



# مجلة البحوث والدراسات الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

العدد العاشر - أكتوبر - ديسمبر ٢٠١٩ م

- الإعلام وأزمة التحولات الدولية الراهنة وتداعياتها
- فاعلية برنامج تدريبي مقترح لتنمية الوعي بالأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي وأليات مواجهتها
- تعرض النخبة المصرية للبوابات الالكترونية الإخبارية وعلاقتها بمستوى فاعلية تعاملهم مع الأخبار الزائفة
- أطر تقديم تنظيم "داعش" في المواقع الإلكترونية الدولية وعلاقتها باتجاهات النخبة نحوها
- خطابات التهجين الثقافي في مواقع التواصل الاجتماعي والخطابات المضادة
- وسائل الإعلام الجديد وقضايا الهوية والمواطنة في اطار تحديات العولمة
- استخدام الطفل المصري لكارتون الواقع الافتراضي باليوتيوب وتأثيراته على هويته الثقافية في ضوء العولمة
- مستقبل العلاقة بين القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي..





# مجلة البحوث والدراسات الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

العدد العاشر - أكتوبر - ديسمبر ٢٠١٩ م

رئيس مجلس إدارة المجلة ورئيس التحرير

**أ.د. محمد سعد إبراهيم**

مساعد رئيس التحرير

**أ.د. سهير صالح**

مديرا التحرير

**أ.م.د. إلهام يونس أ.م.د.رامي عطا**

سكرتيرا التحرير

**أ.م.د. فاطمة شعبان ، د. حسين ربيع**

المنسق الإداري

**أ. أمين يسري**



رئيس مجلس الإدارة

**لواء د. أحمد عبد الرحيم**

## المراسلات

المعهد الدولي العالي للإعلام - ضاحية النخيل - مدينة الشروق - القاهرة

ت : ٢٦٣٠٠٠٤٢/٤٣/٤٤/٤٥ (٠٢) فاكس : ٢٦٣٠٠٠٣٩ (٠٢)

الرقم المختصر : ١٩٦٤٤ محمول : ٠١٠٠٥٦٠٠٠٦٧/٦٨/٦٩

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٢٠١٤ / ١٨٩٦٤

ISSN for Journal: (ISSN 2357-0407)

E.mail: crsjournal@sha.edu.eg

الموقع الإلكتروني : magazine.sha.edu.eg

متاحة على قاعدة بيانات دار المنظومة

www.mandumah.com



مجلة البحوث  
والدراسات الإعلامية





## المؤتمر العلمي الرابع

للمعهد الدولي العالي للإعلام بالشرق  
بحوث الإعلام ومنهجية التكامل المعرفي  
في إطار التحولات الدولية الراهنة وتداعياتها

القاهرة ٨ - ٩ إبريل ٢٠١٩ م

برعاية

الأستاذ / محمد فريد خميس

مؤسس أكاديمية الشرق

أ.د. خالد عبد الغفار

وزير التعليم العالي والبحث العلمي

عميد المعهد رئيس المؤتمر

أ.د. محمد سعد إبراهيم

رئيس مجلس الإدارة

لواء دكتور / أحمد عبد الرحيم

المجلد الثالث



## قواعد النشر

### للنشر والاشتراك

#### مجلة البحوث والدراسات الإعلامية (CRS JOURNAL)

مجلة علمية مُحكّمة، تصدر عن المعهد الدولي العالي للإعلام بمدينة الشروق، وغايتها نشر الأبحاث العلمية والمُحكّمة في مجال الإعلام، وتُنشر باللغات العربية والأجنبية.

- ترحب المجلة بنشر المقالات العلمية للسادة الأساتذة المتخصصين، كما ترحب بإسهامات الباحثين بعرض الكتب والدراسات والمؤتمرات والمقالات الحديثة.
- تتم مراجعة البحوث وتحكيمها من قبل أساتذة متخصصين في مجال البحث المقدم لتحديد صلاحية البحث للنشر.
- تُقبل البحوث باللغة العربية أو الأجنبية، ويُقدم مع البحث ملخص باللغتين العربية والإنجليزية لا يقل عن صفحة واحدة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن 30 صفحة بحجم A4.
- تتلقى إدارة المجلة ثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر، على أن يُكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل، ويُشار إلى الهوامش والمراجع في المتن بأرقام، وترد قائمتها في نهاية البحث وليس في أسفل كل صفحة، بالإضافة إلى الـ CD الخاص بكتابة البحث.
- إدارة المجلة غير ملزمة برد الأبحاث التي لا تُقبل للنشر إلى أصحابها، مع التزامها بتوضيح أسباب عدم قبول النشر.
- يُشترط ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مكان آخر، مع الالتزام بتعهد الباحث بأن بحثه لم ينشر من قبل ولن ينشر إلا بناء على رد من إدارة المجلة.
- يحصل الباحث على نسخة من المجلة فور صدورها.
- تُنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- للنشر والاشتراكات: مقر المعهد بمدينة الشروق - القاهرة.
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ١٨٩٦٤ / ٢٠١٤م.
- ISSN for Journal: (ISSN 2357-0407)
- تستقبل البحوث قبل تحكيمها على إيميل [ersJournal@sha.edu.eg](mailto:ersJournal@sha.edu.eg)



### مستشارو المجلة

أ.د. طه نجم  
أ.د. عادل عبد الغفار  
أ.د. عبد الجواد سعيد  
أ.د. عبد العزيز السيد  
أ.د. عزة عبد العزيز  
أ.د. علي عجوة  
أ.د. عواطف عبد الرحمن  
أ.د. فوزي عبد الغني  
أ.د. ليلى حسين  
أ.د. ليلى عبد المجيد  
أ.د. ماجدة مراد  
أ.د. ماجي الطواني  
أ.د. محمد البادي  
أ.د. محمد زين رستم  
أ.د. محمد شومان  
أ.د. محمد عبد الحميد  
أ.د. محمد معوض  
أ.د. محمود حسن إسماعيل  
أ.د. محمود خليل  
أ.د. محمود علم الدين  
أ.د. محمود يوسف  
أ.د. منى الحديدي  
أ.د. نجوى كامل  
أ.د. نسمة البطريق  
أ.د. هبة السمري  
أ.د. هبة شاهين  
أ.د. هشام عطية  
أ.د. هويدا مصطفى  
أ.د. وليد فتح الله

أ.د. ابتسام الجندي  
أ.د. إبراهيم المسلمي  
أ.د. أسما حافظ  
أ.د. أميمة عمران  
أ.د. أمين سعيد عبد الغني  
أ.د. أيمن منصور  
أ.د. إيناس أبو يوسف  
أ.د. بركات عبد العزيز  
أ.د. ثروت كامل  
أ.د. جيهان يسري  
أ.د. حسن علي  
أ.د. حسن عماد مكايي  
أ.د. حمدي حسن  
أ.د. حنان جنيد  
أ.د. خالد صلاح الدين  
أ.د. راجية قنديل  
أ.د. راسم الجمال  
أ.د. سامي الشريف  
أ.د. سامي طايغ  
أ.د. سامي عبد العزيز  
أ.د. سامية محمد علي  
أ.د. سلوى إمام  
أ.د. سلوى العوادلي  
أ.د. سمير حسين  
أ.د. سهام نصار  
أ.د. سوزان القليني  
أ.د. السيد بهنسي  
أ.د. شاهيناز طلعت  
أ.د. شريف درويش اللبان  
أ.د. شيماء ذو الفقار

## فهرس المحتويات

### مجلة البحوث والدراسات الإعلامية العدد العاشر - أكتوبر - ديسمبر ٢٠١٩ م

- ٩ • الإعلام وأزمة التحولات الدولية الراهنة وتداعياتها .....  
أ. د مبارك بن واصل الحازمي
- ٧٣ • فاعلية برنامج تدريبي مقترح لتنمية الوعي بالأخبار الزائفة فى مواقع  
التواصل الاجتماعي وأليات مواجهتها .. دراسة شبه تجريبية .....  
د. محمد محمود عبد الغنى عطوي
- ١٧٣ • تعرض النخبة المصرية للبوابات الالكترونية الإخبارية وعلاقتها بمستوى  
فاعلية تعاملهم مع الأخبار الزائفة .....  
د. إسراء الغزالي
- ٢٣٧ • أطر تقديم تنظيم "داعش" فى المواقع الإلكترونية الدولية وعلاقتها  
باتجاهات النخبة نحوها .. دراسة تحليلية وميدانية فى إطار مدخل إدارة الصراع  
د. رالا أحمد محمد عبد الوهاب - د. هبة محمد شفيق عبدالرازق
- ٣٢٧ • خطابات التهجين الثقافي فى مواقع التواصل الاجتماعي والخطابات  
المضادة .. دراسة تحليلية على المواقع الدينية المتشددة .....  
د. رشا مجاهد
- ٣٦٧ • وسائل الإعلام الجديد وقضايا الهوية والمواطنة فى اطار تحديات العولمة  
د. طارق معمر "بربخ"
- ٤١٥ • استخدام الطفل المصري لكارتون الواقع الافتراضي باليوتيوب وتأثيراته  
على هويته الثقافية فى ضوء العولمة .. كارتون الواقع سبايدرمان - نموذجاً  
د. نسمة إمام سليمان حسين
- ٤٩٩ • «مستقبل العلاقة بين القنوات التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي»  
هاجر محمود محمد أبو زيد

## مقدمة

يصدر العدد العاشر من مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، في موعده، ليؤكد تفرد المجلة في انتظام دوريتها، وتلازم مواعدي الطبع والصدور، وهي إحدى نقاط التقييم التي استحدثها المجلس الأعلى للجامعات في تقييمه للمجلات العلمية الصادرة في جمهورية مصر العربية.

يتضمن العدد الجديد مجموعة متميزة من البحوث العلمية المحكمة؛ منها ثلاثة بحوث حول الإعلام وأزمة الهوية، حيث يتناول بحث الدكتورة رشا مجاهد خطابات التهجين الثقافي والخطابات المضادة بالتطبيق على المواقع الدينية المتشددة، ويعالج الدكتور طارق معمر إشكالات الإعلام والهوية في إطار تحديات العولمة، بينما يعرض بحث الدكتورة نسمة إمام للعلاقة بين رسوم كارتون الواقع الافتراضي والهوية الثقافية.

وفي إطار مشروع البحث الجماعي حول آليات تداول الأخبار الزائفة وتأثيراتها النفسية والاجتماعية، تقدم الدكتورة إسراء الغزالي توصيفاً وتحليلاً لتعرض النخب المصرية للبوابات الإخبارية ونعاملهم مع الأخبار الزائفة



د. محمد سعد إبراهيم

رئيس مجلس إدارة المجلة  
ورئيس التحرير  
عميد المعهد الدولي  
العالي للإعلام بالشروق



## افتتاحية العدد

ويتبنى الدكتور محمد عطوي برنامجاً تدريبياً  
لتنمية الوعي بالأخبار الزائفة ويقدم قياساً لفاعلية  
هذا البرنامج.

ويناقد الدكتور مبارك الحازمي في بحثه الإعلام  
وأزمة التحولات الدولية الراهنة وتداعياتها ، وتحلل  
الدكتور رالا عبد الوهاب والدكتورة هبة شفيق أطر  
تقديم داعش في المواقع الإلكترونية الدولية  
واتجاهات النخبة حولها ، بينما تعرض هاجر محمود  
في بحثها لمستقبل القنوات التليفزيونية وشبكات  
التواصل الإجتماعي.

تحية تقدير للسادة الباحثين وأسرة تحرير المجلة

أ.د. محمد سعد إبراهيم

## تعرض النخبة المصرية لبوابات الالكترونية الإخبارية وعلاقتها بمستوى فاعلية تعاملهم مع الأخبار الزائفة

د.إسراء الغزالي

مدرس بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة بنها

### المقدمة :

شكل الفضاء الإقتراضى أهم إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التى شهدها العالم، فالتطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها فى مجال الاعلام والاتصال، ساهم فى ظهور نوع جديد من الإعلام، وهو الإعلام الإلكترونى المقروء والمرئى والمسموع، الذى يعتبر ظاهرة اعلامية جديدة يتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور بأقصر وقت ممكن وأقل تكلفة، وبات يشكل نافذة مهمة جداً لنشر المعلومات والحصول عليها.<sup>(١)</sup>



وأصبح الإعلام الإلكتروني محور الحياة المعاصرة له أهميه كبيرة باحتواء قضايا الفكر والثقافة وبات يطلق عليها (ثقافة التكنولوجيا) أو (ثقافة الميديا)، أصبح مستخدمو الانترنت في العالم في تزايد مستمر في ظل ثورة الانفوميديا والتي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال فالقنوات التلفزيونية و أمكن لها أن تبث برامجها عبر الموبايل؛ وبذلك استطاع الإعلام الإلكتروني أن يفرض واقعاً مختلفاً على الصعيد الإعلامي والثقافي والفكري والسياسي، فهو لا يعد تطويراً فقط لوسائل الإعلام التقليدية وإنما هو وسيلة إعلامية احتوت كل ما سبقها من وسائل الاعلام، من خلال انتشار المواقع والمدونات الإلكترونية وظهور الصحف والمجلات الالكترونية التي تصدر عبر الانترنت، بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته، فالعصر الحالي يعد بحق عصر الإعلام الإلكتروني، إعلام المستقبل، والعالم أجمع يتجه اليوم بشكل عام نحو الانترنت وتطبيقاته في المجالات المختلفة.<sup>(١)</sup>

وقد أدى الاستخدام الواسع لشبكة الإنترنت والبوابات الإخبارية الالكترونية التي باتت منتشرة ، إلى انتشار كبير للأخبار الوهمية والكاذبة والأخبار مجهولة المصدر واختط الخبر بالرأي، الأمر الذي يستدعي إيجاد طريقة ما للفصل بين الأخبار المنشورة، والتحقق من مصداقيتها رغم الصعوبة الكبيرة التي تواجه ذلك.

وتعد النخب اكثر فئات المجتمع تأثراً في الحياة بشكل عام، نظراً لتمتعها بالتميز الفكري أو التعليمي أو الاجتماعي، الأمر الذي يؤهلها لأن تصبح الأكثر قدرة على القيام بأدوار وظيفية تبعاً لمسئوليتها الاجتماعية ، واتخاذ القرارات في مجالات معينة.

