

## دور الإعلام الرقـمى فى تعزيز الوعى بالإقتصاد الأزرق لمواكبة أجندة أفريقيا 2063

دراسة تطبيقية

د. كريمة كمال عبداللطيف توفيق

مدرس الصحافة - كلية الإعلام وتكنولوجيا  
الاتصال - جامعة جنوب الوادى

مقدمة :

يسهم الإعلام بدور حيوي في نشر الأفكار المتعلقة بالتنمية المستدامة، والارتقاء بمعارف المواطنين وثقافتهم ، والحصول على دعمهم ومشاركتهم في المشروعات التنموية ، ويعد الإعلام الرقمي هو نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم ، والمبادئ العامة والأهداف ، ويتميز عنه بأنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة تتمثل في الدمج بين وسائل الاتصال التقليدي المختلفة وجعلها في وسيلة واحدة، من أجل إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة، ومؤثرة ، ويرتبط مفهوم الإعلام الرقمي بذلك الإعلام الذي يستخدم الانترنت على سبيل التحديد من أجل إيصال المعلومة ، و تمتلك مصر كل الإمكانيات والأصول الضرورية التي تؤهلها للدخول بقوة في العصر الرقمي ، ويتصف سوق الاتصالات المصري بالديناميكية العالية ، فهو يتميز بمعدلات نمو مستدامة، وأقامت مصر العديد من الفعاليات ، ففي مجال تكنولوجيا المعلومات عقد «منتدى الاعلام الرقمي» بالقاهرة للعام الثالث على التوالي وذلك تحت عنوان «انطلاقة جديدة للمستقبل» في أكتوبر 2016 بمشاركة العديد من الخبراء الدوليين والإقليميين والمحليين المهتمين بمجال التكنولوجيا الرقمية ومدى تأثيرها على الإعلام في الشرق الأوسط .

لذا جاءت نتائج الاهتمام بالبحث عن مسارات جديدة للتنمية المستدامة ظهور مفهوم «الاقتصاد الأزرق Blue Economy» في أعقاب مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية المستدامة عام 2012، والذي يهدف إلى الإدارة الجيدة للموارد المائية وحماية البحار والمحيطات بشكل مستدام للحفاظ عليها من أجل الأجيال الحالية والمستقبلية، كما يعتبر دافعاً لتطوير الآليات والإجراءات التي تدعم الأمن الغذائي، والتنمية المستدامة للموارد المائية، وظهر ذلك جلياً في تناول العديد من المواقع الالكترونية المصرية الرسمية والدولية والأفريقية والعربية والتي اهتمت بموضوعات ومحاور التنمية الاقتصادية وإستراتيجية مصر 2030، وأجندة أفريقيا 2063، وأهمها موضوعات ( الإقتصاد الأزرق والتنمية المستدامة للموارد المائية ) باعتباره أحد المصطلحات الجديدة والمتعلقة بالتنمية الشاملة لمصر وأفريقيا مثل موقع وزارة الاستثمار والتعاون الدولي، وموقع الإتحاد الأفريقي، والبنك الدولي، وموقع منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة (FAO)، وجمعية الأمم المتحدة للبيئة، والصندوق الدولي للتنمية الزراعية، بجانب المواقع الإخبارية مثل الشروق نيوز، والمصري اليوم وعرضت هذه المواقع بالعديد من اللغات المختلفة للوصول إلى أكبر قدر من الجمهور العربي والدولي وأكبر عدد من متحدثي اللغة العربية والإنجليزية لذا جاءت هذه المواقع إستكمالاً لدورها في تطوير الرسالة الإعلامية العربية وتمكين الجمهور من المتابعة التفاعلية المتواصلة لأخبارالاقتصاد الأزرق، والأخبار الاقتصادية وتحليلاتها على الانترنت وتحقيق رؤية تنموية متوازنة وموضوعية وحيادية متطورة تواكب رؤية (مصر - أفريقيا 2063)<sup>(1)</sup>

### أهمية البحث :

- يهتم البحث بدراسة تأثير وسائل الإعلام الرقمي في بناء الوعي بقضايا التنمية المستدامة ومنها الإقتصاد الأزرق للجمهور المصري بالتحديد، حيث لوحظ أن غالبية الدراسات المتعلقة بموضوعات التنمية في الاعلام الرقمي تهتم بدوره في نشر الوعي السياسى والقضايا السياسية، ولم تتناول نشر الوعي الإقتصادى والمعلومات الإقتصادية بالدرجة الكافية على الرغم من أهميته.
- تأتي أهمية البحث في الوقت الذى يتعاظم فيه دور وسائل الإعلام الرقمي في تناول موضوعات الإقتصاد الأزرق ودرجة الوعي التى تساهم هذه الوسائل في تشكيله لدى الجمهور.
- وتزداد أهمية البحث كلما تزايد الحديث عن دور وسائل الإعلام في المجتمع،

وذلك لفهم طبيعة الإعلام الرقمي وتأثيره على الجمهور المتصفح والذي تأثر بشوثة تكنولوجيا الإتصال على مستوى العالم.

### الدراسات السابقة:

في ضوء ما تشير إليه نتائج مسح التراث العلمى فى مجال موضوع البحث يمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين :

