	120	90.9	420	57.5	45	16.7	585	51.6	357.284 ^a	4	.000
محايد	9	6.8	180	24.6	36	13.3	225	19.9			
معارض	3	2.3	131	17.9	189	70	323	28.5			
الإجمالي	132	100	731	100	270	100	1133	100			

يُظهر الجدول تبايناً حاداً في اتجاه المعالجة الإعلامية لقضايا الشأن العام بين المواقع الثلاثة، مما يعكس بوضوح تأثير نمط الملكية على السياسة التحريرية. على الرغم من أن الاتجاه الإجمالي يميل نحو الإيجابية بنسبة (51.6%)، إلا أن هذا الرقم يخفي اختلافات جوهرية عميقة.

- موقع الوفد (الحزبي): تبنى اتجاهاً إيجابياً بشكل شبه كامل بنسبة بلغت (90.9%)، مع حضور شبه منعدم للاتجاه المعارض (2.3%). يشير هذا إلى أن الموقع يقوم بدور تعبوي واضح لدعم مواقف الحزب أو التوجهات السياسية التي يتبناها، مما يجعله منحازاً بشكل صريح في معالجته.
- موقع اليوم السابع (المستقل): اتخذ مساراً وسطياً يميل إلى الإيجابية، حيث جاء الاتجاه الإيجابي في المرتبة الأولى بنسبة (57.5%)، مع الحفاظ على مساحة ملحوظة للاتجاهين المحايد (24.6%)

والمعارض (17.9%)، وهو ما قد يعكس استراتيجيته التجارية في الموازنة بين تقديم محتوى داعم وجذب شرائح متنوعة من القراء.

- موقع الأهرام (القومي): جاء على النقيض تمامًا، حيث هيمن الاتجاه المعارض (النقدي) على معالجته بشكل كاسح بنسبة (70%)، بينما تراجع الاتجاه الإيجابي لديه إلى (16.7%) فقط. هذه النتيجة اللافتة قد تشير إلى أن الإعلام القومي يركز على تناول القضايا من زاوية نقدية أو من منظور إبراز المشكلات والتحديات التي تواجه الدولة، ربما لتهيئة الرأي العام للقرارات أو لتبني دور رقابي موجه.

تؤكد قيمة كا2 (المرتفعة جدًا (357.284) ومستوى المعنوية (0.000) أن هذه الفروق بين المواقع ليست عشوائية، بل هي فروق حقيقية وجوهرية وذات دلالة إحصائية قوية، مما يثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين نمط ملكية الموقع الإخباري واتجاه معالجته للقضايا.

جدول رقم (4) يوضح أطر المعالجة الصحفية المستخدمة في معالجة المواقع الإخبارية لقضايا الشأن العام

العبارة	الوفد		اليوم السابع		الأهرام		الاجمالي		كا2	درجة الحرية df	مستوي المعنوية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
إطار النتائج والآثار المترتبة	24	14.5	295	14.7	177	12.5	496	13.8	90.507 ^a	2	.000
إطار الحلول	36	21.8	323	16	204	14.5	563	15.6	107.651 ^a	2	.000
إطار الأسباب	6	3.6	211	10.5	198	14	415	11.6	234.228 ^a	2	.000
إطار الصراع	-	-	121	6	177	12.4	298	8.3			
إطار النقد والهجوم	6	3.6	141	7	168	11.8	315	8.8	297.578 ^a	2	.000
إطار الدعم والتأييد	34	20.6	353	17.5	165	11.6	552	15.3	46.345 ^a	2	.000
إطار المسؤولية	34	20.6	307	15.3	165	11.6	506	14	52.097 ^a	2	.000
إطار الإنجاز	25	15.2	259	13	165	11.6	449	12.5	82.499 ^a	2	.000
الاجمالي	165	100	2010	100	1419	100	3594	100			

يكشف الجدول عن الأطر الإعلامية التي استخدمتها المواقع لتأطير قضايا الشأن العام. بشكل عام، يتضح أن المعالجة الإعلامية تميل إلى أن تكون بناءً وداعمة، حيث جاء "إطار الحل" في المرتبة الأولى بنسبة (15.6%)، يليه مباشرة "إطار الدعم والتأييد" بنسبة (15.3%) ثم "إطار المسؤولية" بنسبة (14%). في المقابل، تراجعت الأطر السلبية مثل "إطار الصراع" (8.3%) و"إطار النقد والهجوم" (8.8%) إلى مراتب متأخرة.