وتستطيع الشخصية النخبوية التأثير في قطاعات كبيرة من الجمهور نظراً لتمييزها بعدة مهارات ومستوى تعليمي ثقافي يؤهلها للقيام بأدوار المسؤولية في المجتمع ، وقوة تأثيرية في دوائر صنع القرار والرأي العام.<sup>(٣)</sup>



## أولاً- تحديد المشكلة البحثية:

شهدت الفترة الأخيرة تعدد مصادر الحصول على المعلومات من مواقع إخبارية ومواقع للصحف وشبكات التواصل الإجتماعى واليوتيوب واعلام الهاتف المحمول بشكل جعل من الصعب الحكم على مصداقية الخبر فى ضوء تعددها واختلاف زوايا المعالجة التى تتم على أساسها صياغة الأخبار وهى عوامل قد يتحكم فيها السياسة التحريرية وتوجهات الموقع وعليه تتحدد المشكلة البحثية فى رصد تعرض النخب المصرية للبوابات الالكترونية الاخبارية ومدى علاقتها بمستوى فاعلية تعاملهم مع الأخبار الزائفة والأخبار مجهولة المصدر، وذلك فى ضوء مجموعة من الإعتبارات هي:

- الدور الحيوى الذى تلعبه البوابات الاخبارية الإلكترونية فى الحصول على الأخبار العالمية والإقليمية والمحلية فى ظل التراجع فى متابعة الصحف الورقية.
- انتشار ظاهرة الأخبار غير موثوقة المصدر والأخبار الزائفة التى قد تؤدى لاثارة بلبلة فى المجتمع .
- معدلات متابعة النخبة المصرية لمواقع البوابات الاخبارية وتغطياتها للأحداث العالمية والمحلية ، ودور التغطية الإخبارية فى طرح الموضوعات والقضايا والأحداث وشرحها وتفسيرها والتعليق عليها بأسلوب يستهدف التأثير على الجمهور.
- رؤية وتقييم النخبة المصرية "الأكاديمية، والإعلامية، والسياسية" لمدى مصداقية الأخبار التى تعرض على البوابات الاخبارية المختلفة.



- تعامل وتفاعل النخبة المصرية مع الاخبار المجهولة المصدر والايخبار الزائفة وتلك المصنوعة وقائعها او التي تخلط بين الرأي والخبر التي قد تنشرها بعض البوابات الاخبارية.

## ثانياً: أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة في ضوء الإعتبارات التالية:

- انتشار البوابات الاخبارية الإلكترونية وتعتمد البعض منها نشر أخبار مفبركة وغير صحيحة مع عدم ذكر مصدر الخبر بهدف اثاره البلبلة واثارة الرأي العام لأغراض ترجع لهدف القائمين على البوابات الالكترونية.
- تعد هذه الدراسة تطبيقاً لنتائج الدراسات البحثية الحديثة في مجال تأثيرات مصادر الأخبار الالكترونية، وخاصة البوابات الإخبارية، بما تقدمه من أخبار عالمية ومحلية وتعليقات على الأحداث الجارية واعتمادها على التكنولوجيا المتطورة في جمع وعرض الأخبار، وأهمية تقييم النخبة للتغطية الإخبارية لتلك البوابات وكيفية تعاملهم مع الأخبار مجهولة المصدر.
- أهمية قضية الشائعات والأخبار التي تهدف لإثارة الرأي العام وانتشار الأخبار الكاذبة، وما لها من بعد مجتمعي يؤثر على أمن واستقرار المجتمع النابع من احساس الجمهور بالخطر نتيجة متابعته لتلك البوابات بصفة مستمرة.
- تبنى الاتجاهات الحديثة في دراسات النخبة والتي اتجهت صوب دراسة تعرض النخبة السياسية والاعلامية والاكاديمية باختلاف توجهاتهم بوصفهم جماعات متنوعة تتكون من بنى فكرية وثقافية وسياسية متباينة.
- تصميم مقياس لفاعلية تعامل النخب المصرية مع الأخبار الزائفة (بمختلف مستوياتها) .



### ثالثاً- أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة دراسة تعرض النخبة المصرية للبوابات الالكترونية الإخبارية وعلاقتها بمستوى فاعلية تعاملهم مع الأخبار الزائفة، وذلك من خلال:

١. معرفة العلاقة بين تعرض النخب ومستوى فاعلية تعاملهم مع الأخبار الزائفة وغير الدقيقة.
٢. معرفة العلاقة بين معدل اعتماد النخب على البوابات الالكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة مجهولة المصدر.
٣. معرفة العلاقة بين معدل ثقة النخب فى البوابات الالكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الأخبار الزائفة وغير الدقيقة.
٤. معرفة العلاقة بين السمات الديموغرافية (النوع-العمر-المستوى الاجتماعي) للنخب ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة.
٥. دراسة مدى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين نوع النخبة (سياسية، اكااديمية، اعلامية) وتعاملهم مع الأخبار الزائفة.
٦. تحديد البوابات الإخبارية الإلكترونية الأكثر قارئية ومصداقية لدى عينة من النخب المصرية (السياسية والإعلامية والاكاديمية).

### رابعاً- الإطار النظرى للدراسة:

١. نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

تعود نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام " إلى حقبة السبعينيات، وهي قائمة على أساس وجود علاقة قوية بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي".



وتُعرف علاقة الاعتماد بأنها " العلاقة التي يعتمد فيها الجمهور على وسائل الإعلام مصدرًا للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة، وتعمل وسائل الإعلام على تحقيق ثلاثة أهداف هي : جمع المعلومات وتنسيقها ونشرها.

ويعتمد الغرض الأساسي لنظرية الاعتماد على وجود علاقة تفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع والنظم القائمة به، ومن خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم وإدراك تأثير وسائل الإعلام على المجتمع وعلى الأفراد.<sup>(٤)</sup>

وتتمثل فكرة نظرية الاعتماد في " أن استخدام وسائل الاتصال لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال ونفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع وما تعلمناه من وسائل الاتصال، وأى رسالة نتلقاها قد يكون لها نتائج مختلفة اعتماداً على خبراتنا السابقة عن الموضوع وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة".<sup>(٥)</sup>

وأما " محور هذه النظرية فيقوم على أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتزويده بالمعلومات التي تلبي حاجاته وتساعده في تحقيق هذه الاحتياجات.

يشتمل النموذج على ثلاثة أنماط من التأثيرات : التأثير المعرفي، والتأثير العاطفي، والتأثير السلوكي. وتأثيرات الاتصال الجماهيرية في هذه الحقول الثلاثة هي وظيفة مرتبطة إلى حد كبير بدرجة اعتماد الجمهور على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام.

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:<sup>(٦)</sup>

١. الفهم : مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

٢. التوجيه : ويشتمل على توجيه العمل وتوجيه تفاعلي مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.

٣. التسلية : وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل الراحة والاستتارة، أو التسلية الاجتماعية مثل الذهاب إلى السينما أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة.

## تأثيرات وسائل الإعلام:

### (1) التأثيرات المعرفية: - Cognitive Effects

وتشتمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفقا لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ما يلي:

- الغموض Ambiguity، حيث يصادف الشخص مشكلة الغموض هذه في حال نقص المعلومات المتاحة لدى الجمهور مما يدفعه للجوء إلى وسائل الإعلام المختلفة لإزالة هذا الغموض ولأسيما في أوقات الأزمات أو الكوارث والحروب والثورات.
- تكوين الاتجاهات Attitude Formation ، حيث تقوم وسائل الإعلام بدورها في عملية تشكيل اتجاهات الأفراد تجاه الموضوعات والقضايا المختلفة وذلك من خلال دفعها بالعديد من الآراء والأفكار والشخصيات التي تثير اهتمام المتلقى وخاصة في الأحوال الاستثنائية أوقات الحروب والاضطرابات.<sup>(٧)</sup>
- ترتيب الأولويات Agenda Setting ، وذلك من خلال دور وسائل الإعلام في ترتيب اهتمامات جمهور المتلقين من بين ما تثيره من موضوعات وأفكار بحسب ترتيب الوسائل ذاتها لهذه الموضوعات.
- اتساع المعتقدات ( Enlargement Ideas ) ، وذلك بالتأثير على نظم معتقدات الأفراد بزيادتها إما من خلال زيادة الفئات التي تتضمن لهذه المعتقدات وتقوم بتنظيمها في إطار محدد أو من خلال زيادة المعتقدات في كل فئة.<sup>(٨)</sup>





- القيم Values ، وهى مجموعة القيم والمبادئ التى يشترك فيها أفراد جماعه ما يرغبون فى ترويجها والحفاظ عليها كقيم التسامح والمساواة وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير فى توضيح أهمية هذه القيم.<sup>(٩)</sup>

## ٢) التأثيرات الوجدانية: Affective Effects

وهى التأثيرات المتعلقة بالمشاعر والأحاسيس من الحب والكرهية وغيرها، حيث تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا فى التأثير الوجدانى والعاطفى من خلال هذه التأثيرات:

- الفطور العاطفى Desensitization ، ويشير هذا النوع من التأثير إلى احتمالية حدوث نوع من الفطور العاطفى نتيجة التعرض المفرط لموضوعات ومشاهد العنف فى المحتوى الإعلامى مما قد ينتج عنه نوع من الفطور وعدم الرغبة فى مساعدة الآخرين، وإن كان علماء الاجتماع لم يبدوا اهتمام بتأثيرات العنف على مشاعر المتلقين للوسائل الإعلامية حيث يرى بعض هؤلاء العلماء أن تأثير التعرض لمشاهد العنف يتناقص بمرور الوقت.<sup>(١٠)</sup>

- الخوف والقلق Fear and Anxiety ، حيث أن تعرض الأفراد لما تقدمه وسائل الإعلام من مواد تثير الخوف والرعب ومشاعر القلق تنعكس على المتلقين نتيجة الخوف من الوقوع كضحايا لأعمال مماثلة لما يشاهدونه من أحداث.<sup>(١١)</sup>

الدعم المعنوى والاعتراب Morale and Alienation ، ويحدث هذا التأثير نتيجة الرسائل الإعلامية والمعلومات ذات التأثير المباشر على معنويات الأفراد ومستوى الأخلاق لديهم، فالمجتمعات التى تقوم فيها وسائل الإعلام بأدوار اتصاليه لرفع الحالة المعنوية لدى الشعور الجمعى والتوحيد والاندماج ولاسيما إذا ما كانت هذه الوسائل تعكس الفئات الاجتماعية التى ينتمى إليها المتلقى، ويزداد اغتراب الفرد حينما لا يجد معلومات معبره عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية من خلال وسائل الإعلام.<sup>(١٢)</sup>

### (٣) التأثيرات السلوكية: Behavioral Effects

من أهم التأثيرات السلوكية لوسائل الإعلام الفعل أو فقدان الرغبة في هذا الفعل وهذان التأثيران هما نتيجة مباشرة للتأثيرات المعرفية والوجدانية، وتتقسم التأثيرات السلوكية بحسب نموذج الاعتماد إلى: (التنشيط Activation ، وهو يعنى قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية وهو المنتج النهائى لربط الآثار المعرفية والوجدانية وقد يكون التنشيط عمل مفيد اجتماعيا كما فى الإقلاع عن التدخين، المشاركة السياسية، أو ضار اجتماعياً كما فى محاكاة السلوكيات السيئة كالعنف والجريمة)، (الخمول Deactivation، والخمول هو تجنب القيام بالفعل وقد يحدث هذا التأثير نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها بما ينعكس على السلوك الشخصى للمتلقى مثل العزوف عن المشاركة السياسية، أو الابتعاد عن الأنشطة المجتمعية).<sup>(١٣)</sup>

وتعد هذه النظرية مدخلاً ملائماً للدراسة الحالية فى ظل الإعتبارات التالية:

- اختلاف تفاعل النخب المصرية مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة التى تعرض فى البوابات الاخبارية الالكترونية فى ظل اختلاف السمات الديموغرافية والانتماءات السياسية والحزبية للنخب المصرية.
- اعتماد الكثير من الجمهور ولا سيما النخب المصرية السياسية والاعلامية والاكاديمية على وسائل الاعلام الحديثة فى الحصول على الاخبار العالمية والاقليمية والمحلية فى ظل تراجع الصحافة الورقية ووسائل الإعلام التقليدية .

### خامساً- الدراسات السابقة:

تم الرجوع إلى الدراسات السابقة التى تتعلق بموضوع الدراسة، كنوع من التدعيم لأفكار الدراسة والمساعدة فى بناء إطارها الفكري، وتم تقسيمها إلى محورين كالتالي:



## المحور الأول: الدراسات التي تناولت علاقة النخبة بوسائل الاعلام:

- اهتمت دراسة ياسمين سعيد وآخرون (٢٠١٥م)<sup>(١٤)</sup> بدراسة استخدامات الصفوة المصرية للبرامج الحوارية التليفزيونية والتأثيرات الناجمة عن التعرض لها، وكشفت عن مدى اهتمام الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية، حيث أنها تؤثر في زيادة المعرفة عن الأحداث المحيطة بالفرد، كما بحثت الدراسة تأثير المتغيرات الوسيطة لدى الصفوة على حجم المعارف والمعلومات التي يستقونها من البرامج الحوارية متمثلة في (النوع، والمرحلة العمرية، والمهنة، والإنتماء السياسي).
- استهدفت دراسة أميرة محمد (٢٠١٤م)<sup>(١٥)</sup> التعرف على اتجاه النخبة نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن القومي في بعده (السياسي، العسكري، الاقتصادي، الفكري، الاجتماعي)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من بينها ارتفاع درجة التقييم المتوازن لدى النخبة حول دور مواقع التواصل في التوعية بالأمن القومي، وكان الفيسبوك من أكثر المواقع خطورة على الأمن القومي يليه موقع المشاهدة اليوتيوب، في حين جاء تويتر في المرتبة الأخيرة من وجهة نظر النخبة عينة الدراسة.
- استهدفت دراسة خالد الصوفى وعلى البريهي (٢٠١٤م)<sup>(١٦)</sup>، التعرف على دور الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو الربيع العربي، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدلات اهتمام النخبة الأكاديمية العربية بمتابعة أخبار ثورات الربيع العربي وتطوراتها، وجاءت القنوات الفضائية الإخبارية في مقدمة المصادر الإعلامية التي تتابعها النخبة الأكاديمية العربية في اليمن.
- وسعت دراسة سامح كمال عبدالقادر (٢٠١٣م)<sup>(١٧)</sup> للكشف عن مصداقية البرامج الرياضية في تناول الإعلامى لأزمة حادث إستاذ بورسعيد وفقاً لآراء النخبة المصرية ، والتعرف على أهم العناصر المكونة لمفهوم مصداقية البرامج الرياضية وقت الأزمات، وبالتطبيق على عينة من النخبة الأكاديمية والإعلامية والسياسية،



وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج الرياضية لا تحرص على الحيادية والموضوعية في تغطيتها لأخبار حادثة استاد بورسعيد، وعدم ذكر مصادر الأخبار بالإضافة للخط بين الرأى والخبر.