**المحور الأول: التنمية المستدامة**

**المحور الثانى : التنمية الإقتصادية**

### أولاً: الدراسات المتعلقة بتناول الإعلام للتنمية المستدامة

1. دراسة منى طه محمد<sup>(2)</sup> بعنوان دور المواقع الصحفية فى توعية الشباب المصرى بالتنمية المستدامة «رؤية مصر 2030» (2019) والتي توصلت إلى أن مجالات التنمية المستدامة فى المواقع الصحفية الثلاث كانت أكثر تناولاً بموقعى الأهرام واليوم السابع يليهما الوفد ، كما جاءت نتائج الدراسة الميدانية بأفضلية موقعى اليوم السابع للمبجوثين يليه بفراق كبير بوابة الأهرام ثم أخبار اليوم ثم الوطن ثم الجمهورية وأخيراً موقع مصراوى ، وتعكس هذه النتيجة الواقع الفعلى لتوزيع وإنتشار الصحافة فى مصر حيث صار للصحافة الخاصة حضوراً كبيراً لدى القارئ المصرى حتى تفوقت على الصحافة القومية من حيث متابعة القراء لها حيث غياب الطابع الرسمى فى تغطياتها .
2. دراسة رضا عبدالواجد أمين<sup>(3)</sup> بعنوان الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة (2017) ومن أبرز نتائجها أن المرحلة العمرية 25-35 فى مقدمة الفئات العمرية المهتمة بالموضوع ، وأوضحت الدراسة أن الاعلام الجديد يقدم معلومات محدودة عن التنمية المستدامة ، بل يقوم بتسطيح الثقافة العامة والبعد عن القضايا الهامة الجادة التى تحدد ملامح الواقع ، ونفى 82% من المبجوثين أن تكون شبكات التواصل الإجتماعى مصدراً للمعلومات بشأن قضايا التنمية المستدامة وأن أهم القضايا ذات الصلة بالتنمية المستدامة فى الإعلام الجديد على النحو التالى: الحفاظ على الموارد والطبيعة ، الحفاظ على البيئة النظيفة ، تحقيق نمو إقتصادى مستدام ، تحقيق معدلات تنمية إجتماعية، وأن عدد المبجوثين يتابعون بعض حسابات خاصة بالأمم المتحدة تمدهم بالمعلومات عن القضايا المرتبطة بالتنمية المستدامة كذلك حسابات الوزارات المعنية، كما أثبتت الدراسة قصوراً فى أداء الاعلام الجديد فيما يتعلق بالتوعية والتثقيف بشأن قضايا التنمية المستدامة.

3. دراسة نصر الدين عثمان<sup>(4)</sup> بعنوان توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة والوعي البيئي نموذجاً (2017) والتي توصلت إلى أن 64% من المبحوثين يرون أن الإعلام الجديد لم يوظف في مجال التوعية البيئية ، واتفق 70% على أن هناك تقصير تجاه نشر الوعي بالمشكلات البيئية في الاعلام الجديد.

4. دراسة نسيبه فريجات وآخرون<sup>(5)</sup> بعنوان الإعلام وتعزيز قضايا التنمية المستدامة (2013) والتي توصلت إلى أن الإعلام التنموي في مجال التنمية المستدامة يمكنه توظيف جميع الطرق والوسائل والتي تمكن من خلق رأى عام يتفاعل إيجابياً مع قضايا التنمية المستدامة ، وتجاوز مرحلة الإقناع بالفكرة إلى أهمية تنفيذ وتبنى فكرة التنمية المستدامة وهذا ما يعنى معاملة قضية التنمية المستدامة إعلامياً كقضية قومية وليست أخبار عادية يتم تداولها دون تحليل وإقناع.

### ثانياً : الدراسات المتعلقة بتناول الإعلام للتنمية الإقتصادية:

1. دراسة حمدى بشير<sup>(6)</sup> بعنوان الاعلام الرقضى و اقتصاديات صناعته (2016) والتي توصلت إلى أن المؤسسات الاعلامية تستطيع دعم القدرة التنافسية للمنتجات الاعلامية من خلال الاستعانة بالانترنت ورقمنة منتجاتها ، وهو ما ينعكس إيجابياً فى زيادة سيطرتها السوقية فى مقابل ضعف منافسة مؤسسات الاعلام التقليدى التى تتحمل تكلفة أكبر وتحقق هامش ربح أقل ، كما تواجه صناعة الاعلام الرقضى الكثير من التحديات الاقتصادية نتيجة الممارسات الاحتكارية لشركات تكنولوجيا المعلومات فى أسعار منتجاتها وتطبيقاتها الجديدة .

2. دراسة سامى الشريف<sup>(7)</sup> بعنوان الإعلام الإقتصادى وتكنولوجيا الإتصال – الفرص والتحديات (2014) والتي توصلت إلى عدم توفر الإمكانيات التكنولوجية الحديثة سواء لدى المؤسسات الإقتصادية أو المؤسسات الإعلامية مما ينعكس بالسلب على مستوى أداء الإعلام الإقتصادى. على المستوى العربى، فهناك سمة فجوة واضحة بين مؤسسات الإعلام الإقتصادى العربى على مستوى الإعلام التقليدى أو الجديد.

3. دراسة أمحمد بن الدين وآخرون<sup>(8)</sup> بعنوان الإعلام الإقتصادى ودوره فى تعزيز التنمية الإقتصادية (2016) والتي توصلت إلى نقص الكوادر العاملة فى مجال الإعلام الإقتصادى بسبب التخصص العلمى والخبرة واللذان يعدان شرطان أساسيان لنجاح الصحفى الإقتصادى ، وكلما توافر هذان العنصران أو أحدهما أدى ذلك إلى زيادة مهارته فى التحليل والتفسير للبيانات الإقتصادية ، مما يجعله قناة ذات مصداقية يمكن أن تؤثر فى صنع القرار الإقتصادى ، وكذلك نشر الوعي بالقضايا الإقتصادية

المطروحة إعلامياً ، كما أوضحت الدراسة أن هناك علاقة إرتباطية إيجابية بين الإعلام والإقتصاد ، حيث أن المعلومة في عالم الإقتصاد تعد سلعة مهمة وإستراتيجية بالنسبة للفرد وللمؤسسة ، كما أن توافر المعلومات والبيانات للمستثمرين من حيث سرعة تواجد وعدالة فرص الإستفادة منها ، تلعب دوراً مهماً في المفاضلة بين فرص الإستثمار المختلفة ، وزيادة حجم السوق والمتعاملين فيه .

4. دراسة عاشور فني<sup>(9)</sup> بعنوان إقتصاد وسائل الإعلام المرئية والمسموعة بالجزائر (2009) والتي أشارت إلى أن أهم مقومات نمو الإعلام الإقتصادي وجود رؤية واضحة وإستراتيجية للإعلام الإقتصادي ، ووجود الإحتراف المهني للقائمين على الإعلام الإقتصادي ، ووجود مراكز بحثية وتعليمية متخصصة تزود سوق العمل الإعلامي بالمتخصصين في المجال ، ووجود المصداقية والأمانة المهنية التي تضمن نقل الأخبار والمعلومات الموثقة للمصلحة العامة وليس لصالح جهة معينة ، ووجود قاعدة معلومات متطورة لدعم البحث الإعلامي الإقتصادي .