وتظهر الفروق بوضوح عند النظر إلى كل موقع:

- موقع الوفد (الحزبي): ركز بشكل كبير ومتساوٍ على "إطار الحل" (21.8%)، و"إطار الدعم والتأييد" (20.6%)، و"إطار المسؤولية" (20.6%). يعكس هذا التوجه دورًا حزبيًا واضحًا يسعى لتقديم حلول ودعم سياسات معينة وتحديد المسؤوليات، مع غياب شبه تام لإطار الصراع.
- موقع اليوم السابع (المستقل): أظهر تفضيلًا واضحًا لـ "إطار الدعم والتأييد" (17.5%) و"إطار الحل" (16%). توزيعه للأطر يبدو أكثر توازنًا نسبيًا، مما قد يعكس محاولته لمخاطبة شرائح متنوعة من الجمهور.
- موقع الأهرام (القومي): كان توزيعه للأطر هو الأكثر تقاربًا، مع بروز "إطار الأسباب" (14%) و"إطار الحل" (14.5%) و"إطار الصراع" (12.4%). إن الحضور الملحوظ لـ "إطار الصراع" في الإعلام القومي قد يشير إلى استخدامه لتأطير القضايا الخارجية أو الصراعات السياسية من منظور الدولة.

تؤكد نتائج اختبار (كا2) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المواقع في استخدامها للأطر الإعلامية، مما يعني أن اختيار الإطار لم يكن عشوائيًا، بل هو نتاج مباشر للسياسة التحريرية ونمط الملكية لكل مؤسسة.

جدول رقم (5) يوضح مسارات البرهنة المستخدمة في معالجة المواقع الإخبارية لقضايا الشأن العام

العبارة	الوفد		اليوم السابع		الأهرام		الإجمالي		ك ²	درجة الحرية df	مستوي المعنوية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
الخلفيات التاريخية	-	-	135	6.8	183	11.8	318	8.7	295.756 ^a	2	.000
الواقع المعاش	27	19.2	221	11.2	201	12.9	449	12.2	184.056 ^a	2	.000
مصطلحات ذات دلالة	24	17	349	17.6	231	14.7	604	16.4	187.334 ^a	2	.000
الأرقام والإحصائيات	66	46.8	535	27	216	13.8	817	22.1	40.864 ^a	2	.000
البرهنة الدينية	3	2.1	201	10.2	168	10.7	372	10.1	171.089 ^a	2	.000
المبالغة والتضخيم	3	2.1	121	6.1	177	11.3	301	8.2	287.894 ^a	2	.000
التعميم والتنميط	3	2.1	125	6.3	171	11	299	8.1	261.697 ^a	2	.000
الإثارة والنبرة العاطفية	15	10.7	123	6.2	153	9.8	291	7.9	180.016 ^a	2	.000
الإجمالي	141	100	1980	100	1563	100	3684	100			

يوضح هذا الجدول الأساليب التي استخدمتها المواقع الإخبارية لتدعيم حججها وإثبات صحة ما تطرحه. بشكل عام، يتجه الخطاب الإعلامي نحو الظهور بمظهر الموضوعية والعلمية، حيث جاء مسار "الأرقام والإحصائيات" في المرتبة الأولى كأكثر المسارات استخدامًا بنسبة (22.1%)، يليه استخدام "مصطلحات ذات دلالة" بنسبة (16.4%) ثم "الواقع المعاش" بنسبة (12.2%).