- سعت دراسة دعاء فتحى سالم (٢٠١٢)<sup>(١٨)</sup> إلى التعرف على اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الالكترونية الاخبارية لاحداث ما بعد ثورة ٢٥ يناير، وتوصلت إلى أن المواقع الالكترونية جاءت فى الترتيب الاول من حيث اعتماد الصفوة المصرية عليها فى الحصول على المعلومات حول ثورة ٢٥ يناير.
- استهدفت دراسة هبة عبد الوهاب (٢٠١٠)<sup>(١٩)</sup>، التعرف على مدى اعتماد الصفوة على القنوات الإخبارية، ورصد وتحليل المتغيرات المؤثرة فى المصدقية المدركة لهذه القنوات الإخبارية، والتعرف على العلاقة بين حجم المشاهدة، والمصدقية المدركة وحجم الثقة الممنوحة للقنوات الإخبارية، وتوصلت الدراسة إلى أن النسبة الأعلى من مشاهدة الصفوة للقنوات الإخبارية بلغت ٦٥.٢% و أن قنوات الجزيرة والعربية ومصر الإخبارية شغلت المراتب الثلاثة الأولى من حيث التفضيل.
- انتهت دراسة عادل عبدالغفار (٢٠٠٩)<sup>(٢٠)</sup>، إلى اتفاق النخبة الإعلامية عينة الدراسة على ضعف اهتمام التلفزيون المصرى بالقضية السكانية، كما أن معالجته لها تنسم بفقدان التوازن بين أبعاد القضية، بالإضافة إلى ضعف مستوى الإعداد والتقديم والإخراج لرسائل التوعية السكانية فى التلفزيون المصرى.
- توصلت دراسة محمد يحيى (٢٠٠٨)<sup>(٢١)</sup>، إلى أن التلفزيون لا يزال الوسيلة الإعلامية الأكثر مصداقية متفوقاً على شبكة الإنترنت بفارق ليس بالكبير، وخاصة عند التعرض لمعلومات متناقضة حول حدث ما، وارتكز مفهوم المصدقية الصحية لدى المبحوثين فى المقام الأول على الدقة فى نقل الأخبار والمعلومات، ثم الجرأة فى مناقشة القضايا الحساسة، ثم قول الصدق وعدم إخفاء الحقيقة.



- بينت دراسة بشار عبد الرحمن مطهر (٢٠٠٧) (٢٢) وجود ارتباط إيجابي بين ترتيب أولويات القضايا السياسية البارزة في وسائل الإعلام محل الدراسة وترتيب أولويات هذه القضايا لدى المبحوثين، ووجود اختلافات في اتجاهات المبحوثين نحو القضايا السياسية البارزة (محل الدراسة) باختلاف أطر المعالجة الخبرية لهذه القضايا بكل من القنوات الفضائية العربية والإذاعات الدولية. وأن هناك ضعفاً في اعتماد النخبة الفكرية اليمنية (عينة الدراسة) على وسائل الإعلام اليمنية\_ سواء التلفزيون أو الإذاعة أو الصحف المحلية \_ في الحصول على المعلومات المتعلقة بالقضايا السياسية البارزة.

#### - المحور الثاني: الدراسات التي تناولت البوابات الإخبارية:

- استهدفت دراسة سمر أحمد حسنين (٢٠١٨) (٢٣) التعرض للمعالجة الصحفية تجاة القضايا والموضوعات والفاعليات الثقافية والتعرف على نسب القضايا ومدى تطورها، وتم اختيار عينة المواقع الإخبارية المصرية لمعرفة أوجه التغطية ودور المواقع تجاة تلك القضايا في إطار حراسة البوابة الإعلامية للصحفيين تجاة هذه القضايا وإطار النظرية النقدية الثقافية. وكانت اهم نتائج الدراسة أن المواقع الإخبارية حرصت على تدعيم المواد المنشورة ببعض وسائل التفاعلية من الصوت والفيديو، فقد توصلت الدراسة إلى لجوء المواقع الإخبارية لاستخدام الفيديوهات لتغطية الأحداث والأنشطة والفاعليات الثقافية .

- استهدفت دراسة أشرف محمود لطيف (٢٠١٨) (٢٤) تحديد أهم الأسباب التي تدفع الجمهور لتصفح مواقع الصحف على الإنترنت، والوقوف على أبعاد وحدود العلاقة التي تربط بين التعرض لمواقع الصحف المصرية الإلكترونية من قبل المراهقين وصورة الاحزاب السياسية لديهم . وخلصت الداسة الى أن موقع جريدة الأهرام جاء في المقدمة من حيث ترتيب المواقع لدى المبحوثين عينة الدراسة وفي



الترتيب الثانى جاء موقع صحيفة اليوم السابع وفى الترتيب الثالث جاء موقع "بوابة أخبار اليوم".

- تهدف دراسة أحمد فتحي محمد (٢٠١٧م)<sup>(٢٥)</sup> الى التعرف على تأثير العوامل الديموغرافية والسمات والخصائص الفردية والشخصية والعوامل التكنولوجية والشكلية فى ادراك الجمهور والقائم بالاتصال لمصادقية المواد الصحفية المقدمة فى البوابات الاخبارية الالكترونية المصرية، وطبيعة علاقتها بالقارئية خلال عام ٢٠١٦، واسفرت الدراسة عن أن ترتيب بوابة ما على أنها الأعلى قارئية لا علاقة له بمصادقية محتواها وليس دليلاً على أنها تقدم محتوى صحفياً ذات مصادقية.

- دراسة إيمان يحيى داخلى عبد القادر (٢٠١٧)<sup>(٢٦)</sup> ، تستهدف هذه الدراسة الكشف عن كيفية معالجة المواقع الإلكترونية لقضايا التحول الديمقراطي وتحديد أوجه الإنفاق والإختلاف بين تلك المواقع ، بالإضافة إلى رصد اتجاهات الرأى العام نحو معالجة المواقع الإلكترونية لقضايا التحول الديمقراطي فى مصر، وكشفت نتائج الدراسة عن اختلاف مضمون معالجة المواقع عينة الدراسة لقضايا التحول الديمقراطي، نظراً لطبيعة فكر وفلسفة كل موقع، كما أشارت الى انفتاح فى استخدام مواقع الدراسة لإمكانيات الوسائط المتعددة من فيديو ومقاطع صوت ورسوم وخرائط فى معالجتها لقضايا الدراسة ، على الرغم من أن المواقع من أهم مميزاتها استخدامها للوسائط المتعددة.

- دراسة سارة شوقى المقدم (٢٠١٦)<sup>(٢٧)</sup> اهتمت بأنماط استهلاك الاخبار والمعلومات عبر تطبيقات الهاتف الخلوى الذكي، وكيفية تقييمهم لمصادقية الاخبار والمعلومات التى تصلهم عبر تطبيقات الهاتف، واعتمدت على نظريتي الشبكات الاجتماعية ونشر المستحدثات، وتوصلت إلى أن الجمهور يفضل استخدام تطبيقات الهاتف



الخلوى للحصول على الاخبار لسهولة وسرعة استخدامها، الا أنهم لا يرونها ذات مصداقية مرتفعة.

- دراسة Bob Franklin & Matt Carlson (٢٠١٦) <sup>(٢٨)</sup>،هدفت الدراسة للتحقق من تحقيق مستوى من التفاعل مع ١٥ مصدر من مصادر المعلومات السياسية، وتحديد درجة الاعتماد على كل من هذه المصادر، و تقييم إدراك مصداقية هذه المصادر. وتشمل هذه المصادر شبكة المواقع الاجتماعية، و تويتر، وتطبيقات الهاتف المحمول. وتوصلت الدراسة إلى تويتر ووسائل الاعلام الاجتماعية، البرامج الحوارية الاذاعية تتمتع بقوة مصداقية أكبر من التفاعل مع مصادر (مثل سي إن إن، والمواقع السياسية).

- بحثت دراسة Eun Go and others (٢٠١٦م) <sup>(٢٩)</sup> في دوافع الافراد لاستخدام الانترنت، وإدراكهم لمصداقية المعلومات على الانترنت والثقة في الصحافة ، وارتباط دوافع محددة (البحث عن المعلومات، العلاقات الاجتماعية، والترفيه) مع استخدام البوابات على شبكة الانترنت، والمواقع الاخبارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية. وأشارت النتائج أن استخدام المواقع الاخبارية يؤثر بشكل خاص على إدراك المستخدمين من مصداقية المعلومات على الانترنت، وكذلك الثقة في الصحافة .

- سعت دراسة سماح الشهاوى (٢٠١٥) <sup>(٣٠)</sup> للكشف عن درجة مصداقية الصحف الإلكترونية المصرية لدى الشباب المصري، وتقييمهم للأبعاد المختلفة لمصداقية هذه الصحف، واختبار العلاقة بين مصداقية الصحف الإلكترونية واستخدام الشباب لهذه الصحف، وتوصلت إلى أن الصحف الإلكترونية تتسم بمصداقية متوسطة فقد جاءت في الترتيب الأول بنسبة % 58 ، وعدم وجود علاقة دالة احصائيا بين معدل استخدام الصحف



الإلكترونية ودرجة مصداقيتها، وأيضاً بين المتغيرات الديموغرافية (النوع - الوظيفة - التعليم) وبين مصداقية الصحف الإلكترونية.

- دراسة ماهيتاب ماهر محمود (٢٠١٤م)<sup>(٣١)</sup>، هدفت الدراسة الى التعرف على مؤشرات وعناصر مصداقية تغطية المواقع الصحفية الالكترونية المصرية ومحدداتها بالتطبيق مجموعة من البوابات الالكترونية، كما سعت الى رصد توصيف رؤية النخبة المصرية لمصداقية شبكة الانترنت والعوامل المؤثرة عليها، والكشف عن انماط استخدام النخبة المصرية لشبكة الانترنت ورؤيتها وتصوراتها لمصداقية المحتوى الالكتروني المطروح عبر مواقعها الاخبارية، ورصد لاهم الاليات التي اعتمدت عليها النخبة في الحكم على مستوى مصداقية هذه المواقع، واستنتجت استناد المادة الاعلامية على المواقع الاخبارية الى مصادر موثوقة بنسبة ٩٨.٥%، وان مستوى مصداقية النخبة المصرية لوسائل الاعلام كان اعلى بالنسبة للانترنت عن الوسائل الاخرى.

- دراسة ابراهيم حسن المرسي التوام<sup>(٣٢)</sup>، تسعى الدراسة لرصد معدل تصفح النخبة الاكاديمية للمواقع الاخبارية ودرجة المصداقية ومدى توافر مؤشراتهما في المواقع الاخبارية وعلاقتها بدرجة التنافر المعرفي، وخلصت الى أن المواقع التي جاءت في صدارة المصداقية كما تراها النخبة هي مواقع الإخبارية للصحف الخاصة، ثم البوابات الإخبارية للصحف القومية بالتبادل مع المواقع الإخبارية الموجهة.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

- معظم الدراسات السابقة استخدمت المنهج الوصفي واهتمت بالجانب الميداني، وعدد قليل جمع بين الجانب الميداني والتحليلي، كم استخدمت بعض الدراسات المنهج شبه التجريبي.





- واستخدمت العينات العشوائية وبعضها اعتمد على العينات العمدية لمستخدمي المواقع أو شبكة المعلومات الدولية، وتنوع مجتمع الدراسات السابقة ما بين جمهور عام وفئة الشباب والنخبة السياسية أو الأكاديمية أو الإعلامية .

- ركزت الدراسات على العلاقة بين العوامل الديموغرافية (النوع-السن -المستوى الاجتماعي) وبين رؤية الجمهور لمدى صدق المواقع الاخبارية والاخبار المنشورة بها.

### سادساً- فروض الدراسة:

1. توجد علاقة دالة إحصائياً بين تعرض النخبة المصرية للبوابات الاخبارية الإلكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة.
2. توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل اعتماد النخب على البوابات الإلكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة.
3. توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل ثقة النخبة في البوابات الإلكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة.
4. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اهتمام النخبة المصرية بمتابعة البوابات الإلكترونية الاخبارية ومدى اعتقادهم بزيف تلك الاخبار وعدم مصداقيتها
5. توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات جمهور النخبة المصرية على مقياس التفاعل مع الاخبار الزائفة على البوابات الإلكترونية الاخبارية تبعاً للمتغيرات الديمجرافية المتمثلة في (نوع النخبة، والنوع، والسن، والمؤهل التعليمي).

### سابعاً- نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى لبحث تعرض النخبة المصرية للبوابات الاخبارية الإلكترونية وعلاقتها بمستوى فاعلية تفاعلهم مع الأخبار الزائفة،



واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وفي إطاره تم مسح عينة من النخبة المصرية (الأكاديمية والإعلامية والسياسية)، للوقوف على مستويات تعرضهم للبوابات الاخبارية الإلكترونية ، ومستويات الثقة فيها، وكيفية تفاعلهم مع الأخبار الزائفة ومجهلة المصدر في تلك المواقع .