#### التعقيب على الدراسات السابقة:

أشارت نتائج معظم الدراسات السابقة إلى كثرة إستخدام وسائل الإعلام الرقمي مما يزيد من أهمية هذه الدراسة في التعرف على الآثار الناتجة عن هذا الإستخدام سواء بالإيجاب أو بالسلب .

- قلة الدراسات التي تتناول الإعلام الجديد ودوره في نشر الوعي الإقتصادي والمعلوماتي بقضايا التنمية المستدامة الجديدة كالاقتصاد الأزرق بعد تولي مصر رئاسة الإتحاد الأفريقي وحرصها على مواكبة أجندة أفريقيا 2063 ، ولذا اهتمت الباحثة بدراسة هذا الجانب .

- أغلب الدراسات استخدمت منهج المسح الاعلامي بشقيه التحليلي والميداني .  
- بعض الدراسات ركزت على مجال واحد من مجالات التنمية وهو الجانب البيئي أو التعليمي في أغلبها .

- أثبتت أغلب الدراسات عدم قيام الاعلام بالدور المنوط به في التوعية بقضايا التنمية المستدامة .

- الدراسات التي تناولت محور التنمية المستدامة كان أغلبها مركزاً على البيئة ، والجانب الإقتصادي فيما يعرف بالسندات الخضراء .

- أوضحت الدراسات السابقة أن استخدام الشباب لوسائل الاعلام الجديدة منحتهم مزيداً من حرية التعبير عن آرائهم خاصة تجاه الأحداث التي مر بها المجتمع

المصرى ، ولذا تهتم هذه الدراسة بالبحث المتعمق في نشر الوعي والقيم المعلوماتية بالاقتصاد الأزرق كموضوع تنموى يفرض نفسه على أجندة الاهتمامات التنموية والاقتصادية لاستدامة التنمية ومواكبة أجندة أفريقيا 2063.

. تنوعت الدراسات السابقة من حيث مجتمعات الدراسة وعينات التحليل والفترات الزمنية المتفاوتة، مما أدى لتنوع النتائج مما يفتح المجال لتعميق التحليل والتفسير من خلال تأكيد التطابق أو الاختلاف مع الدراسة الحالية، مما سيسهم في ترسيخ حقائق علمية.

### الاستفادة من الدراسات السابقة :

- التعرف على أهم نتائج الدراسات العربية وخاصة فيما يتعلق بالاعلام الرقوى ودوره في تعزيز قضية الوعي والنشر المعلوماتى مما ساعد الباحثة في تحديد مشكلة بحثها حول دور الاعلام الرقوى في تعزيز الوعي بالاقتصاد الأزرق .

- الإطلاع على بعض المقاييس الخاصة بالقيم في الدراسات المختلفة ، ومحاولة إختيار بعضها بما يتلائم مع موضوع الدراسة مثل مقاييس الوعي المعلوماتى ، الوعي التنموى ، الثقافة .

- أفادت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد الإطار النظري للدراسة وتحديد مجتمع الدراسة والعينة.

فقد عنيت الدراسة الحالية بدراسة دور الإعلام الرقوى من خلال المواقع الإلكترونية الدولية والإقليمية والمصرية ( الرسمية والخاصة ) في تعزيز الوعي بالإقتصاد الأزرق لمواكبة أجندة أفريقيا 2063 ، وهو ما لم تتطرق له دراسات سابقة.

### مشكلة البحث :

على الرغم من أهمية دور الإعلام الرقوى في نشر الوعي بمختلف القضايا التنموية والتي من أهمها التنمية الإقتصادية المستدامة والتي تتمثل في موضوع الإقتصاد الأزرق كمثال ، والعلاقة الوثيقة بين عدد المواقع الرسمية ( موقع الاتحاد الأفريقى ، موقع وزارة الإستثمار والتعاون الدولى، موقع البنك الدولى ، موقع الأمم المتحدة للبيئة) ، والمواقع الإخبارية (موقع بوابة الشروق ، وموقع المصري اليوم) التي تناولت موضوعات التنمية الإقتصادية بهدف نشر الوعي لتلك الموضوعات إلا أن الدراسات التطبيقية لم تتناول بالقدر الكافى تحليل العلاقة بين إتجاهات مضمون المواقع الإلكترونية المختلفة ، ومستوى الوعي ، والتنمية الإقتصادية المستدامة للجمهور المتصفح.

## أهداف البحث :

يهدف البحث إلى:

- التعرف على دور الذى يقوم به الإعلام الرقـمى فى تشكيل الوعى بالإقتصاد الأزرق لدى الجمهور المصرى المتصفح.
- دراسة حجم إهتمام الجمهور المصرى بموضوعات الإقتصاد الأزرق التى يقدمها الإعلام الرقـمى.
- معرفة درجة إعتـماد الجمهور المصرى على الإعلام الرقـمى كمصدر لمعلوماته عن الإقتصاد الأزرق والتنمية الإقتصادية.
- إيضاح درجة تفاعل الجمهور مع موضوعات الإقتصاد الأزرق ومضامين التنمية الإقتصادية التى يقدمها الإعلام الرقـمى .

## تساؤلات البحث :

تطرح الدراسة مجموعة من التساؤلات وذلك فى إطار المشكلة البحثية:

- ما الدور الذى يقوم به الاعلام الرقـمى فى عملية تشكيل الوعى بالإقتصاد الأزرق؟
- ما هى المضامين الإقتصادية التى تقدمها المواقع المختلفة ؟ وهل يختلف المضمون للموقع الرسمى العام عن الموقع الإخبارى للصحيفة ؟
- كيف تساهم هذه المضامين فى عملية تشكيل الوعى الإقتصادى لمتصفحى المواقع ؟
- ما هو حجم الإهتمام والتفاعل لجمهور الإنترنت مع موضوعات الإقتصاد الأزرق عبر المواقع المختلفة ؟
- ما هى درجة تأثير المواقع عينة الدراسة فى إكساب المعرفة الإقتصادية للجمهور المتصفح ؟
- وهل ساهم توفر التفاعلية بالمواقع الاخبارية والرسمية وأدواتها على تشجيع الجمهور المتصفح على الإهتمام والتفاعل مع الإقتصاد الأزرق وموضوعاته؟