ويكشف التحليل التفصيلي عن استراتيجيات إقناع متباينة بشكل حاد:

- موقع الوفد (الحزبي): اعتمد بشكل شبه كلي ومكثف على "الأرقام والإحصائيات" التي شكلت وحدها ما يقارب نصف إجمالي مسارات البرهنة لديه (46.8%). هذه الاستراتيجية تشير إلى محاولة الموقع تقديم خطابه الحزبي في قالب موضوعي قائم على البيانات لدعمه وإضفاء المصداقية عليه.
- موقع اليوم السابع (المستقل): بالرغم من أنه استخدم "الأرقام والإحصائيات" كمسار أول بنسبة (27%)، إلا أنه وزع بقية اهتماماته على مسارات أخرى مثل "مصطلحات ذات دلالة" (17.6%) و"الواقع المعاش" (11.2%)، مما يظهر استراتيجية أكثر تنوعًا في بناء الحجة لتناسب جمهوره الواسع.
- موقع الأهرام (القومي): كان الأكثر توازنًا في استخدامه لمسارات البرهنة، حيث تقاربت النسب بين "مصطلحات ذات دلالة" (14.7%) و"الأرقام والإحصائيات" (13.8%)، و"الواقع المعاش" (12.9%)، و"الخلفيات التاريخية" (11.8%). يعكس هذا التوزيع دور الإعلام القومي في تقديم سياقات شاملة وتاريخية للقضايا، بما يتماشى مع الرواية الرسمية.

مرة أخرى، تؤكد النتائج الإحصائية وجود فروق جوهرية وذات دلالة بين المواقع في طرق بنائها للحجج، مما يربط بشكل مباشر بين استراتيجيات الإقناع المتبعة وهوية كل مؤسسة إعلامية.

جدول رقم (6) يوضح الأساليب الإقناعية المستخدمة في معالجة المواقع الإخبارية لقضايا الشأن العام

العبارة	الوفد		اليوم السابع		الأهرام		الاجمالي		ك2	درجة الحرية df	مستوى المعنوية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
منطقية	102	77.3	496	67.9	30	11.1	628	55.4	309.037 ^a	4	.000
عاطفية	21	15.9	84	11.5	60	22.2	165	14.6			
الاثنين معاً	9	6.8	151	20.7	180	66.7	340	30			
الإجمالي	132	100	731	100	270	100	1133	100			

يبرز الجدول استراتيجيات الإقناع المتباينة التي يوظفها كل موقع. بشكل عام، هيمنت الأساليب المنطقية على الخطاب الإخباري بنسبة (55.4%)، مما يشير إلى ميل عام نحو تقديم الحجج القائمة على العقلانية والبيانات. ومع ذلك، يكشف التحليل الفردي عن اختلافات جذرية في فلسفة الإقناع لكل مؤسسة.

- موقع الوفد (الحزبي) وموقع اليوم السابع (المستقل): اعتمد كلاهما بشكل أساسي على الأساليب المنطقية بنسبة (77.3%) و(67.9%) على التوالي. هذا التوجه، خاصة لدى "الوفد"، يتسق مع اعتماده المكثف على الأرقام والإحصائيات، وهي استراتيجية تهدف إلى بناء خطاب يبدو موضوعياً وعقلانياً لدعم مواقف الحزب السياسية.
- موقع الأهرام (القومي): انفرد باستراتيجية إقناعية مختلفة تماماً، حيث اعتمد بشكل كاسح على المزج بين الأساليب المنطقية والعاطفية معاً، والتي شكلت ثلثي أساليبه الإقناعية بنسبة (66.7%). في المقابل، كان استخدامه للأساليب المنطقية البحتة هو الأقل بفارق كبير (11.1%). تشير هذه النتيجة الهامة إلى أن الإعلام القومي يتبنى خطاباً مركباً لا يكتفي بمخاطبة العقل، بل يسعى بقوة للتأثير في وجدان الجمهور وربط القضايا العامة بالمشاعر الوطنية والقيم المجتمعية، بهدف تشكيل رأي عام متوافق مع الرؤية الرسمية.