### ثامناً- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جمهور النخبة المصرية، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية من متابعي البوابات الاخبارية الالكترونية بلغ قوامها (١٥٠) مفردة من النخبة المصرية (الأكاديمية والإعلامية والسياسية)، ويمكن توصيف عينة الدراسة من خلال الجدول التالي:

جدول (١) توصيف عينة الدراسة

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	١٠٤	٦٩.٣
	إناث	٤٦	٣٠.٧
المستوى التعليمي	جامعي	٨٢	٥٤.٧
	فوق الجامعي	٦٨	٤٥.٣
نوع النخبة	الأكاديمية	٥٠	٣٣.٣
	الإعلامية	٥٠	٣٣.٣
	السياسية	٥٠	٣٣.٣
السن	من ٣٥ لأقل من ٤٥ عاماً	٧٨	٥٢
	من ٤٥ لأقل من ٥٥ عاماً	٦٠	٤٠
	٥٥ عاماً فأكثر	١٢	٨
المجموع		١٥٠	%١٠٠



## تاسعاً- أداة جمع بيانات الدراسة:

تعتمد الدراسة على صحيفة الإستبيان لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فروضها التي اشتملت على عدة محاور لقياس مستويات تعرض النخبة للبوابة الإلكترونية الاخبارية، ومستويات التفاعل معها والثقة فيها، وتفاعل النخبة المصرية مع الأخبار الزائفة ومجهولة المصدر في تلك المواقع.

## عاشراً- اختبار الصدق والثبات:

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

من المحكمين لتحقيق الصدق الظاهري للبيانات و تصميم المقياس في ضوء مراجعة الدراسات

السابقة وإجراء اختبار قبلي على - ١٠% من حجم العينة بما يعادل ١٤ مبحوثاً من النخبة ، وتم إعادة تطبيق الاستمارة على نفس العينة من المبحوثين، وتم حساب نسبة الثبات بين التطبيقين، وقد بلغت نسبة الثبات 0.87 ، وهي نسبة مرتفعة تدل على قابلية استمارة الاستقصاء للتطبيق.

## أحد عشر- المعالجة الإحصائية للبيانات:

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

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كاي ٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)



- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة ( Interval Or Ratio)
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .
- الاختبارات البعدية ( Post Hoc Tests ) بطريقة أقل فرق معنوى ( Least Significance Difference ) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائياً بينها.
- الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث بناءً على عدد المراتب في السؤال، ثم تجمع النقاط التي يحصل عليها كل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة وتحسب النسب المئوية لبنود السؤال كلها .
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (٩٥%) فأكثر ، أى عند مستوى معنوية (٠.٠٥) فأقل .



## نتائج الدراسة الميدانية:

### (أ) نتائج تساؤلات الدراسة:

#### ١. مستوى تعرض النخبة المصرية للبوابات الالكترونية الإخبارية:

##### جدول (٢)

مستوى تعرض النخبة المصرية للبوابات الالكترونية الإخبارية وفقاً لنوع النخبة

الإجمالي		السياسية		الإعلامية		الأكاديمية		العينة معدل التعرض
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٢.٧%	٦٤	٣٦%	١٨	٦٢%	٣١	٣٠%	١٥	مرتفع
٤١.٣%	٦٢	٤٢%	٢١	٣٤%	١٧	٤٨%	٢٤	متوسط
١٦%	٢٤	٢٢%	١١	٤%	٢	٢٢%	١١	منخفض
١٠٠%	١٥٠	١٠٠%	٥٠	١٠٠%	٥٠	١٠٠%	٥٠	الإجمالي

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٦.٧٩٢ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠.١٤٧ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة مرتفعي التعرض من النخبة المصرية للبوابات الالكترونية كان ٤٢.٧% من إجمالي مفردات العينة، موزعة بين ٣٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٦٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٣٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، وبلغت نسبة متوسطي التعرض للبوابات الإخبارية من النخبة المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤١.٣% ، موزعة بين ٤٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٣٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٤٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، بينما بلغت نسبة منخفضي التعرض للبوابات الإخبارية من النخبة المصرية من

إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ١٦% ، موزعة بين ٢٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٢٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية.

وبحساب قيمة كا<sup>٢</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها = ٦.٧٩٢ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين عينة النخبة (الأكاديمية - الإعلامية - السياسية) ومستوى التعرض للبوابات الالكترونية الاخبارية.

## ٢. أهم ١٠ بوابات الكترونية اخبارية تحرص النخبة المصرية على متابعتها:

### جدول (٣)

ترتيب أهم ١٠ بوابات الكترونية اخبارية تحرص النخبة المصرية على متابعتها

الوزن المرجح	النقاط	العاشر	التاسع	الثامن	السابع	السادس	الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول	الترتيب
												القنوات
٩.٥	١٢٠٢	٠	١	١	١٦	١٠	٩	١١	١٧	٣٤	٥١	المصرى اليوم
٧.٧	٩٦٤	١	٢	٥	٢٠	١٤	٢٣	٣٥	١٩	١١	٢٠	الشروق
٦.٤	٨١١	٤	٢	٢٨	٢١	٣٨	١٨	٦	١٠	١٥	٨	البوابة نيوز
٢.٤	٢٩٩	٢	٠	٠	٢٠	١١	٠	٦	١٥	٠	٠	التحرير
٤.٤	٥٥٧	٠	٠	١١	٣	٠	٧	٣٧	٢٣	٣	٠	مصراوي
١٠.٥	١٣٢٢	٠	٠	٠	٠	٦	١٤	٩	١٧	٣١	٧٣	اليوم السابع
٧.٨	٩٨١	٩	١٢	٧	٢	٩	٢١	٣٣	١٩	١٥	٢٣	موقع العربية
٨.١	١٠٢٣	٠	٢	٠	١٥	١٣	٤١	٩	٢٣	١٥	٣٢	Bbc
٢.٥	٣١٨	٠	٠	٣	٠	٠	٢٥	١	١٠	٨	٠	Cnn
٤.٣	٥٤٤	٠	٥	٠	١١	٣٧	٣	٨	١٥	٩	٣	الجزيرة نت



٣.٧	٤٧١	١	٥	٠	١٣	٥٥	٩	٠	٢	٧	٠	الفجر
٩.٩	١٢٤٤	٠	٠	٠	٠	٠	١٠	٤٤	٣٣	١٨	٤٥	الأهرام
٨	١٠٠٢	١	١٢	٠	١٤	٩	٢٦	١٩	٣٧	٢٤	٨	اخبار اليوم
٧.٩	٩٩١	٠	١	٢٢	٩	٤١	٢٠	١٢	٢٩	١٤	٢	الوطن
٦.٨	٨٥٤	٦	١٢	٢٥	١٨	٧	١٥	٢١	٢٣	٩	١٤	فيتو
١٢٥٨٣		مجموع الأوزان المرجحة										

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى ترتيب أهم عشر بوابات اخبارية تحرص النخبة المصرية على متابعتها حيث جاء في الترتيب الأول اليوم السابع بوزن مئوي ١٠.٥%، يليه في الترتيب الثاني بوابة الأهرام بوزن مئوي ٩.٩%، يليه في الترتيب الثالث بوابة المصري اليوم بوزن مئوي ٩.٥%، ويليه في الترتيب الرابع BBC بوزن مئوي ٨.١%، يليه في الترتيب الخامس بوابة اخبار اليوم بوزن مئوي ٨%، يليه في الترتيب السادس بوابة الوطن بوزن مئوي ٧.٩%، ويليه في الترتيب السابع العربية بوزن مئوي ٧.٨%، ويليه في الترتيب الثامن بوابة الشروق بوزن نسبي ٧.٧%، ويليه في الترتيب التاسع بوابة فيتو بوزن نسبي ٦.٨% وفي الترتيب العاشر البوابة نيوز بوزن نسبي بلغ ٦.٤%.

### ٣. ما تهتم به النخبة عند متابعة البوابات الالكترونية الاخبارية :

#### جدول (٤)

ما تهتم به النخبة عند متابعة البوابات الالكترونية الاخبارية وفقاً لنوع النخبة

الإجمالي		السياسية		الإعلامية		الأكاديمية		العينة الاهتمام
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٠.٧%	٤٦	٣٦%	١٨	٢٦%	١٣	٣٠%	١٥	العناوين
٢١.٣%	٣٢	٢٦%	١٣	١٨%	٩	٢٠%	١٠	المقدمات
٢٠%	٣٠	١٨%	٩	١٦%	٨	٢٦%	١٣	الصور والفديوهات
١٤%	٢١	٦%	٣	٢٢%	١١	١٤%	٧	الموضوع بالكامل
١٠.٧%	١٦	١٠%	٥	١٦%	٨	٦%	٣	الاكثر قراءة
٣.٣%	٥	٤%	٢	٢%	١	٤%	٢	متابعة الباب المفضل
١٠٠	١٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	الاجمالي

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٣.٥٥٦ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠.٤٦٩ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أهم ما تهتم به النخبة المصرية عند متابعتها للبوابات الالكترونية، حيث جاء في الترتيب الأول العناوين بنسبة ٣٠.٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٢٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٣٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، يليها في الترتيب الثاني المقدمات بنسبة ٢١.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ١٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٢٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة





السياسية ، يليها في الترتيب الثالث الصور والفيديوهات بنسبة ٢٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ١٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ١٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية ، يليها في الترتيب الرابع الموضوع كاملاً بنسبة ١٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٢٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية ، يليها في الترتيب الخامس الأكثر قراءة بنسبة ١٠.٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ١٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ١٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية ، يليها في الترتيب الأخير متابعة الباب المفضل بنسبة ٣.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية .

وبحساب قيمة كا<sup>٢</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها = ٣.٥٥٦ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين عينة النخبة (الأكاديمية - الإعلامية - السياسية) وما تهتم به النخب عند متابعة البوابات الإلكترونية الإخبارية.

٤. درجة اعتماد النخبة على وسائل الاعلام التالية كمصادر للأخبار والمعلومات :

جدول (٥)

درجة اعتماد النخبة على وسائل الاعلام كمصادر للأخبار والمعلومات

%	ك	العينه
		الوسائل
٦%	٩	الصحف الورقية
١٥.٣%	٢٣	التلفزيون
٠.٦٦%	١	الراديو
٣٠.٧%	٤٦	البوابات الاخبارية
٢٤.٧%	٣٧	مواقع الصحف
٧.٣%	١١	مواقع القنوات
٨.٧%	١٣	يوتيوب
٣.٣%	٥	تويتر
٢%	٣	انستجرام
٠.٦٦%	١	المدونات
٠.٦٦%	١	سناپ شات
١٠٠%	١٥٠	الاجمالي

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى درجة اعتماد النخبة على وسائل الاعلام التالية كمصادر للأخبار والمعلومات حيث جاء في الترتيب الأول البوابات الاخبارية بنسبة ٣٠.٧% من اجمالي مفردات النخبة عينة الدراسة ، يليه فى الترتيب الثانى مواقع الصحف بنسبة ٢٤.٧% من اجمالي مفردات النخبة عينة الدراسة، يليه فى الترتيب الثالث التلفزيون بنسبة ١٥.٣% من اجمالي مفردات النخبة عينة الدراسة، يليه



في المرتبة الرابعة اليوتيوب بنسبة ٨.٧% من اجمالي مفردات النخبة عينة الدراسة، يليه في المرتبة الخامسة مواقع القنوات بنسبة ٧.٣% من اجمالي مفردات النخبة عينة الدراسة، يليه في المرتبة السادسة الصحف الورقية بنسبة ٦% من اجمالي مفردات النخبة عينة الدراسة، يليه في المرتبة السابعة تويتر بنسبة ٣.٣% من اجمالي مفردات النخبة عينة الدراسة، يليه في المرتبة الثامنة انستجرام بنسبة ٢% من اجمالي مفردات النخبة عينة الدراسة، يليه في المرتبة التاسعة الراديو والمدونات وسناب شات بنسبة ٠.٦٦% من اجمالي مفردات النخبة عينة الدراسة.

## ٥. مدى اعتماد النخبة المصرية على البوابات الالكترونية الاخبارية كمصدر أساسي للأخبار :

### جدول (٦)

مدى اعتماد النخبة المصرية على البوابات الالكترونية الاخبارية كمصدر أساسي للأخبار وفقاً لنوع النخبة

الإجمالي		السياسية		الإعلامية		الأكاديمية		العينة مدى الاعتماد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٩.٣%	٧٤	٦٢%	٣١	٢٨%	١٤	٥٨%	٢٩	دائماً
٣٧.٣%	٥٦	٣٠%	١٥	٤٦%	٢٣	٣٦%	١٨	أحياناً
١٣.٣%	٢٠	٨%	٤	٢٦%	١٣	٦%	٣	نادراً
١٠٠%	١٥٠	١٠٠%	٥٠	١٠٠%	٥٠	١٠٠%	٥٠	الإجمالي

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٢.١٠٠ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠.٣٥٠ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يعتمدون دائماً على البوابات الاخبارية من النخبة المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٩.٣% ، موزعة بين ٥٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٢٨%



من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٦٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، وبلغت نسبة من يعتمدون أحياناً على البوابات الاخبارية من النخبة المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٧.٣% ، موزعة بين ٣٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ١٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٣٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، بينما بلغت نسبة من يعتمدون نادراً على البوابات الاخبارية من النخبة المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١٣.٣% ، موزعة بين ٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٢٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية.

وبحساب قيمة كا ٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها = ٢.١٠٠ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين عينة النخبة (الأكاديمية - الإعلامية - السياسية) ومدى اعتماد النخبة المصرية على البوابات الالكترونية الاخبارية كمصدر أساسي للأخبار.



## ٦. اعتماد النخبة المصرية على البوابات الالكترونية الاخبارية عند متابعة الاحداث في مصر :

### جدول (٧)

اعتماد النخبة المصرية على البوابات الالكترونية الاخبارية عند متابعة الأحداث في مصر وفقاً لنوع النخبة

الإجمالي		السياسية		الإعلامية		الأكاديمية		العينة الاعتماد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥١.٣%	٧٧	٥٤%	٢٧	٣٦%	١٨	٦٤%	٣٢	مرتفع
٤٢%	٦٣	٣٦%	١٨	٥٨%		٣٢%	١٦	متوسط
٦.٧%	١٠	١٠%	٥	٦%	٣	٤%	٢	منخفض
١٠٠	١٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	الاجمالي

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٧.٩٨٦ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠.٠٩٢ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة منخفضى مستوى الاعتماد على البوابات الالكترونية الاخبارية عند متابعة الأحداث في مصر من النخبة المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٦.٧% ، موزعة بين ٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة الأكاديمية فى مقابل ٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة الإعلامية، ١٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة السياسية، وبلغت نسبة متوسطى مستوى الاعتماد على البوابات الالكترونية الاخبارية عند متابعة الأحداث فى مصر من النخبة المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤٢%، موزعة بين ٣٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة الأكاديمية فى مقابل ٥٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة الإعلامية، ٣٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة السياسية، بينما بلغت نسبة مرتفعى مستوى الاعتماد على البوابات الالكترونية الاخبارية عند متابعة الأحداث فى مصر من النخبة المصرية من إجمالي مفردات عينة



الدراسة ٥١.٣% ، موزعة بين ٦٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٣٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٥٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية.