## نوع البحث ومنهجه :

تنتمى الدراسة إلى حقل الدراسات الإعلامية الحديثة وتعد من الدراسات الوصفية الإستكشافية ويندرج فى إطار الدراسات الوصفية التحليلية التى تهتم بوصف الظاهرة وصفاً دقيقاً وشاملاً وكافياً لإستخلاص الدلالات والنتائج من أجل الوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة للإستفادة منها مستقبلاً. ولا يقتصر المنهج الوصفى على التعرف على معالم الظاهرة وتحديد أسباب وجودها

، وإنما يشمل تحليل البيانات وقياسها وتفسيرها والتوصل إلى وصف دقيق للظاهرة ونتائجها ، وبعد تحليل المضمون من أكثر الأدوات والأساليب البحثية استخداماً في الدراسات الإتصالية ، ويهدف إلى وصف المحتوى للظاهرة وصفاً موضوعياً وكمياً ، فتحليل المضمون يفرض على الباحث أن يصمم إجراءاته ، وإستخدامه بصورة دقيقة ومنظمة ومنسقة مع المشكلة العلمية محل البحث<sup>(10)</sup>.

وبعد تحليل المضمون هو أداة تستخدم ضمن أساليب وأدوات أخرى في إطار منهج متكامل هو **منهج المسح (Survey)** في الدراسات الإعلامية ، وعليه فإننا اتبعنا هذا الأسلوب البحثي لتصنيف طريقة التناول والعرض لموضوعات الإقتصاد الأزرق بالمواقع الإلكترونية ( محل الدراسة ) ، ومعرفة إتجاهات مضمون هذه المواقع نحو الإقتصاد الأزرق ، ومدى تفاعل جمهور المتصفحين معها.

لما كان تحليل المضمون يسعى إلى وصف عناصر المضمون كمياً ، فمن الضروري أن يتم تقسيم هذا المضمون إلى فئات ، حتى يمكن القيام بدراسة كل فئة منها وحساب التكرار الخاص بها.<sup>(11)</sup>

### أدوات البحث :

لما كان البحث العلمي يستهدف أساساً الإجابة على مجموعة من التساؤلات المطروحة عن المشكلة ، والمتعلقة بجوانب مشكلة البحث ، فإن ذلك لن يتيسر إلا عن طريق جمع معلومات معينة بهدف التعرف على كل الحقائق المرتبطة بموضوع البحث بقدر الإمكان ، ثم هذه الحقائق معالجة والمعلومات بأسلوب علمي للخروج بالنتائج المنطقية المحددة للمشكلة التي يتصدي الباحث لدراستها ، وبناء على مشكلة البحث وما يرمى إليه من أهداف **تم الإستعانة بالأدوات التالية:-**

**أ-الملاحظة المباشرة:** والتي كانت أداة هامة لمتابعة المواقع الإلكترونية طيلة فترة الدراسة.

والتي من خلالها تمكنا من الإقتراب من الظاهرة المدروسة وذلك عن طريق ملاحظتنا لعملية إنتاج الرسالة الإعلامية في مواقع الصحف المصرية والمواقع الرسمية ، كموقع وزارة الإستثمار والتعاون الدولي ، موقع الإتحاد الأفريقي ، موقعى البنك الدولي وجمعية الأمم المتحدة للبيئة ومعرفة طريقة عمل كل موقع والدور الذي يقوم به لتشكيل الوعي بالتنمية الاقتصادية المستدامة «الإقتصاد الأزرق» لجمهور المتصفحين.

**ب-المقابلة المقننة الموجهه:** والتي توجه فيها الأسئلة بنفس التركيب لجميع الأفراد المبحوثين ، مع مراعاة خصوصية وموقع المبحوث ونوعية المعلومات المراد تجميعها



، وقد تم استخدام دليل المقابلة الموجه والمحكمة ، وإرسالها إلكترونياً عبر البريد الإلكتروني لرؤساء تحرير مواقع الصحف الإخبارية<sup>(\*)</sup>، بصفتهم قائمين على التحرير بالمواقع ، وعضو الإتحاد الأفريقي<sup>(\*)</sup>، والخبير الإقتصادي والبيئي بجمعية الأمم المتحدة للبيئة<sup>(\*)</sup> كونهم ملمين بسياسات المواقع وإعداد الرسالة الإعلامية التي تقدمها المواقع، والمتحدثين بها من خلاله.

ج- إستمارة الإستبيان: نظراً لإنتماء البحث إلى دراسات الإعلام الحديث والمتمثل في الإعلام الرقمي والمواقع الرقمية وموضوع هام جديد كالإقتصاد الأزرق فقد تم استخدام إستمارة الإستبيان الإلكترونية والتي يمكن أن نقدمها على أنها أداة لجمع المعلومات من المجتمع الرقمي على الإنترنت والتي تم تصميمها وتوزيعها إلكترونياً من خلال البريد الإلكتروني لتوفير الكثير من الوقت والجهد للملئ البيانات وتفرغها. وبعد إعداد الإستمارة تم عرضها وتحكيمها من قبل مجموعة من الأكاديميين والمختصين في حقل علوم الإعلام والاتصال وخبراء الإقتصاد، وذلك بقصد معرفة جوانب النقص فيها وما مدى مطابقتها لفرضيات الدراسة وأهدافها من جهة ، ومطابقة أسئلتها للشروط العلمية في صياغة أسئلة الإستمارة من جهة أخرى ، وتم الأخذ بآراء وتعديلات الأساتذة والعمل بها ، حيث عدلت الإستمارة بناء على الملاحظات المقدمة من الأساتذة المحكمين<sup>(\*)</sup>، وخرجت للشكل الذي تم تقديمه إلى الجمهور لإختبارها قبل إعتمادها وتوزيعها نهائياً.