تؤكد قيمة ك2 (المرتفعة 309.037) ومستوى المعنوية (.000) أن هذه الفروق في استراتيجيات الإقناع هي فروق جوهرية وذات دلالة إحصائية، وتعكس بوضوح الأدوار والأهداف المختلفة التي يسعى كل موقع لتحقيقها.

جدول رقم (7) يوضح القوى الفاعلة والأدوار المنسوبة إليها في معالجة المواقع الإخبارية لقضايا الشأن العام

العبارة	الوفد		اليوم السابع		الأهرام		الإجمالي		2كا	درجة الحرية df	مستوي المعنوية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
نقابات مهنية	57	35.9	276	25.5	186	15.6	519	21.3	77.398 ^a	2	.000
الرئيس السيسي	6	3.8	196	18.1	186	15.5	388	16	213.549 ^a	2	.000
مجلس الوزراء	15	9.4	191	17.6	219	18.3	425	17.4	297.870 ^a	2	.000
أعضاء مجالس نيابية	30	18.9	107	9.8	156	13	293	12	192.158 ^a	2	.000
أحزاب سياسية	42	26.4	171	15.8	150	12.5	363	14.9	93.678 ^a	2	.000
خبراء ومتخصصين	3	1.8	75	7	153	12.8	231	9.4	291.815 ^a	2	.000
شخصيات عامة مؤثرة	6	3.8	67	6.2	147	12.3	220	9	279.467 ^a	2	.000
الإجمالي	159	100	1083	100	1197	100	2439	100			

يؤكد هذا الجدول هيمنة المصادر الرسمية والحكومية على الخطاب الإخباري المتعلق بالشأن العام. حيث جاءت الفئات الثلاث الأعلى تمثيلاً هي "الوزراء" (21.3%)، و"مجلس الوزراء" (17.4%)، و"الرئيس السيسي" (16%)، مما يعني أن أكثر من نصف القوى الفاعلة في التغطية تنتمي للسلطة التنفيذية.

وتكشف النتائج عن أولويات مختلفة في الاعتماد على المصادر:

- موقع الوفد (الحزبي): أعطى الصدارة لـ "الوزراء" (35.9%) و"الأحزاب السياسية" (26.4%). هذا التوزيع منطقي تماماً، حيث يركز الإعلام الحزبي على مراقبة أداء السلطة التنفيذية (الوزراء) وفي نفس الوقت إبراز دور الأحزاب، بما فيها الحزب الذي يمثل.
- موقع اليوم السابع (المستقل): ركز بشكل كبير على قمة السلطة التنفيذية، حيث هيمن "الوزراء" (25.5%) و"الرئيس السيسي" (18.1%) و"مجلس الوزراء" (17.6%) على تغطيته. يعكس هذا توجهه كموقع إخباري رئيسي يغطي الأنشطة الرسمية للدولة بشكل مكثف.
- موقع الأهرام (القومي): كان الأكثر تنوعاً في مصادره الرسمية، حيث اعتمد بشكل متوازن على "مجلس الوزراء" (18.3%)، و"الوزراء" (15.6%)، و"الرئيس السيسي" (15.5%). ومن اللافت أنه أتاح مساحة أكبر نسبياً لـ "الخبراء والمتخصصين" (12.8%) و"الشخصيات العامة" (12.3%) مقارنة ببقية المواقع، ربما في إطار استراتيجيته لتقديم رواية رسمية مدعومة بآراء الخبراء التي تدعمها.

تؤكد نتائج اختبار (كا2) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اختيار القوى الفاعلة، مما يثبت أن كل موقع إخباري ينتقي مصادره بما يخدم سياسته التحريرية وأهدافه المؤسسية.

نتائج الدراسة

سعت الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف والإجابة عن عدد من التساؤلات المتعلقة بمعالجة المواقع الإخبارية المصرية لقضايا الشأن العام، وقد أسفر التحليل الكمي للمحتوى عن مجموعة من النتائج الشاملة التي تكشف عن طبيعة هذه المعالجة وأبعادها المختلفة.