وبحساب قيمة كا<sup>٢</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها = ٧.٩٨٦ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين عينة النخبة (الأكاديمية - الإعلامية - السياسية) ومدى اعتماد النخبة المصرية على البوابات الالكترونية الاخبارية عند متابعة الأحداث في مصر.

٧. اعتماد النخبة المصرية على البوابات الالكترونية الاخبارية عند متابعة الأحداث العربية والدولية:

#### جدول (٨)

اعتماد النخبة المصرية على البوابات الالكترونية الاخبارية عند متابعة الاحداث العربية والدولية وفقاً لنوع النخبة

الإجمالي		السياسية		الإعلامية		الأكاديمية		العينة مستوى الاعتماد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢٤.٧%	٣٧	٣٠%	١٥	١٦%	٨	٢٨%	١٤	مرتفع
٦٠.٧%	٩١	٦٦%	٣٣	٦٢%	٣١	٥٤%	٢٧	متوسط
١٤.٦%	٢٢	٤%	٢	٢٢%	١١	١٨%	٩	منخفض
١٠٠	١٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	الإجمالي

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٠.١٧٢ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠.٩٩٧ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة منخفضى مستوى الإعتماد على البوابات الالكترونية الاخبارية عند متابعة الأحداث العربية والدولية من النخبة



المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ١٤.٦% ، موزعة بين ١٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٢٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، وبلغت نسبة متوسطى مستوى الاعتماد على البوابات الالكترونية الاخبارية عند متابعة الأحداث العربية والدولية من النخبة المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٦٠.٧%، موزعة بين ٥٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٦٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٦٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، بينما بلغت نسبة مرتفعى مستوى الاعتماد على البوابات الالكترونية الاخبارية عند متابعة الأحداث العربية والدولية من النخبة المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٤.٧% ، موزعة بين ٢٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ١٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٣٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية.

وبحساب قيمة كا ٢١ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها = ٠.١٧٢ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين عينة النخبة (الأكاديمية - الإعلامية - السياسية) اعتماد النخبة المصرية على متابعه الأحداث العربية والدولية من خلال البوابات الالكترونية.

## ٨. مدى ثقة النخبة المصرية فى البوابات الالكترونية الاخبارية :

### جدول (٩)

مدى ثقة النخبة المصرية فى البوابات الالكترونية الاخبارية وفقاً لنوع النخبة

الإجمالي		السياسية		الإعلامية		الأكاديمية		العينة مدى الثقة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢٤%	٣٦	٣٤%	١٧	٢٠%	١٠	١٨%	٩	مرتفع
٥٦.٧%	٨٥	٥٢%	٢٦	٦٢%	٣١	٥٦%	٢٨	متوسط
١٩.٣%	٢٩	١٤%	٧	١٨%	٩	٢٦%	١٣	منخفض
١٠٠	١٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	المجموع

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٩.٨٩٢ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠.٠٤٢ الدلالة = ٠.٠٥

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة منخفضى مستوى الثقة فى البوابات الالكترونية الاخبارية من النخبة المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ١٩.٣% ، موزعة بين ٢٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة الأكاديمية فى مقابل ١٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة الإعلامية، ١٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة السياسية، وبلغت نسبة متوسطى مستوى الثقة فى البوابات الالكترونية الاخبارية من النخبة المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥٦.٧% ، موزعة بين ٥٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة الأكاديمية فى مقابل ٦٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة الإعلامية، ٥٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة السياسية، بينما بلغت نسبة مرتفعى مستوى الثقة فى البوابات الالكترونية الاخبارية من النخبة المصرية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٤% ، موزعة بين ١٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة الأكاديمية فى مقابل ٢٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة الإعلامية، ٣٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة السياسية.





وبحساب قيمة كا<sup>٢</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها = ٩.٨٩٢ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين عينة النخبة (الأكاديمية - الإعلامية - السياسية) ومدى ثقة النخبة المصرية فى البوابات الالكترونية الاخبارية.

#### ٩. عناصر تدعم الثقة فى البوابة الاخبارية الالكترونية لدى النخبة المصرية :

##### جدول (١٠)

##### عناصر تدعم الثقة فى البوابة الاخبارية لدى النخبة المصرية وفقاً لنوع النخبة

العينة		الأكاديمية		الإعلامية		السياسية		الإجمالى	
العناصر		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
وسائط متعددة		١٣	٢٦	١٩	٣٨	٧	١٤	٣٩	٢٦
عرض وجهات نظر مختلفة		٨	١٦	٣	٦	١٠	٢٠	٢١	١٤
وثائق ومستندات		٧	١٤	٤	٨	١٦	٣٢	٢٧	١٨
ذكر المصدر		١١	٢٢	٦	١٢	١٢	٢٤	٢٩	١٩.٣
التوازن فى العرض		٤	٨	١	٢	٢	٤	٧	٤.٧
بيانات واحصاءات رسمية		٥	١٠	٨	١٦	٢	٤	١٥	١٠
وضع أكثر من رابط للخبر		٢	٤	٩	١٨	١	٢	١٢	٨
الاجمالى		٥٠	%١٠٠	٥٠	%١٠٠	٥٠	%١٠٠	١٥٠	%١٠٠

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٥.٢٤٧ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠.٢٦٣ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى العناصر التى تدعم الثقة فى المحتوى المنشور فى البوابات الالكترونية لدى النخبة عينة الدراسة ، حيث جاء فى الترتيب الأول الوسائط المتعددة بنسبة ٢٦% من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٦% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة الأكاديمية فى مقابل ٣٨% من إجمالى



مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ١٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، يليها في الترتيب الثاني ذكر المصدر بنسبة ١٩.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ١٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، يليها في الترتيب الثالث وثائق ومستندات بنسبة ١٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ١٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، يليها في الترتيب الرابع عرض وجهات نظر مختلفة بنسبة ١٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ١٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، يليها في الترتيب الخامس بيانات واحصاءات رسمية بنسبة ١٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، يليها في الترتيب السادس وضع أكثر من رابط للخبر بنسبة ٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، يليها في الترتيب الأخير التوازن في العرض بنسبة ٤.٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية .



وبحساب قيمة كا<sup>٢</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها = ٥.٢٤٧ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين عينة النخبة (الأكاديمية - الإعلامية - السياسية) وبين العناصر التى تدعم ثقة النخبة فى محتوى البوابات الاخبارية .

### ١٠. تقييم النخبة المصرية للبوابات الالكترونية الاخبارية كمصدر للتغطية الموضوعية المتوازنة:

#### جدول (١١)

تقييم النخبة المصرية للبوابات الالكترونية الاخبارية كمصدر للتغطية الموضوعية المتوازنة وفقاً لنوع النخبة

العينة التقييم	الأكاديمية		الإعلامية		السياسية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
منخفضة	٦	%١٢	٤	%٨	٣	%٦	١٣	%٨.٧
متوسطة	١٨	%٣٦	٢٥	%٥٠	١٩	%٣٨	٦٢	%٤١.٣
مرتفعة	٢٦	%٥٢	٢١	%٤٢	٢٨	%٥٦	٧٥	%٥٠
الإجمالي	٥٠	%١٠٠	٥٠	%١٠٠	٥٠	%١٠٠	١٥٠	%١٠٠

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٠.٥٩٩ ، درجة الحرية = ٤ ، مستوى المعنوية = ٠.٩٦٣ ، الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن البوابات الالكترونية الاخبارية تقدم تغطية موضوعية متوازنة من النخبة المصرية جاء منخفضاً بنسبة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٨.٧% ، موزعة بين ١٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة الأكاديمية فى مقابل ٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة الإعلامية، ٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثى النخبة السياسية، وبلغت نسبة من يرون أن البوابات الالكترونية الاخبارية تقدم تغطية موضوعية متوازنة من النخبة



المصرية متوسطاً بنسبة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤١.٣%، موزعة بين ٣٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٥٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٣٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، بينما بلغت نسبة من يرون أن البوابات الالكترونية الاخبارية تقدم تغطية موضوعية متوازنة مرتفعاً من النخبة المصرية جاء من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥٠%، موزعة بين ٥٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٤٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٥٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية.

وبحساب قيمة كا<sup>٢</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤، وجد أنها = ٠.٥٩٩ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين عينة النخبة (الأكاديمية - الإعلامية - السياسية) وبين تقييم النخبة المصرية للبوابات الالكترونية الاخبارية كمصدر للتغطية الموضوعية المتوازنة.

١١. الاهتمام بتحري الدقة في صحة البيانات التي تقدمها بعض البوابات :

#### جدول (١٢)

الاهتمام بتحري الدقة في صحة البيانات التي تقدمها بعض البوابات

النسبة	التكرار	العينة تحري الدقة
٢٤%	٣٦	دائماً
٥٩.٣%	٨٩	أحياناً
١٦.٧%	٢٥	لا أهتم
١٠٠%	١٥٠	الإجمالي



تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق حول اهتمام النخبة عينه الدراسة بتحرى الدقة التي تقدمها بعض البوابات ، وجاء في الترتيب الاول احياناً بنسبة بلغت ٥٩.٣% من اجمالى مفردات العينة ، يليها في الترتيب الثانى من دائماً بنسبة ٢٤ % من اجمالى مفردات العينة، وفي المرتبة الاخيرة عدم اهتمام النخبة بتحرى الدقة فى صحة البيانات التي تقدمها البوابات بنسبة ١٦.٧% من اجمالى مفردات العينة.

١٢. وسائل تحرى الدقة فى صحة البيانات المنشورة بالبوابات الالكترونية الاخبارية :

### جدول (١٣)

وسائل تحرى الدقة فى صحة البيانات المنشورة بالبوابات الالكترونية الاخبارية

النسبة	التكرار	العينة
		وسائل تحرى الدقة
٥٢%	٧٨	من خلال متابعة أكثر من بوابة اخبارية
٧.٣%	١١	من خلال الرجوع لمحركات البحث
١٦%	٢٤	من خلال جمع معلومات عن الشخصيات المحورية للأحداث
٢٤.٧%	٣٧	متابعة وسائل الإعلام الأخرى
١٠٠%	١٥٠	الاجمالي

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق حول وسائل تحرى الدقة فى صحة البيانات المنشورة بالبوابات الالكترونية الاخبارية ، وجاء في الترتيب الاول من خلال متابعة أكثر من بوابة اخبارية بنسبة بلغت ٥٢% من اجمالى مفردات العينة ، يليها فى الترتيب الثانى متابعة وسائل الإعلام الأخرى بنسبة ٢٤.٧% من اجمالى مفردات العينة، وفي الترتيب الثالث من خلال جمع معلومات عن الشخصيات المحورية للأحداث بنسبة ١٦% من اجمالى مفردات العينة، وفي الترتيب الرابع من خلال الرجوع لمحركات البحث بنسبة ٧.٣% من اجمالى مفردات العينة.

### ١٣ . مصادر متابعة الأخبار فى حال تضارب البيانات حولها :

#### جدول (١٤)

#### مصادر متابعة الاخبار فى حال تضارب البيانات حولها

النسبة	التكرار	العينة	مصادر المتابعة
٢١.٣%	٣٢	البوابة الإخبارية التى أتق فى مصداقيتها	
٧.٣%	١١	من خلال بوابة مؤيدة وبوابة معارضة	
٢٦%	٣٩	من خلال عدد أكبر من البوابات الاخبارية	
٤٥.٣%	٦٨	من خلال الصحف والقنوات الرسمية	
١٠٠%	١٥٠	الاجمالى	

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق الذى يتعلق بالمصادر التى يلجأ لها النخبة عينة الدراسة لمتابعة الأخبار حال تضارب البيانات حولها ، وجاء فى الترتيب الاول من خلال الصحف والقنوات الرسمية بنسبة بلغت ٤٥.٣% من اجمالى مفردات العينة ، يليها فى الترتيب الثانى من خلا أكبر عدد من البوابات الاخبارية بنسبة ٢٦ % من اجمالى مفردات العينة، وجاء فى الترتيب الثالث البوابة الاخبارية التى اتق فى مصداقيتها ٢١.٣%، يليها فى الترتيب الأخير من خلال بوابة مؤيدة وبوابة معارضة بنسبة ٧.٣% من اجمالى مفردات العينة.



## ١٤ . تفاعل النخبة المصرية مع الأخبار المنشورة في البوابات الاخبارية :

جدول (١٥)

تفاعل النخبة المصرية مع الأخبار المنشورة في البوابات الاخبارية وفقا لنوع النخبة

الإجمالي		السياسية		الإعلامية		الأكاديمية		العينة مدى التفاعل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٠	٦٠	٢٦	١٣	٤٢	٢١	٥٢%	٢٦	التعليق أو الرد
٢٧.٣	٤١	٤٢	٢١	٣٤	١٧	٦%	٣	التواصل مع ناقل او كاتب الخبر
٣٠	٤٥	٣٠	١٥	٢٢	١١	٣٨	١٩	مشاركة الخبر
٢.٧	٤	٢	١	٢	١	٤	٢	اخرى تذكر
١٠٠	١٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	الاجمالي

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٠.٠٥٢ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ١.٠٠٠ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى تفاعل النخبة المصرية مع الأخبار المنشورة على البوابات الإلكترونية، حيث جاء في الترتيب الأول الرد والتعليق بنسبة ٤٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٤٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٢٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، يليها في الترتيب الثاني مشاركة الخبر بنسبة ٣٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٢٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٣٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، يليها في الترتيب الثالث التواصل مع ناقل او كاتب الخبر بنسبة ٢٧.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٦% من إجمالي مفردات



عينة مبحوثى النخبة الأكاديمية فى مقابل ٣٤% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة الإعلامية، ٤٢% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة السياسية، يليها فى الترتيب الاخير أخرى تذكر بنسبة ٢.٧% من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة الأكاديمية فى مقابل ٢% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة الإعلامية، ٢% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة السياسية .