وتم إجراء الإختبار القبلي للإستمارة قبل توزيعها النهائي على أفراد الجمهور المصري المتصفح للمواقع عينة الدراسة ، وعددهم 25مبحوث، للتأكد من فهم المبحوث لأسئلة الإستمارة ، وكيف أجاب عليها ، وهل تحمل الإستمارة غموضاً ، أو تحتاج إلى تعديل ، وبعد الإطلاع وتفرغ إستمارات الإختبار القبلي لاحظت الباحثة إستجابة كبيرة مع مضمونها ، وعدم وجود أي غموض أو سوء فهم ، بينما أثرت مشكلة طول الإستمارة بكثرة عدد أسئلتها. كما تم مراعاة اللغة المستعملة في الإستمارة ( بالعربية ، والإنجليزية )،والهدف الرئيسى من استمارة الاستبيان هو معرفة الدور الذي يقوم به الإعلام الرقمي المتمثل في المواقع ( عينة البحث ) في تشكيل وتعزيز الوعي بالإقتصاد الأزرق المستدام لمواكبة أجندة أفريقيا 2063، وتكونت الإستمارة من 43سؤال تنوعت بين الأسئلة المفتوحة والمغلقة، في خمس محاور أساسية تغطي جميعها مشكلة الدراسة وأهدافها.

## تم تقسيم الإستمارة إلى جزئين أساسيين: -

الجزء الأول: يتعلق بالمعلومات والبيانات الديموغرافية والشخصية للجمهور المصرى المتصفح

للمواقع الرقمية وتضمن خمس فئات: الجنس ، والسن ، والمستوى التعليمي ، والوظيفة ، والجنسية<sup>(٦)</sup>

الجزء الثانى : يتعلق بموضوع الدراسة ، وتكون من 38 سؤال وأربعة محاور رئيسية وهى:

- محور اعتماد الجمهور المصرى المتصفح على الإعلام الرقمية .
- محور الجمهور المصرى المتصفح والمواقع الإلكترونية الرسمية والإخبارية .
- محور الوعى بالإقتصاد الأزرق لدى الجمهور المصرى المتصفح لهذه المواقع .
- محور حجم الجمهور وإتجاهاته التفاعلية بالمواقع الرقمية عينة الدراسة .

## حجم عينة الإستمارة:

وصل عدد أفراد العينة المتفاعلين مع الإستمارة إلى (3630) متفاعل حتى تاريخ 2019/4/17، ثم إرتفع العدد ليصل إلى (5470) متفاعل بتاريخ 2019/4/24، وكان إجمالى عدد أفراد عينة الإستمارة للمواقع الستة 9997 مبحوث من مختلف الجنسيات ، وتم اعتماد عدد (5470) إستمارة لتحليلها من إجمالى العدد الكلى للإستمارات التى بلغت ( 9997 ) إستمارة، مقسمة كالتالى (1102) لموقع الإتحاد الأفريقى ، (840) لموقع وزارة الإستثمار والتعاون الدولى ، (1243) للبنك الدولى ،(1932) للأمم المتحدة للبيئة،(202) للشروق نيوز ،(151) للمصرى اليوم .

## المعالجة الإحصائية للبيانات :

- بعد الإنتهاء من جمع البيانات وإدخالها وترميزها تم معالجتها وتحليلها وإستخراج النتائج الإحصائية بإستخدام برنامج المجموعة الإحصائية للعلوم الإجتماعية SPSS، وذلك لإستخراج النتائج العامة للبحث والإجابة عن تساؤلاته ، وذلك من خلال :
- حساب الإجابات وإستخراج النسب المئوية لها .
  - جدولة المعلومات وفق أصناف معروضة فى البرامج ورسم بيانات النتائج .
  - تم استخدام المعادلات الاحصائية مثل المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى وتقدير معامل الارتباط ( ر ) وكذلك الانحدار المتعدد .

## عينة ومجتمع البحث:

- عينة البحث : هى عبارة عن مجتمع محدود من المفردات التى سوف يتعامل معها الباحث منهجياً<sup>(12)</sup> ، وهى جزء صغير من المجتمع أو مجموعة صغيرة من المجموعة الكلية ( المجتمع ) تجرى عليها التجربة أو التطبيق ، إذ يتم التطبيق على العينة وتعمم النتائج على المجتمع. كما تسمح المعاينة بإختزال مجهودات كبيرة من المفروض أن يصرفها الباحث فى دراسته لمجتمع بحثه على الكل باستخدام هذا الجزء الذى يختاره ويستخدمه فى الحكم على الكل يسمى العينة ، لذا إعتمدت الباحثة على المعاينة الإلكترونية لأنها الأنسب لمثل هذا النوع من الدراسات القائمة على الإنترنت. من خلال عينة عشوائية طبقية لمجتمع الدراسة.

## - وإعتمد البحث على مستويين من العينات :

- عينة تحليل مضمون محتوى المواقع الإلكترونية الستة ( وزارة الإستثمار والتعاون الدولى ، الاتحاد الأفريقى ، البنك الدولى ، الأمم المتحدة للبيئة ، الشروق نيوز ، المصرى اليوم )
- عينة الجمهور المصرى المتصفح لهذه المواقع الستة.

## نوع المعاينة الإلكترونية:

قامت الباحثة فى هذا البحث بإعتماد أسلوب المعاينة غير الإحتمالية ، وذلك لإستحالة تطبيق أسلوب المعاينة الإحتمالية لعدم توفر حدود المجتمع الزمانية والمكانية ، فالدخول إلى الإنترنت لا يفترض أن يكون فاعلوه مسجلين فى أى تعداد أو قائمة ، وبالتالي لا يمكن القيام بإختيار عشوائى من زوار الإنترنت بإستخدام الإنترنت فقط كمعيار للإختيار.

**المعاينة غير الإحتمالية:** هى المعاينة التى تسمح بأن لا تكون لبعض مفردات المجتمع فرصة للإختيار ، أو التى لا يمكن فيها تحديد إحتمال الإختيار بدقة ، إنهما تنطوى على إختيار مفرداتها بناء على إفتراضات متعلقة بمجتمع الدراسة. لأن إختيار مفرداتها غير عشوائى ، فإنها لا تسمح بتقدير أخطاء المعاينة ، وتؤدى إلى التحيز الإستبعادى ، وإلى محدودية المعلومات التى يمكن للعينة أن توفرها عن المجتمع ، مما يجعل من الصعب الإستقراء أو تعميم نتائج المعاينة على المجتمع<sup>(13)</sup> فى هذا السياق إختارت الباحثة الإستمارة الإلكترونية ذات إختيار ذاتى ، والتى تم الترويج لها عبر المواقع الإلكترونية الرسمية والصحفية الستة عينة البحث.