ففيما يتعلق بأولويات اهتمام المواقع الإخبارية، أظهرت النتائج أن القضايا السياسية جاءت في صدارة اهتمامات المواقع عينة الدراسة، وهو ما يعكس حجم الحضور السياسي في التغطية الإخبارية، تلتها في المرتبة الثانية القضايا الاقتصادية، ثم قضايا الشأن المصري العام، بينما حلت القضايا الاجتماعية في مرتبة متأخرة، مما يشير إلى تفاوت في درجة الأهمية التي توليها هذه المواقع لمختلف القضايا التي تهم الرأي العام.

وللإجابة عن تساؤل الدراسة حول اتجاه المعالجة الإعلامية، كشفت النتائج عن هيمنة الاتجاه الإيجابي في تناول قضايا الشأن العام، حيث بلغت نسبته الإجمالية 51.6%، وهو ما يشير إلى ميل عام نحو دعم وتأييد التوجهات والسياسات العامة، وجاء الاتجاه المعارض في المرتبة الثانية ثم الاتجاه المحايد، مما يوضح طبيعة الخطاب السائد في هذه المنصات.

وفيما يخص الأطر الإعلامية التي وظفتها المواقع الإخبارية، فقد توصلت الدراسة إلى أن "إطار الحلول" كان هو الإطار الأكثر استخدامًا بنسبة 15.6%، مما يدل على توجه إعلامي نحو تقديم المعالجات التي تركز على إيجاد حلول للمشكلات القائمة. وجاءت بعده مباشرة وبنسب متقاربة أطر أخرى رئيسية هي "إطار الدعم والتأييد" و"إطار المسؤولية"، وهو ما يؤكد على الدور الوظيفي الذي تلعبه هذه المواقع في إسناد المسؤوليات وتقديم الدعم للسياسات المختلفة.

أما عن مسارات البرهنة والأساليب الإقناعية المستخدمة، فقد أوضحت النتائج أن المواقع الإخبارية اعتمدت بشكل أساسي على "الأرقام والإحصائيات" كأداة رئيسية لإثبات وجهة نظرها وتدعيم حجتها، حيث تصدرت هذه الفئة بنسبة 22.1%. وعلى صعيد الأساليب الإقناعية، هيمنت "الأساليب المنطقية" على التغطية بنسبة بلغت 55.4%، مما يعكس ميلاً نحو بناء خطاب يعتمد على الحجج العقلانية في مخاطبة الجمهور.

وأخيراً، وفيما يتعلق بالقوى الفاعلة التي برزت في التغطية، أكدت النتائج أن الشخصيات الرسمية كانت هي المصدر المهيمن في تناول القضايا، حيث جاء "الوزراء" في صدارة القوى الفاعلة بنسبة 21.3%، تلاهم "مجلس الوزراء" ثم "الرئيس السيسي". ويثبت هذا الترتيب مدى اعتماد المواقع الإخبارية على المصادر الحكومية والرسمية في بناء قصصها الإخبارية. كما أثبتت الدراسة صحة جميع فروضها، حيث تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المواقع الثلاثة تبعاً لنمط الملكية في جميع متغيرات الدراسة.

التوصيات:

أولاً: توصيات موجهة للمؤسسات الإعلامية والقائمين بالاتصال

1. توصي الدراسة بضرورة تجاوز المعالجة الإخبارية السطحية لقضايا الشأن العام، والتركيز بشكل أكبر على الفنون الصحفية التفسيرية والتحليلية التي تقدم خلفيات متعمقة ورؤى مستقبلية للقضايا، بدلاً من الاكتفاء بالمواد الخبرية السريعة.
2. نظراً لبروز الوزراء والشخصيات الرسمية كقوى فاعلة مهيمنة في التغطية، يُنصح بتنويع المصادر وإتاحة مساحة أكبر للخبراء والأكاديميين وممثلي المجتمع المدني والمواطنين العاديين للتعبير عن آرائهم، مما يضمن تقديم رؤية أكثر شمولية وتوازناً للقضايا.
3. أظهرت النتائج تركيزاً كبيراً على القضايا السياسية والاقتصادية على حساب القضايا الاجتماعية. لذا، توصي الدراسة بضرورة إيلاء اهتمام أكبر للقضايا الاجتماعية التي تمس حياة المواطنين اليومية بشكل مباشر، مثل التعليم والصحة والأسرة، ومعالجتها بنفس القدر من الأهمية والعمق.
4. تعزيز صحافة الحلول: بما أن "إطار الحلول" كان من أبرز الأطر المستخدمة، توصي الدراسة بتعزيز هذا التوجه الإيجابي، والتركيز ليس فقط على عرض المشكلات، بل على طرح ومناقشة الحلول والبدائل الممكنة، مما يساهم في خلق حوار مجتمعي بناء.

ثانياً: مقترحات الدراسة:

1. تقترح الدراسة إجراء بحوث ميدانية ودراسات استقبالية للجمهور، بهدف قياس مدى تأثير المعالجة الإعلامية التي تقدمها المواقع الإخبارية على اتجاهات ومعارف الجمهور نحو قضايا الشأن العام، وربط نتائج تحليل المضمون بنتائج الدراسات الميدانية.
2. يوصى بتوسيع نطاق الدراسات المستقبلية لتشمل عدداً أكبر من المواقع الإخبارية، بما في ذلك المنصات الرقمية الجديدة والمواقع الإقليمية، للحصول على صورة أكثر اكتمالاً لواقع المعالجة الإعلامية في مصر.
3. إجراء دراسات مقارنة بين معالجة الإعلام المصري لقضايا الشأن العام ومعالجة وسائل الإعلام العربية أو الدولية لنفس القضايا، للكشف عن أوجه التشابه والاختلاف في الأطر والأولويات الإخبارية.
4. التركيز في الدراسات القادمة على تحليل المحتوى المرئي والمسموع (الفيديو، الإنفوجرافيك، البودكاست) الذي تنتشره المواقع الإخبارية، لفهم كيفية مساهمة هذه الوسائط في تشكيل الأطر الإخبارية وتأثير قضايا الشأن العام.

- المراجع:

- 1- إبراهيم محمد إبراهيم شاهين، سلمى. (2015). معالجة الصحافة المصرية لقضايا التنمية المحلية بمحافظة سيناء. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (3) , 331-368.
- 2- أحمد، ندى جمال محمد. (2024). اتجاهات الجمهور نحو تغطية المواقع الإخبارية لدور المنظمات الدولية والإقليمية في القضايا العربية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 2024 (28) , 19-1.
- 3- حسن، محمود عبد التواب عبد السلام حسن، and ايمان محمود عبد الرحمن احمد. "التغطية المصورة للانتخابات الرئاسية المصرية لعام 2018 (دراسة تحليلية لعينة من مواقع الصحف الإلكترونية المصرية)". مجلة كلية الآداب. جامعة المنصورة 70.70 (2022): 1-1.
- 4- الخولي، سحر عبد المنعم محمود. (2022). أطر تغطية مواقع الصحف الأجنبية والعربية الأحداث الحرب الروسية الأوكرانية. المجلة المصرية لبحوث الاعلام. ع 81، ج2. 117-47
- 5- رجب، زينب الحسيني. (2022) أطر تقديم المواقع الإخبارية الدولية لأزمة السفينة الجائحة بقناة السويس، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع 59، ص 950
- 6- الشحري، سامح فوزي السيد. (2022). الأطر الخيرية لتغطية الحرب الروسية الأوكرانية في المواقع الإخبارية المصرية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة. - ع24، ج1
- 7- فهمي، نجوى عبد السلام (1998). تجربة الصحافة الإلكترونية والمصرية والعربية الواقع وآفاق المستقبل. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 4، 44، ص 207
- 8- لطفي، السيد. (2022). مشاهدة الجمهور المصري لإعلانات التبرعات بالفضائيات المصرية وعلاقتها بالحالة المزاجية لديهم. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، 2022 (24) , 337-367.
- 9- المحمدي، سماح. (2022). تأثير التعرض للأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الإلكترونية أثناء الأزمات على اتجاهات المواطنين نحو الحكومة والمزاج العام لهم. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2022 (80) , 51-112.