وبحساب قيمة كا ٢١ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها = ٠.٠٥٢ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين عينة النخبة (الأكاديمية - الإعلامية - السياسية) وتفاعل النخبة مع الأخبار المنشورة فى البوابات .

١٥ . تفاعل النخبة مع الاخبار الزائفة التى تنشرها بعض البوابات الاخبارية الالكترونية

### جدول ( ١٦ )

تفاعل النخبة مع الاخبار الزائفة التى تنشرها بعض البوابات الاخبارية وفقاً لنوع النخبة

مقياس التفاعل والوزن المرجح	الاجمالي		السياسية		الإعلامية		الأكاديمية		العينة أسلوب التفاعل	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
١٩.٤%	١٠٤	١٧.٣%	٢٦	٢٠%	١٠	١٨%	٩	١٤%	٧	تجاهلها تماماً
٧.١%	٣٨	١٢.٧%	١٩	٤%	٢	٦%	٣	٢٨%	١٤	اتباعها من باب الفضول
٤١.١%	٢٢٠	٢٩.٣%	٤٤	٤٤%	٢٢	١٠%	٥	٣٤%	١٧	اتباعها للرد عليها وتفنيدها
٠.٩%	٥	٣.٣%	٥	٠%	٠	٢%	١	٨%	٤	اخذ مسعوبة فى التعرف عليها
٣١.٤%	١٦٨	٣٧.٣%	٥٦	٣٢%	١٦	٦٤%	٣٢	١٦%	٨	اتباعها بحكم عملي
١٠٠%	٥٣٥	١٠٠%	١٥٠	١٠٠%	٥٠	١٠٠%	٥٠	١٠٠%	٥٠	الاجمالي





تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى تعامل النخبة مع الاخبار الزائفة التي تنشرها بعض البوابات الاخبارية ،حيث جاء في الترتيب الأول بحكم عملى وتخصصى بنسبة ٣٧.٣% من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٦% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة الأكاديمية فى مقابل ٦٤% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة الإعلامية، ٣٢% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة السياسية ، يليها فى الترتيب الثانى أتابعها للرد عليها وتفيدها بنسبة ١٩.٣% من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٤% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة الأكاديمية فى مقابل ١٠% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة الإعلامية، ٤٤% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة السياسية ، يليها فى الترتيب الثالث اتجاهلها تماماً بنسبة ١٧.٣% من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٤% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة الأكاديمية فى مقابل ١٨% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة الإعلامية، ٢٠% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة السياسية ، يليها فى الترتيب الرابع أتابعها من باب الفضول بنسبة ١٢.٧% من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٨% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة الأكاديمية فى مقابل ٦% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة الإعلامية، ٤% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة السياسية ، يليها فى الترتيب الخامس أجد صعوبة فى التعرف على الأخبار الزائفة بنسبة ٣.٣% من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٨% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة الأكاديمية فى مقابل ٢% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة الإعلامية، ٠% من إجمالى مفردات عينة مبحوثى النخبة السياسية .

## ١٦ تفاعل النخبة مع الأخبار التي تخطئ بين الوقائع ووجهات النظر والتعليقات الموجهة

### جدول (١٧)

تفاعل النخبة مع الأخبار التي تخطئ بين الوقائع ووجهات النظر والتعليقات الموجهة وفقاً لنوع النخبة

مقياس التفاعل الوزن المرجح	الإجمالي		السياسية		الإعلامية		الأكاديمية		العينة أسلوب التفاعل
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
١٠	٢.٧%	١٠	١٦%	٨	٠%	٠	٤%	٢	أحد صعوبة في الفصل بين الخبر والرأي
١٥٩	٣٥.٣%	٥٣	٢٢%	١١	٥٨%	٢٩	٢٦%	١٣	أتجاهل الرأي وأركز على الوقائع فقط
٦٤	١٠.٧%	١٦	٦%	٣	٤%	٢	٢٢%	١١	أتجاهل الخبر تماماً لعدم موضوعيته
١٨٠	٢٤%	٣٦	٣٦%	١٨	١٨%	٩	١٨%	٩	أتابعها للرد عليها والتعليق
٧٠	٢٣.٣%	٣٥	٢٠%	١٠	٢٠%	١٠	٣٠%	١٥	يهمني معرفة توجهات المصادر والبوابات
٤٨٣	١٠٠%	٥٠	١٠٠%	٥٠	١٠٠%	٥٠	١٠٠%	٥٠	الإجمالي

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى تعامل النخبة مع الأخبار التي تخطئ بين الوقائع ووجهات النظر والتعليقات الموجهة، حيث جاء في الترتيب الأول أتجاهل الرأي وأركز على الوقائع فقط بنسبة ٣٥.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٥٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٢٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، يليها في الترتيب الثاني أتابعها للرد والتعليق عليها بنسبة ٢٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ١٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٣٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، يليها في الترتيب الثالث يهمني معرفة توجهات المصادر والبوابات الإخبارية بنسبة ٢٣.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٢٠% من



إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٢٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، يليها في الترتيب الرابع أتجاهل الخبر تماماً لعدم موضوعيته بنسبة ١٠.٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية، يليها في الترتيب الخامس أجد صعوبة في الفصل بين الرأي الخبر بنسبة ٦.٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ١٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية.

١٧. تفاعل النخب مع الأخبار المجهلة التي لا تستند على أية مصادر للمعلومات أو لا تحدد أسماء الشخصيات المحورية في الخبر:

#### جدول (١٨)

تفاعل النخب مع الأخبار المجهلة التي لا تستند على أية مصادر للمعلومات أو لا تحدد أسماء الشخصيات المحورية في الخبر وفقاً لنوع النخبة

مقياس التفاعل الوزن المرجح	الإجمالي		السياسية		الإعلامية		الأكاديمية		العينة أسلوب التفاعل
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٢.٨%	٩٦	٢٤	١٦%	٨	٢٠%	١٠	١٢%	٦	أتجاهلها تماماً
٦.٧%	٣٦	١٨	٦%	٣	١٠%	٥	٢٠%	١٠	أتابعها من باب الفضول
٤٣.٦%	٢٣٥	٤٧	٥٠%	٢٥	٦%	٣	٣٨%	١٩	أتابعها للرد عليها وتفنيدها
٠.٧%	٤	٤	٠%	٠	٠%	٠	٨%	٤	أجد صعوبة في التعرف عليها
٣١.١%	١٦٨	٥٦	٢٦%	١٣	٦٤%	٣٢	٢٢%	١١	أتابعها بحكم علمي وتخصصي
١٠٠%	٥٣٩	١٥٠	١٠٠%	٥٠	١٠٠%	٥٠	١٠٠%	٥٠	الإجمالي



تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى تعامل النخبة مع الاخبار المجهلة التي لا تستند على أية مصادر للمعلومات أو لا تحدد اسماء الشخصيات المحورية في الخبر، حيث جاء في الترتيب الأول بحكم عملي وتخصصي بنسبة ٣٧.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٦٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٢٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية ، يليها في الترتيب الثاني أتابعها للرد عليها وتفنيدها بنسبة ٣١.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٥٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية ، يليها في الترتيب الثالث اتجاهلها تماماً بنسبة ١٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٢٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ١٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية ، يليها في الترتيب الرابع أتابعها من باب الفضول بنسبة ١٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ١٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية ، يليها في الترتيب الخامس أجد صعوبة في التعرف على الأخبار الزائفة بنسبة ٢.٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية .



## ١٨. تفاعل النخبة مع الأخبار المصنوعة وقائعها من قبل بعض البوابات الإخبارية بهدف تمرير سياسات معينة أو التمهيد لاحداث معينة:

### جدول (١٩)

تفاعل النخبة مع الأخبار المصنوعة وقائعها من قبل بعض البوابات الإخبارية بهدف تمرير سياسات معينة أو التمهيد لاحداث معينة

مقياس التفاعل الوزن المرجح	الإجمالي		السياسية		الإعلامية		الأكاديمية		العينة أسلوب التفاعل	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%١٤.٧	٨٠	١٣.٣	٢٠	%٨	٤	%١٤	٧	%١٨	٩	تجاهلها تماماً
%٧.٤	٤٠	١٣.٣	٢٠	%١٠	٥	%٤	٢	%٢٦	١٣	تابعها من باب الفضول
%٤١.٤	٢٢٥	٤١.٣	٤٥	%٦٠	٣٠	%٨	٤	%٢٢	١١	تابعها للرد عليها وتفنيدها
%٠.٥٥	٣	%٢	٣	%٢	١	%٠	٠	%٤	٢	أجد صعوبة في التعرف عليها
%٣٤.٢	١٨٦	%٥٨.٧	٦٢	%٢٠	١٠	%٧٤	٣٧	%٣٠	١٥	تابعها بحكم عملي وتخصصي
%١٠٠	٥٣٤	%١٠٠	١٥٠	%١٠٠	٥٠	%١٠٠	٥٠	%١٠٠	٥٠	الإجمالي

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى تعامل النخبة مع الأخبار المصنوعة وقائعها من قبل بعض البوابات الإخبارية بهدف تمرير سياسات معينة أو التمهيد لاحداث معينة، حيث جاء في الترتيب الأول بحكم عملي وتخصصي بنسبة ٥٨.٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٧٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٢٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية ، يليها في الترتيب الثاني أتابعها للرد عليها وتفنيدها بنسبة ٤١.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٦٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية ، يليها في الترتيب الثالث تجاهلها تماماً بنسبة ١٣.٣% من



إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ١٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية ، ويشارك في الترتيب الثالث أتابعها من باب الفضول بنسبة ١٣.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ١٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية ، يليها في الترتيب الأخير أجد صعوبة في التعرف على الأخبار المصنوعة بنسبة ٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الأكاديمية في مقابل ٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة الإعلامية، ٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي النخبة السياسية .

وبحساب الوزن المرجح لمدى التفاعل مع الأخبار الزائفة والأخبار التي تخطئ بين الوقائع والأخبار المجهلة والأخبار المصنوعة وقائعها طبقاً لمقياس التفاعل والتي حددته الباحثة بناءً على الرد أو التجاهل أو المتابعة أو عدم القدرة على التعرف والفصل بين الأخبار ومصداقيتها ، وتحديد مدى التفاعل بناءً على قيم النقاط والنسبة المئوية للوزن المرجح بين منخفض التفاعل ومتوسط ومرتفع يتبين من الجدول التالي أن ٤٠.٤% من العينة متوسطة التفاعل مع الأخبار الزائفة و ٥٩.٦% منخفضة التفاعل مع الاخبار الزائفة وذلك طبقاً لمتوسط حساب النقاط والوزن المرجح تطبيقاً على الأربعة تساؤلات السابقة فيتضح من متوسطات النقاط والوزن ان تفاعل منخفض لأقل من ٧٠٠ نقطة بوزن ٣٣.٣% ومتوسط لأعلى من ٧٠٠ الى ١٤٠٠ نقطة بوزن يتراوح من ٣٣.٣% لأقل من ٦٦.٦% ومرتفع لأعلى من ١٤٠٠ نقطة بوزن ٦٦.٦% .



### جدول (٢٠)

الوزن المرجح لمدى التفاعل مع الأخبار الزائفة والأخبار التي تخلط بين الوقائع والأخبار المجهولة والأخبار المصنوعة وقائعها

الاجمالي الوزن المرجح	اجد صعوبة في التعرف عليها		تاييها من باب الفضول		تاييها بحكم عملي		اتجاهها تماما		تاييها للرد عليها		التفاعل مع الاخبار
	الاجمالي	وزن المرجح	الاجمالي	الوزن المرجح	الاجمالي	الوزن المرجح	الاجمالي	وزن المرجح	الاجمالي	الوزن المرجح	
٢١٢٧		٥	١٨٤	٣٨	٦٨١	١٦٨	٣٨٠	١٤٠	٨٦٠	٢٢٠	التفاعل مع الاخبار الزائفة
		١٠		٧٠		١٥٩		٦٤		١٨٠	التفاعل مع الاخبار التي تخلط بين الوقائع ووجهات النظر
		٤		٣٦		١٦٨		٩٦		٢٣٥	التفاعل مع الاخبار المجهولة
		٣		٤٠		١٨٦		٨٠		٢٢٥	التفاعل مع الاخبار المصنوعة وقائعها
		%١		%٨.٧		%٣٢		%١٧.٩		%٤٠.٤	اجمالي النسبة من الوزن المرجح

١٩ . تفاعل النخبة مع الأخبار التي تم التأكد من عدم صحتها :

### جدول(٢٠)

تفاعل النخبة مع الأخبار التي تم التأكد من عدم صحتها

النسبة	التكرار	العينة
		التفاعل
%٦٥.٣	٩٨	الاتصال الفوري بالبوابة الاخبارية لتكذيب الخبر
%٨.٦	١٣	الاتصال بالجهات الرسمية
%١٢	١٨	نشر تكذيب للخبر في البوابات والمواقع الاخبارية الاخرى
%١٤	٢١	اللجوء للحل القانوني اذا اقتضى الأمر
%٠	٠	اخرى تذكر
%١٠٠	١٥٠	الاجمالي



تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق الذى يتعلق بتعامل النخبة مع الأخبار التى تم التأكد من عدم صحتها، وجاء فى الترتيب الاول للاتصال الفورى بالبوابة الاخبارية لتكذيب الخبر بنسبة بلغت ٦٥.٣% من اجمالى مفردات العينة ، يليها فى الترتيب الثانى اللجوء للحل القانونى اذا اقتضى الامر بنسبة ١٤% من اجمالى مفردات العينة، وجاء فى الترتيب الثالث نشر تكذيب للخبر فى البوابات والمواقع الاخبارية الأخرى بنسبة ١٢%، يليها فى الترتيب الرابع الأتصال بالجهات الرسمية بنسبة بلغت ٨.٦% من اجمالى مفردات العينة.