## مجتمع البحث:

- يندرج هذا البحث في حقل الدراسات الإعلامية إلى فئة المجتمع المتشعب ، حيث تم الإعتماد في تحديد إطار العينة داخل مجتمع الدراسة على مجموعة المستخدمين الذين يصلون إلى موقع إلكتروني معين أو إلى شبكة من المواقع ( لأي سبب كان) لفترة من الزمن - فترة الدراسة - ويمكن مع تطبيق نفس تقنيات المعاينة المناسبة لعموم المجتمع.
- نظراً لنوع البحث الذي يقوم على دراسة الإعلام الرقمي القائم على الإنترنت فإن مجتمع الدراسة يتحدد في المواقع الرقمية الرسمية والصحفية الستة عبر الإنترنت كنموذج للإعلام الإلكتروني.

## الإطار الزمني والمكاني لتطبيق الإستمارة الإلكترونية :

وضعت الإستمارة عبر صفحات خمسة مواقع إلكترونية كالتالي (الاتحاد الافريقي ، الأمم المتحدة ، البنك الدولي، الشروق نيوز، المصرى اليوم) بتاريخ 2019/4/10، وتم إيقاف عرضها بتاريخ 2019/5/10، أى أن الإستمارة عرضت على الموقع لمدة شهر كامل ، وخضعت إلى المراجعة والتحكيم من قبل إدارة كل موقع على حده ، بينما تعذر الرفع على الموقع السادس وهو الموقع الرسمى لوزارة الإستثمار والتعاون الدولي ، فلجأت الباحثة لرفع الإستمارة من خلال Google drive لصفحة الوزارة الرسمية على موقع التواصل الإجتماعى Facebook خاصة بعد ربط الموقع الرسمى للوزارة بصفحاتها على Tweeter، Facebook في نفس المدة الزمنية للإستمارة<sup>(\*)</sup>

وقد عرضت الإستمارة لتغطي النطاق الجغرافي الإلكتروني ولكن داخل مصر ، وبالتالي لم يتمكن المتلقى خارج نطاق جمهورية مصر العربية من مشاهدة الإستمارة أو التفاعل معها<sup>(\*)</sup>

### الحدود المكانية والزمنية للبحث:

إنحصرت حدود البحث مكانياً في نطاق المجال الافتراضى للمواقع التالية عبر الإنترنت:

1. موقع وزارة الإستثمار والتعاون الدولى .  
<http://aspix.default/Pages/Arabic/eg.gov.miic.www/>
2. موقع الإتحاد الأفريقي .  
<https://3587/node/ar/int.au/>
3. موقع البنك الدولى .  
<https://org.worldbank.www/>
4. موقع الأمم المتحدة للبيئة .  
<https://ar/org.unenvironment.www/>
5. موقع الشروق نيوز .  
<https://com.shorouknews.www/>
6. موقع المصري اليوم .  
<https://com.almasryalyoum.www/>

من خلال متابعة المواقع الإلكترونية الستة - عينة البحث - والزيارات المتواصلة عليها خلال فترة البحث ، والتي إمتدت من 2018/1/1 وحتى 2018/12/31، وتسجيل كافة الملاحظات حول هذه المواقع وكل ما يكتب وينشر حولها

### الحدود الزمنية للدراسة التحليلية:

إمتدت الحدود الزمنية للدراسة التحليلية للبحث من 1 يناير 2018 وحتى 31 ديسمبر 2018 ، وذلك للوقوف على إتجاهات هذه المواقع نحو موضوعات الإقتصاد الأزرق المستدام ، ومدى إهتمام وتفاعل الجمهور المتصفح لهذه المواقع الإلكترونية مع طريقة العرض والتناول لهذه الموضوعات .

### المفاهيم والمصطلحات :

#### -الإعلام الرقمى ( وسائل الإعلام الرقمية ) Digital Media

يطلق مصطلح الإعلام الرقمى Digital Media لوصف بعض تطبيقاته التى تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل : التلفزيون الرقمى ، والراديو الرقمى وغيرهما ، أو

للإشارة إلى أى نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر ويطلق عليه الإعلام التفاعلي Interactive Media طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين للإنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الإنترنت ، وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة. (14)

### - الوعى Awareness

هو إدراك الفرد لما يحيط به إدراكاً مباشراً ، وينطوي الوعى على وقوف الفرد على فكرة جديدة وشعوره إلى المزيد من المعلومات عنها<sup>(15)</sup> ، كما أن الوعى كلمة تعبر عن حالة عقلية يكون فيها العقل بحالة إدراك وعلى تواصل مباشر مع محيطه الخارجى ، عن طريق منافذ الوعى ، والتي تتمثل عادة بحواس الإنسان الخمس ، كما يمثل الوعى عند العديد من علماء النفس الحالة العقلية التي يتميز بها الإنسان بملكات المحاكمة المنطقية ، الذاتية ( الإحساس بالذات ) والإدراك الذاتى ، والحالة الشعورية والحكمة أو العقلانية ، والقدرة على الإدراك الحسى للعلاقة بين الكيان الشخصى ، والمحيط الطبيعى له ، إذأ الوعى هو معرفة المرء بوجوده وإدراكه لأفكاره ومشاعره ، وحين تتسع دائرة وعى الإنسان يصبح مدركاً لمحيطه ، وزمانه ، وما فيه من مصادر السرور وبواعث الحزن والإكتئاب ، كما يصبح مدركاً للفرص والتحديات والإمكانات المتوفرة فى ذلك المحيط ، ومن المهم أن نلاحظ أن وعى الإنسان بكل ذلك يظل منقوصاً ونسبياً ، وقابلاً للجدل والمراجعة.