- 1- Ayşe Zafer Başkaya. Using Mood Management Theory to Define The Success of TV Format "O Ses Türkiye, British Journal of Arts and Social Sciences, Vol.13 No.1, 2013, p.102
- 2- Başkaya, Y.Z .(2013). Using Mood Management Theory to Define The Success of TV Format " O Ses Türkiye , British Journal of Arts and Social Sciences , Vol . 13 No.1 , p.102
- 3- Diane Holt & Ralf Barkemeyer. Media Coverage of Sustainable Development Issues Attention Cycles or Punctuated Equilibrium? Sustainable Development, 20, 2012, 1-17. doi: 10.1002/sd.460.
- 4- Doan, L. (2012). A social model of persistent mood states. Social Psychology Quarterly, 75(3), 198–218.
- 5- Eichstaedt, J. C., Yaden, D. B., Ribeiro, F., Adler, A., & Kern, M. L. (2020). Lifestyle and wellbeing: exploring behavioral and demographic covariates in a large us sample. International Journal of Wellbeing, 10(4).
- 6- Smith, Stephen, and Anthony O'Hare. "Comparing traditional news and social media with stock price movements; which comes first, the news or the price change?." Journal of Big Data 9.1 (2022): 1-20.

- النشر الدوري: تصدر المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي بصفة دورية (ثلاث مرات سنوياً)، وتنشر أبحاثاً باللغتين العربية والإنجليزية، مما يضمن استمرارية النشر وتوفير أحدث الأبحاث والدراسات للقراء والباحثين من مختلف أنحاء العالم.
- تنوع المحتوى: تقبل المجلة سبع تخصصات للنشر فيها وهي:

1. الإذاعة الرقمية
2. الإعلام
3. التسويق الرقمي
4. العلاقات العامة الرقمية
5. الصحافة الرقمية
6. تلفزيون الإنترنت
7. راديو الإنترنت

- النشر الإلكتروني والمفتوح: تُتاح المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي للنشر الإلكتروني بنظام الوصول المفتوح (open access online)، مما يضمن سهولة الوصول إليها وقراءتها وتحميلها مجاناً من قبل الباحثين والمهتمين في جميع أنحاء العالم.
- التنوع في أنواع المقالات: تنشر المجلة مجموعة متنوعة من أنواع المقالات، بما في ذلك:
- الأبحاث الأصلية (Original Articles): وهي أبحاث تقدم نتائج جديدة ومبتكرة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي.
- المقالات المرجعية (Review Articles): وهي مقالات تستعرض وتلخص مجموعة من الأبحاث السابقة حول موضوع معين.
- تقارير الحالة (Case Studies): وهي دراسات معمقة لحالات فردية أو أحداث معينة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي.
- المقابلات مع خبراء وباحثين بارزين: في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، لتقديم رؤيتهم حول أحدث التطورات والاتجاهات في هذا المجال.
- الأعداد الخاصة: تصدر المجلة أعداداً خاصة حول موضوعات معينة ذات أهمية خاصة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، وذلك لجذب انتباه الباحثين والمهتمين إلى هذه الموضوعات وتشجيع البحث فيها.

بيانات الاتصال:

الموقع الإلكتروني: <https://ejrcds.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني لهيئة التحرير: fatmaelzahasaleh@art.sohag.edu.eg

البريد الإلكتروني للقسم: media.dep@art.sohag.edu.eg

العنوان: جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، مصر.