٢٠. اهتمام النخبة بمعرفة هوية البوابات الاخبارية وما ورائها من قوى سياسية واجتماعية واقتصادية:

#### جدول (٢١)

اهتمام النخبة بمعرفة هوية البوابات الاخبارية وما ورائها من قوى سياسية واجتماعية واقتصادية

النسبة	التكرار	العينة الاهتمام
٢٨%	٤٢	دائماً
٥٨%	٨٧	أحياناً
١٤%	٢١	لا أهتم
١٠٠%	١٥٠	الاجمالى

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق حول اهتمام النخبة عينه الدراسة النخبة بمعرفة هوية البوابات الاخبارية وما ورائها من قوى سياسية واجتماعية واقتصادية ، وجاء فى الترتيب الاول احياناً بنسبة بلغت ٥٨% من اجمالى مفردات العينة ، يليها فى الترتيب الثانى من دائماً بنسبة ٢٨% من اجمالى مفردات العينة، وفى المرتبة الاخيرة عدم





اهتمام النخبة بنسبة ١٤% من إجمالي مفردات عينة النخبة (السياسية والأكاديمية والإعلامية).

٢١. دوافع نشر اخبار كاذبة كما يراها النخبة محل الدراسة:

جدول (٢٢)

دوافع نشر اخبار كاذبة كما يراها النخبة محل الدراسة

النسبة	التكرار	العينة	الدوافع
١٥.٣%	٢٣		السياسات التحريرية
١٣.٣%	٢٠		مصالح مالكي البوابات
٥٣.٣%	٨٠		عدم مراعاة الكتاب للمعايير والقواعد المهنية
١٢.٧%	١٩		الأمن القومي
٠.٧%	١		ضغوط الوكالات الاعلانية
٤.٧%	٧		أخرى تذكر
١٠٠%	١٥٠		الإجمالي

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق الذي يتعلق دوافع نشر اخبار كاذبة كما يراها النخبة ، وجاء في الترتيب الاول عدم مراعاة الكتاب للمعايير والقواعد المهنية بنسبة بلغت ٥٣.٣% من اجمالي مفردات العينة ، يليها في الترتيب الثاني من السياسات التحريرية بنسبة ١٥.٣% من اجمالي مفردات العينة، وجاء في الترتيب الثالث مصالح مالكي البوابات ١٣.٣%، يليها في الترتيب الرابع الأمن القومي بنسبة بلغت ١٢.٧% من اجمالي مفردات العينة ، يليها في الترتيب الخامس أخرى تذكر بنسبة ٤.٧% من اجمالي مفردات العينة، وجاء في الترتيب الأخير ضغوط الوكالات الاعلانية بنسبة ٠.٧%.

**(ب) نتائج اختبار فروض الدراسة:**

**الفرض الأول:** توجد علاقة دالة إحصائياً بين تعرض النخبة المصرية للبوابات الاخبارية الالكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة.

**جدول (١٩)**

العلاقة بين مستوى تعرض النخبة المصرية للبوابات الاخبارية الالكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة.

الإجمالي		إيجابي		معتدل		سلبى		فاعلية التعامل مستوى التعرض
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٢	١٨	١١.١	٢	١٤.٤	١٢	٨.١	٤	منخفض
٥٥.٣	٨٣	٥٠	٩	٥٦.٦	٤٧	٥٥.١	٢٧	متوسط
٣٢.٧	٤٩	٣٨.٩	٧	٢٩	٢٤	٣٦.٨	١٨	مرتفع
١٠٠	١٥٠	١٠٠	١٨	١٠٠	٨٣	١٠٠	٤٩	الإجمالي

قيمة كا<sup>٢</sup> = ١٠.٣٨٦ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠٣٤ مستوى الدلالة = ٠.٠٠٥

بحساب قيمة كا<sup>٢</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها = ١٠.٣٨٦ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أقل من ٠.٠٠٥ ، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى تعرض النخبة المصرية للبوابات الاخبارية الالكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل اعتماد النخب على البوابات الالكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة..



### جدول (٧)

العلاقة بين معدل اعتماد النخب على البوابات الالكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة

الإجمالي		إيجابي		معتدل		سلبى		التفاعل معدل الاعتماد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٥.٣	٢٣	١٦.٦	٣	١٤.٥	١٢	١٦.٣	٨	منخفض
٥٤.٦	٨٢	٤٤.٤	٨	٥٣	٤٤	٦١.٢	٣٠	متوسط
٣٠	٤٥	٣٩	٧	٣٢.٥	٢٧	٢٢.٥	١١	مرتفع
١٠٠	١٥٠	١٠٠	١٨	١٠٠	٨٣	١٠٠	٤٩	الإجمالي

قيمة كا = ٤.١٧٩ ، درجة الحرية = ٤ ، مستوى المعنوية = ٠.٠٠٣٨٢ ، مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا ٢١ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها = ٤.١٧٩ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين معدل اعتماد النخب على البوابات الالكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل ثقة النخبة فى البوابات الالكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة.

### جدول (٢٠)

العلاقة بين معدل ثقة النخب في البوابات الالكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة

الإجمالي		إيجابي		معتدل		سلبي		فاعلية التعامل مستوى الثقة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١١.٣	١٧	١١.١	٢	١٠.٩	٩	١٢.٢	٦	منخفض
٥٢.٧	٧٩	٦١.١	١١	٥١.٨	٤٣	٥١	٢٥	متوسط
٣٦	٥٤	٢٧.٨	٥	٣٧.٣	٣١	٣٦.٨	١٨	مرتفع
١٠٠	١٥٠	١٠٠	١٨	١٠٠	٨٣	١٠٠	٤٩	الإجمالي

قيمة  $\chi^2 = 9.454$  درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية =  $0.042$  مستوى الدلالة =  $0.005$

بحساب قيمة  $\chi^2$  من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها =  $9.454$  وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =  $0.005$ ، أى أن مستوى المعنوية أقل من  $0.005$ ، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى ثقة جمهور النخبة في البوابات الالكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة.

**الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اهتمام النخبة المصرية بمتابعة البوابات الالكترونية الاخبارية ومدى اعتقادهم بزيف تلك الاخبار وعدم مصداقيتها.



### جدول (٢٢)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين مدى اهتمام النخبة المصرية بمتابعة البوابات الالكترونية الاخبارية ومدى اعتقادهم بزيغ تلك الاخبار وعدم مصداقيتها

النسبة	التكرار	العينة	الدوافع
١٥.٣%	٢٣		السياسات التحريرية
١٣.٣%	٢٠		مصالح مالكي البوابات
٥٣.٣%	٨٠		عدم مراعاة الكتاب للمعايير والقواعد المهنية
١٢.٧%	١٩		الأمن القومي
٠.٧%	١		ضغوط الوكالات الاعلانية
٤.٧%	٧		أخرى تذكر
١٠٠%	١٥٠		الاجمالي

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين مدى اهتمام النخبة المصرية بمتابعة البوابات الالكترونية الاخبارية ومدى اعتقادهم بمصداقية الأخبار ، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (٠.٢٨٦)، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٠١).

**الفرض الخامس:** " توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات جمهور النخبة المصرية على مقياس التفاعل مع الاخبار الزائفة على البوابات الالكترونية الاخبارية تبعاً للمتغيرات الديمجرافية متمثلة في (نوع النخبة، والنوع، والسن، والمؤهل التعليمي).

(أ) الفروق تبعاً لنوع النخبة (الأكاديمية، الإعلامية، السياسية):

جدول (٢٣)

تحليل التباين أحادى الاتجاه لدلالة الفروق بين متوسطات درجات جمهور النخبة المصرية على مقياس التفاعل مع الاخبار الزائفة على البوابات الالكترونية الاخبارية

الدالة	قيمة ف	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	أبعاد المقياس	
غير دالة	١.٢١٣	١٠.٩٢٠	٢	٢١.٨٤٠	بين المجموعات	عدم الثقة في مصداقية الخبر وتجاهله تماما
		٩.٥٠١	٢٢٢	١٩٩٨.١٦٠	داخل المجموعات	
			٢٢٤	٢٠٢٠.٠٠٠	المجموع	
غير دالة	٠.٣٢٢	٣.٥٥٨	٢	٦.١١٦	بين المجموعات	متابعة الخبر بدافع الفضول أو بحكم التخصص والعمل
		٩.٥٠٨	٢٢٢	٢١١٠.٨٨٠	داخل المجموعات	
			٢٢٤	٢١١٦.٩٩٦	المجموع	
غير دالة	٠.١١٤	٠.٦٩٨	٢	١.٣٩٦	بين المجموعات	متابعة الخبر وتفنيدده للرد عليه أو محاولة اتخاذ اجراء
		٦.١٣٦	٢٢٢	١٣٦٢.١٦٠	داخل المجموعات	
			٢٢٤	١٣٦٣.٥٥٦	المجموع	
غير دالة	٠.٠١٧	٠.١٦٤	٢	٣٢٩.	بين المجموعات	ايجاد صعوبة في التفرقة بين الاخبار والتعرف على الاخبار الزائفة
		٩.٤٨٩	٢٢٢	٢١٠٦.٥٨٧	داخل المجموعات	
			٢٢٤	٢١٠٦.٩١٦	المجموع	
غير دالة	٠.٢٠٥	١١.٢٠٤	٢	٢٢.٤٠٩	بين المجموعات	المقياس ككل
		٥٤.٥٧٨	٢٢٢	١٢١١٦.٣٧٣	داخل المجموعات	
			٢٢٤	١٢١٣٨.٧٨٢	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق: إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات جمهور النخبة المصرية على مقياس التفاعل مع الاخبار الزائفة على البوابات الالكترونية الاخبارية تبعاً لنوع النخبة، حيث بلغت قيم ف قيمة غير دالة إحصائية عند مستويات الدلالة المختلفة.



(ب) الفروق تبعاً للنوع (الذكور، والإناث):

جدول (٢٤)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات جمهور النخبة المصرية على مقياس التفاعل مع الاخبار الزائفة على البوابات الالكترونية الاخبارية تبعاً للنوع

أبعاد المقياس	العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدلالة
عدم الثقة في مصداقية الخبر وتجاهله تماماً	الذكور	١٠٤	٢٢.٥٣٥٠	٣.٠١٦.٠٤	٠.٠١٣	غير دالة
	الإناث	٤٦	٢٢.٥٢٩٤	٢.٩٩٤٨٧		
متابعة الخبر بدافع الفضول أو بحكم التخصص والعمل	الذكور	١٠٤	١٦.١٢٧٤	٢.٩٩٥١٤	٠.٩١١	غير دالة
	الإناث	٤٦	١٥.٧٢٠٦	٣.٢٥٤٦٠		
متابعة الخبر وتفنيده للرد عليه أو محاولة اتخاذ إجراء	الذكور	١٠٤	٢٠.٢٠٣٨	٢.٣١٩٧٦	٠.٤٤٥	غير دالة
	الإناث	٤٦	٢٠.٠٤٤١	٢.٧٩٣٥٦		
إيجاد صعوبة في التفرقة بين الاخبار والتعرف على الاخبار الزائفة	الذكور	١٠٤	١٧.٢٣٥٧	٣.٠٩٤٩٥	٠.٢٩٦	غير دالة
	الإناث	٤٦	١٧.٣٦٧٦	٣.٠٢١٨٣		
المقياس ككل	الذكور	١٠٤	٧٦.١٠١٩	٧.٠٠٠١٧	٠.٤١١١	غير دالة
	الإناث	٤٦	٧٥.٦٦١٨	٨.١٨١٩١		

تشير بيانات الجدول السابق: إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات جمهور النخبة المصرية على مقياس التفاعل مع الاخبار الزائفة على البوابات الالكترونية الاخبارية ، حيث بلغت قيم (ت) قيماً غير دالة إحصائية عند مستويات الدلالة المختلفة.

جـ) الفروق تبعاً للسن (من ٣٥ لأقل من ٤٥ عاماً، من ٤٥ لأقل من ٥٥ عاماً، ٥٥ عاماً فأكثر):

جدول (٢٥)

تحليل التباين أحادى الاتجاه لدلالة الفروق بين متوسطات درجات جمهور النخبة المصرية على مقياس التفاعل مع الاخبار الزائفة على البوابات الالكترونية الاخبارية تبعاً للسن

أبعاد المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
عدم الثقة في مصداقية الخبر وتجاهله تماما	بين المجموعات	٢٨.١١٥	٢	٩.٣٧٢	١.٢١٣	غير دالة
	داخل المجموعات	١٩٩١.٨٨٥	٢٢٢	٩.٠١٣		
	المجموع	٢٠٢٠.٠٠٠	٢٢٤			
متابعة الخبر بدافع الفضول أو بحكم التخصص والعمل	بين المجموعات	٢٥.٥٥٨	٢	٨.٥١٩	٠.٣٢٢	غير دالة
	داخل المجموعات	٢٠٩١.٤٣٧	٢٢٢	٩.٤٦٤		
	المجموع	٢١١٦.٩٩٦	٢٢٤			
متابعة الخبر وتفنيد الرد عليه أو محاولة اتخاذ اجراء	بين المجموعات	٥.٠٣١	٢	١.٦٧٧	٠.١١٤	غير دالة
	داخل المجموعات	١٣٥٨.٥٢٤	٢٢٢	٦.١٤٧		
	المجموع	١٣٦٣.٥٥٦	٢٢٤			
ايجاد صعوبة في التفرقة بين الاخبار والتعرف على الاخبار الزائفة	بين المجموعات	٨.٠٤٩	٢	٢.٦٨٣	٠.٠١٧	غير دالة
	داخل المجموعات	٢٠٩٨.٨٦٧	٢٢٢	٩.٤٩٧		
	المجموع	٢١٠٦.٩١٦	٢٢٤			
المقياس ككل	بين المجموعات	٨١.٠٢٨	٢	٢٧.٠٠٩	٠.٢٠٥	غير دالة
	داخل المجموعات	١٢٠.٥٧.٧٥٤	٢٢٢	٥٤.٥٦٠		
	المجموع	١٢١٣٨.٧٨٢	٢٢٤			

تشير بيانات الجدول السابق: إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات جمهور النخبة المصرية على مقياس التفاعل مع الاخبار الزائفة على البوابات الالكترونية الاخبارية تبعاً للسن، حيث بلغت قيم ف قيمة غير دالة إحصائية عند مستويات الدلالة المختلفة.