### - الاقتصاد الأزرق Blue Economy

يقصد بالاقتصاد الأزرق التنمية الاقتصادية البحرية التي تؤدي إلى تحسين حياة الناس من ناحية، وتساهم في الحفاظ على البيئة وتطويرها من ناحية أخرى ، وهو المفهوم الذي أنشأه رجل الإقتصاد البلجيكي Gunter Pauli ، ويتمحور حول فكرة مفادها أن الشركات لابد أن تستخدم كل الموارد المتاحة لها وأن تعمل على زيادة الكفاءة من أجل إنشاء محفظة من المشاريع المترابطة التي تحقق الفائدة لها وللمجتمع ، ويهدف هذا الاقتصاد إلى حماية الموارد المائية، بل ويعد من أهم جبهات التجارة الداخلية والخارجية، حيث يوفر لنا كما هائلاً من الثروات من خلال الاستثمار في الموارد المائية ويعتبر البوابة لنقل البضائع والسلع ، لذلك فهو يقدم للدول سبلاً لتعظيم اقتصادياتها بعيداً عن الطاقات الناضبة والتي تعد تهديداً للبيئة واستنزافاً لحقوق الأجيال القادمة.

### - الوعى الإقتصادى Economic Awareness

هو معرفة حركة الإقتصاد والمال من حيث الطلب على السلع أو عرضها ، وإدراك

تأثير الإقتصاد على المسألة السياسية ، إضافة إلى معرفة القروض الدولية والمؤسسات المالية الدولية وأثرها على أشخاص المسألة السياسية.

### الإطار النظري للدراسة :

تم الاعتماد على كل من نظرية المجال العام Public Sphere Theory ، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory ونعرض كل منهما على النحو التالي :

### أولاً: نظرية المجال العام أو الفضاء العام Public Sphere Theory

تدفعنا أهمية دور تقنيات الإنترنت الحديثة في المجتمعات المعاصرة إلى تناول مفهوم المجال العام الذي صاغه الفيلسوف الألماني «هابرماس» Jürgen Habermas في كتابه التحول البنائي للمجال العام وذلك عام 1989، وقد سبق نشر الكتاب باللغة الألمانية عام 1961، إلا أن ذبوع المفهوم وانتشاره كان يرتبط بالترجمة الإنجليزية التي صدرت عام 1989، وأصبح مفهوم المجال العام مفهوماً مركزياً في الدراسات الإعلامية في السنوات الأخيرة.

وقبل الخوض في هذه النظرية من المهم أن توضح الباحثة أنها خلال البحث عن ما أنتجه هابرماس حول المجال العام، وجدت عدم إتفاق بين الباحثين حول مصطلحات هذه النظرية ، حيث يستخدم البعض مصطلح المجال العام في حين يستخدم آخرون مصطلح الفضاء العام.

وترجع أسباب هذا الاختلاف إلى حادثة مصطلح المجال العام الذي صاغه هابرماس، واختلاف المدارس العلمية والفكرية التي ينتمى إليها الباحثين أنفسهم وإنقسامهم بين الترجمات عن اللغة الإنجليزية التي تعتمد مصطلح المجال العام ، والبعض الآخر ينتمى إلى المدارس الفرنسية في ترجمتها لما صاغه الفيلسوف الألماني والتي تعتمد مصطلح الفضاء العام.

وتشير الباحثة أنها اعتمدت مصطلح المجال العام كما ورد في الترجمات عن اللغة الإنجليزية حول نظرية المجال العام ، حيث قدم هابرماس المجال العام بكونه يتوسط المسافة بين مجال السلطة العامة والحكومة ، وبين المجال الافتراضي الذي قد يركز على الأسرة وشؤون الأفراد الخاصة ، وهذا المجال العام نشأ في المجتمعات البرجوازية الأوروبية، حيث كانت تمارس فيه المناقشات حول السياسات الحكومية ، وفي رحابه تتبلور إتجاهات الرأي العام ، كما عرفه بأنه مجتمع إفتراضي ليس من

الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز ( في أي فضاء) فهو مكون من أفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور ، ويقومون بوضع وتحديد إحتياجات المجتمع مع الدولة ، فهو يبرر الآراء والإتجاهات من خلال السلوكيات والحوار ، سعياً للتأكيد على الشئون العامة للدولة وهو شكل مثالي.

وأشار هابرماس إلى أن نجاح المجال العام يعتمد على: (16)

= مدى الوصول والإنتشار .

= درجة التحكم الذاتي ( المواطنون يجب أن يكونوا أحراراً ، يتخلصون من السيطرة والهيمنة والإجبار )

= رفض الإستراتيجية ( كل فرد يشارك على قدم المساواة).

= الفهم والثقة والوضوح والصدق في المضمون الإعلامي.

= وجود سياق إجتماعي ملائم .

جاء مصطلح المجال العام ليميز بين المجال الذي تسيطر عليه السلطات الحاكمة وبين المجال الحر المتاح لمناقشة مشكلات المجتمع ، وهو ما تسعى حالياً الكيانات الضخمة إلى إعادة السيطرة عليه إلا أنها فشلت في ذلك إلى حد كبير، ويظل النظام والمجال العام مكونات عامة للمجتمع ككل لا للأشخاص بينما يظل السوق والأسرة مكونات خاصة للمجتمع لأنها تتناول حياة الأفراد الشخصية الإجتماعية والإقتصادية. (17)

**وتؤكد نظرية المجال العام على أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور، وتمنح تأثيراً في القضايا العامة وتؤثر على الجهة الحاكمة ويمكن رؤية المجال العام كمجال حياتنا الإجتماعية، والذي من خلاله يمكن تحقيق التعلم الذاتي لقيم المواطنة النشطة ومهارات الحوار وتبادل المعلومات والتفاوض والمشاركة والديمقراطية وإبداء الرأي ، وهو ما أشير إليه بالتأثير الإقتصادي والسياسي للإنترنت بين الأفراد ، ويستفيد البحث الحالي من نظرية المجال العام فهم الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي والمتمثل في المواقع الإلكترونية الرسمية والصحفية كنماذج للإعلام الرقمي الإلكتروني في تعزيز قيم الوعي بالاقتصاد الأزرق كموضوع جديد يواكب أجندة مصر- أفريقيا 2063.**

**ثانياً : نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory**

يعد مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام إحدى النظريات التي تهتم بدراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام وقدرتها على تشكيل وتغيير الرأي العام وتعديل