د) الفروق تبعاً للمؤهل التعليمي (الجامعي، فوق الجامعي):



### جدول (٢٦)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات جمهور النخبة المصرية على مقياس التفاعل مع الاخبار الزائفة على البوابات الالكترونية الاخبارية تبعاً للمؤهل التعليمي

أبعاد المقياس	العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدلالة
عدم الثقة في مصداقية الخبر وتجاهله تماماً	الجامعي	٨٢	٢٢.٥٧٥٨	٣.٢٥٣٦٩	٠.١٣٦	غير دالة
	فوق الجامعي	٦٨	٢٢.٥١٥٧	٢.٩٠٣٢٠		
متابعة الخبر بدافع الفضول أو بحكم التخصص والعمل	الجامعي	٨٢	١٦.٩٣٦٤	٣.٢٣٣٨٩	٠.٤١٤	غير دالة
	فوق الجامعي	٦٨	١٥.٩٤٩٧	٣.٠١٤٣١		
متابعة الخبر وتقنيده لئلا يرد عليه أو محاولة اتخاذ إجراء	الجامعي	٨٢	٢٠.٢٢٧٣	٢.٣٦٥١٠	٠.٢٨٠	غير دالة
	فوق الجامعي	٦٨	٢٠.١٢٥٨	٢.٥١٥١٢		
إيجاد صعوبة في التفرقة بين الاخبار والتعرف على الاخبار الزائفة	الجامعي	٨٢	١٧.٦٣٦٤	٢.٧٤٣٥٩	١.١٣٨	غير دالة
	فوق الجامعي	٦٨	١٧.١٢٥٨	٣.١٨٧٦٨		
المقياس ككل	الجامعي	٨٢	٧٦.٥٧٥٨	٨.٢٣٦٩٩	٠.٧٩٦	غير دالة
	فوق الجامعي	٦٨	٧٥.٧١٧٠	٦.٩٧٨٣٩		

تشير بيانات الجدول السابق: إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات جمهور النخبة المصرية على مقياس التفاعل مع الاخبار الزائفة على البوابات الالكترونية الاخبارية تبعاً للمؤهل التعليمي، حيث بلغت قيم (ت) قيماً غير دالة إحصائية عند مستويات الدلالة المختلفة.



## خاتمة الدراسة:

تستهدف الدراسة الحالية قياس مدى تعرض النخبة المصرية للبوابات الالكترونية الإخبارية وعلاقتها بمستوى فاعلية تعاملهم مع الأخبار الزائفة، واعتمدت الدراسة فى إطارها النظرى على مدخل نظرية تأثير وسائل الإعلام، واستخدمت الدراسة صحيفة الإستقصاء فى جمع بياناتها نتائجها وذلك على عينة من النخبة المصرية (أكاديمية، سياسية، إعلامية) ورصدت الدراسة مجموعة من النتائج يمكن توضيحها كالتالى:

- أكدت نتائج الدراسة ارتفاع معدلات تعرض النخبة المصرية النخبة المصرية للبوابات الالكترونية الاخبارية ، وأثبتت النتائج عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين عينة النخبة (الأكاديمية - الإعلامية - السياسية) ومستوى التعرض للبوابات الالكترونية الأخبارية .
- احتلت بوابة اليوم السابع مقدمة البوابات الاخبارية التى تحرص النخبة المصرية على متابعتها، ويليهها بوابة الأهرام، ثم بوابة المصرى اليوم ، ثم بوابة BBC .
- أثبتت الدراسة أن أهم ما تهتم به النخبة المصرية عند متابعتها للبوابات الالكترونية العناوين وفى المرتبة الثانية المقدمات ، ثم الصور والفيديوهات، عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين عينة النخبة (الأكاديمية - الإعلامية - السياسية) وما تهتم به النخب عند متابعة البوابات الالكترونية الاخبارية.
- كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن اعتماد النخبة البوابات الاخبارية كمصدر أساسى للحصول على الأخبار والمعلومات يليه مواقع الصحف يليه التلفزيون ، وعدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين عينة النخبة (الأكاديمية - الإعلامية -



السياسية) ومدى اعتماد النخبة المصرية على البوابات الالكترونية الاخبارية كمصدر أساسي للأخبار.

- أكدت نتائج الدراسة أن أهم العناصر التي تدعم الثقة في المحتوى المنشور في البوابات الالكترونية لدى النخبة كانت الوسائط المتعددة ، يليها ذكر المصدر ثم الوثائق والمستندات و عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين عينة النخبة (الأكاديمية - الإعلامية - السياسية) وبين العناصر التي تدعم ثقة النخبة في محتوى البوابات الاخبارية .

- ترى نصف العينة أن البوابات الأخبارية تقدم تغطية متوازنة وموضوعية في عرضها للأخبار ، عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين عينة النخبة (الأكاديمية - الإعلامية - السياسية) وبين تقييم النخبة المصرية للبوابات الالكترونية الاخبارية كمصدر للتغطية الموضوعية المتوازنة.

- أشارت نتائج الدراسة الى اختلاف وسائل تفاعل النخبة المصرية مع الأخبار المنشورة على البوابات الالكترونية فجاء في الترتيب الأول الرد والتعليق على هذه الأخبار، يليها مشاركة الخبر ثم التواصل مع ناقل أو كاتب الخبر، وذكر عدد من النخب عينة الدراسة وسائل أخرى للتفاعل تشمل مناقشته مع المحيطين والاطلاع أكثر حول الموضوع.

- أكدت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى ثقة جمهور النخبة في البوابات الالكترونية ومستوى فاعلية تعاملهم مع الاخبار الزائفة وغير الدقيقة.

- في حالة تضارب البيانات حول تغطية خبر معين بالمصادر يلجأ النخبة إلى الصحف والقنوات الرسمية للتأكد من صحة هذه الأخبار ثم الدخول لأكثر عدد من البوابات الاخبارية ثم البوابات الاخبارية التي يتقون بها للتأكد من مصداقية الوقائع.



- تشير نتائج الدراسة الى تفاعل النخبة مع الأخبار الزائفة من خلال عدة وسائل تأتي في مقدمتها متابعتها بحكم عملهم، تلاها متابعتها للرد عليها وتفنيدها، تلاها تجاهلها تماماً وهي نفس الاستجابات فيما يتعلق بتفاعلها مع الأخبار المجهلة التي لا تستند على أية مصادر للمعلومات أو لا تحدد اسماء الشخصيات المحورية في الخبر وفيما يتعلق أيضاً بالأخبار المصنوعة وقائعها من قبل بعض البوابات الاخبارية بهدف تمرير سياسات معينة أو التمهيد لاحداث معينة.



## هوامش الدراسة :

- ١- فيصل أبو عيشة، الاعلام الالكتروني، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٠.
- ٢- جواد راغب الدلو، "الصحافة الإلكترونية واحتمالات تأثيرها على الصحف المطبوعة - دراسة ميدانية"، بحث منشور، القاهرة: جامعة الأزهر، مجلة كلية اللغة العربية، العدد ٢٠، ٢٠٠٣.
- ٣- محمد الفاتح حمدي، "استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية . أستاذة جامعة باتنة نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجزائر: جامعة الحاج لخضر، - ٢٠٠٩ - ٢٠١٠ (، ص ٣٠-٣٣).
- ٤- أماني السيد فهمي، "الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، أكتوبر - ديسمبر، ١٩٩٩، ص ص ٢٠٧ - ٢٤٥).
- ٥- ليلى حسين محمد السيد، "دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"، في أعمال المؤتمر العلمي الرابع عشر لكلية الإعلام، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، في الفترة من ٢٥ - ٢٧ مايو ١٩٩٨، ص ص ١٧٣ - ٢٠٨)، ص ١٧٧.



6- Baran ،Stanley J. & Daves ،Dennis. K.” Mass Communication Theory: foundations ،ferment ،& future ” ،(Canada: Thomson width worth ،2003) p 227.

٧- هبه ربيع رجب، ” استخدامات الشباب المصرى للمواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت: دراسة مسحية “، رسالة ماجستير غير منشوره، (القاهرة: كلية الآداب، جامعة عين شمس، ٢٠٠٩)، ص ١٢٨.

٨- لمياء سمير سيد ” تأثير التعرض للأخبار والبرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية على المستوى المعرفى للجمهور المصرى: دراسة مسحية ” رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة ٢٠٠٧)، ص ٣٥.

٩- أبو إصبع، صالح خليل (٢٠٠٦). (الاتصال والإعلام فى المجتمعات المعاصرة. ط٥، عمان : دار مجدلاوى للنشر والتوزيع.

10- Miller, Katherine (٢٠٠٢). Communication Theories : Perspectives, Process, and Context (Mc Graw Hill, Boston, ) P.٢٧٤.

11- Littlejohn, Stephen. W.(٢٠٠٢) , Theories of Human Communication (Wadsworth, United States) P.٣٢٥

١٢ - لمياء سمير سيد ” تأثير التعرض للأخبار والبرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية على المستوى المعرفى للجمهور المصرى، مرجع سابق.

13- Stanely J. Baran, Dennis K. Devis (٢٠٠٣). Mass Communication Theory : foundations, ferment and future, ٣ed (USA: Wadsowrth) , pp.٣٢٠ – ٣٢٢.

١٤ - ياسمين سعيد، وأخرون ” استخدامات الصفوة المصرية للبرامج الحوارية التلفزيونية والتأثيرات الناجمة عن التعرض لها ” المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، العدد الرابع أكتوبر - ديسمبر ٢٠١٥م، ص ٢٦٩-٢٩٥.



- ١٥- أميرة محمد محمد سيد أحمد . "اتجاهات النخبة نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن القومي المصري : دراسة ميدانية" . المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الإعلام جامعة فاروس : مستقبل الإعلام فى ظل التحولات المجتمعية الراهنة . (الأسكندرية : كلية الإعلام، جامعة فاروس، ١-٣ نوفمبر ٢٠١٤).
- ١٦- خالد الصوفي، على البريهي " دور الإعلام فى تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية فى اليمن نحو الربيع العربى " مجلة رؤى استراتيجية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، يناير ٢٠١٤م.
- ١٧- سامح كمال عبدالقادر. اتجاهات النخبة المصرية حول مصداقية الب ا رمج الرياضية فى التناول الاعلامى للقضايا والازمات الرياضية بالتطبيق على حادثة استاد بورسعيد ، مجلة كلية التربية الرياضية جامعة المنصورة العدد - ٢٠ ، مارس ٢٠١٣ ، المجلد الأول ص ص ٢٢٩:١٩١
- ١٨- دعاء فتحى سالم.اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الإلكترونية الاخبارية لأحداث ما بعد ثورة ٢٥ يناير،دراسة فى اطار نظرية التماس المعلومات ،المؤتمر العلمى الثامن عشر لكلية الإعلام ، الإعلام وبناء الدولة الحديثة،(جامعة القاهرة:كلية الإعلام، ١-٢ يوليو ٢٠١٢).
- ١٩- هبة عبد الوهاب " مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة" رسالة ماجستير غير منشورة ( القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٠م).
- ٢٠- عادل عبد الغفار، رؤية مستقبلية لتنفيذ دور التلفزيون المصرى فى مواجهة أبعاد القضية السكانية فى ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية، المؤتمر العلمى الأول، الأسرة وتحديات العصر، فبراير ٢٠٠٩، ص ص ١٣٤٧-١٣٩٣.
- ٢١- محمد يحيى موسى، مصداقية الصحافة اليمنية لدى الصفوة: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة أسيوط: كلية الآداب، قسم إعلام ، ٢٠٠٨).

٢٢- مطهر، بشار عبد الرحمن (٢٠٠٧). دور الراديو والتلفزيون في تشكيل معارف واتجاهات النخبة اليمينية نحو القضايا السياسية. (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة، القاهرة، مصر.

٢٣- سمر احمد حسنين مهرانز معالجة المواقع الاخبارية للقضايا الثقافية، رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، كلية البنات، قسم الاجتماع، شعبة الاعلام، ٢٠١٨.

٢٤- أشرف محمود لطيف زيدان، تعرض المراهقين لمواقع الصحف المصرية على الإنترنت وعلاقته بالصورة الذهنية للأحزاب السياسية، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الطفل، ٢٠١٨.

٢٥- أحمد فتحى محمد محمود، مصداقية المادة الصحفية المقدمة فى البوابات الالكترونية الاخبارية المصرية وعلاقتها بالقارئ، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٧.

٢٦- إيمان يحيى داخلى عبد القادر، اتجاهات رأى العام نحو معالجة المواقع الإلكترونية السياسية لقضايا التحول الديمقراطى فى مصر، رسالة ماجستير، جامعة المنيا، كلية الاعلام، ٢٠١٧.

٢٧- سارة شوقى عبدالستار المقدم. استخدامات تطبيقات الهاتف الخلوى فى نقل الأخبار والمعلومات ومستوى مصداقيتها لدى الجمهور، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (القاهرة: كلية الاعلام جامعة القاهرة، 2016)

28- Bob Franklin & Matt Carlson. Journalists, Sources, and Credibility: New Perspectives, Computers in Human Behavior, Vol. 61, August 2016. PP.136-145 .

29- Eun Go, and others. Why do we use different types of websites and assign them different levels of credibility? information credibility, and trust in the press, Computers in Human Behavior, Vol. 54, January 2016, PP. 231-239.





- ٣٠- سماح عبدالرازق الشهراوي. العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الإلكترونية فى الفترة من 2015 حتى 2030 ، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (القاهرة: كلية الاعلام جامعة القاهرة، 2015).
- ٣١- مهيتاب ماهر محمود كامل، استخدامات النخبة المصرية لشبكة الانترنت واتجاهاتهم نحو مصداقيتها: دراسة ميدانية تحليلية، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٤.
- ٣٢- ابراهيم حسن المرسى التوام ، مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية وعلاقته بالتنافر المعرفي.



## المراسلات

المعهد الدولي العالي للإعلام - ضاحية النخيل - مدينة الشروق - القاهرة

ت : ٤٥/٤٤/٤٣/٤٢/٤١ (٠٢) فاكس : ٣٩/٢٦٣٠٠٠ (٠٢)

الرقم المختصر : ١٩٦٤٤ محمول : ٦٩/٦٨/٦٧/٦٦/٦٥/٦٤/٦٣/٦٢/٦١/٦٠

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ١٨٩٦٤ / ٢٠١٤م

ISSN for Journal: (ISSN 2357-0407)

E.mail: crsjournal@sha.edu.eg

الموقع الإلكتروني : magazine.sha.edu.eg

متاحة على قاعدة بيانات دار المنظومة

www.mandumah.com