السلوك، فعلاقات الإعتماد على النظام الإعلامي بشكل عام وعلاقات الإعتماد على أشكال معينة مما تقدمه وسائل الإعلام على وجه الخصوص، تنتج عن الأهداف الشخصية التي يسعى الأفراد إلى تحقيقها، وعلى قدرة المصادر الإعلامية على تحقيق هذه الأهداف، بإعتبار نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي

للمجتمع الحديث ، وتتلخص فكرة المدخل في أن المتلقي داخل المجتمعات الحديثة يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات تساهم في تكوين معارفه (18) ، ويهتم مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام بالنظام الاجتماعي وأفراد المجتمع ووسائل الإعلام، وتتوقف درجة إعتماد أفراد الجمهور على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام على أمرين:

1. درجة الثبات والإستقرار داخل المجتمع، حيث يؤكد الباحثون أنه يزيد الإعتماد على وسائل الإعلام خاصة عند وقوع الكوارث أو الأزمات في مجتمع ما، فيجد الأفراد أنفسهم في حالة من الغموض بسبب نقص المعلومات حول الأحداث الجارية، مما يدفعهم إلى الإعتماد على وسائل الإعلام لتصبح بذلك مصدر المعلومات الرئيسية بالنسبة لهم .

2 حجم وأهمية المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام. (19)

وبشكل عام فإن مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام يقوم على الفروض التالية:

1. تختلف درجة إعتماد الأفراد فيما بينهم على وسائل الإعلام، فالجمهور المهتم بقضية معينة يكون أكثر إعتمادا وتركيزا بما تقدمه وسائل الإعلام حول القضية نفسها عن غيرهم مثل الجمهور الرياضي، وكذلك يمكن أن يحدد الاختلاف في درجة الإعتماد على وسائل الإعلام تبعاً للاختلافات في المتغيرات الديموغرافية للجمهور. (20)

2. إن درجة إستقرار المجتمع تؤثر على درجة إعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على معلومات في المجالات المختلفة، كما يفترض المدخل أن طبيعة الاختلاف بين شرائح الجمهور تؤثر على إختلاف درجة الإعتماد على وسائل الإعلام .

3. يقل إعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية، كلما توافرت لديهم مصادر بديلة تمكنه من الحصول على المعلومات المطلوبة. (21)

واستخدمت الدراسة الحالية مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري لها ، إذ يعد هذا المدخل ملائماً لمعرفة مدى إعتماد الجمهور المتصفح

للاترنتت على المواقع الإلكترونية في الحصول على المعلومات عن الاقتصاد الأزرق المستدام للأسباب الآتية:

- يحاول هذا المدخل إختبار مدى إعتقاد الجمهور المتصفح للاترنتت على المواقع الإلكترونية كمصدر للمعلومات عن الإقتصاد الأزرق ، لهذا يعد مدخلا مناسباً لكونه يتضمن توصيفاً دقيقاً لدوافع الإعتقاد على المواقع الإلكترونية الرسمية والصحفية.
- يسمح هذا المدخل بقياس التأثيرات الناتجة عن الإعتقاد على المواقع الإلكترونية ، فكلما زاد إعتقاد الجمهور المتصفح زادت هذه التأثيرات.
- إستفادت الباحثة بتطبيق مدخل الإعتقاد على وسائل الإعلام في تلك الدراسة، وذلك من خلال توضيح مفهومها بالإعتقاد والدخول على المواقع ، لذا يعد هذا المدخل الأنسب لدراسة درجة إعتقاد الجمهور المتصفح للاترنتت على المواقع الإلكترونية ، وأهم التأثيرات الناتجة عن هذا التعرض.

#### أولاً : نتائج الدراسة التحليلية للمواقع الإلكترونية عينة البحث

##### - إتجاهات مضامين المواقع الإلكترونية الرسمية ومواقع الصحف الإخبارية:

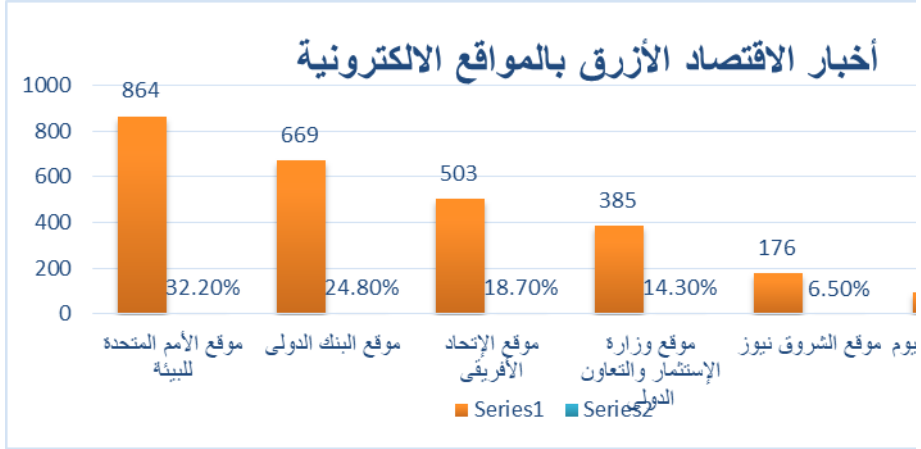
قامت الباحثة بتحديد إتجاهات المواقع الإلكترونية الرسمية والصحفية - عينة الدراسة - نحو تشكيل الوعي بالإقتصاد الأزرق، كما حرصت على المتابعة الشاملة والدقيقة لهذه المواقع معتمدة فيها على البحث العام والبحث التفصيلي، وتحليل نتائج البحث وعينة الدراسة التحليلية كخطوة ثانية أساسية في هذه الدراسة.

##### - عينة الدراسة التحليلية :

اعتمدت هذه الدراسة على البحث العام لمصطلح الإقتصاد الأزرق بالمواقع الإلكترونية لإختيار عينة عشوائية للمادة الإخبارية التي تم تحليلها وفق فئات تحليل المضمون ، حيث تم متابعة المواقع عينة الدراسة منذ بدء البحث ، وقد حددت عينة أخبار الإقتصاد الأزرق والتي تم إعتقادها وتحليلها في الفترة من 2018/1/1 وحتى 2018/12/31 كعينة عشوائية عمدية على إمتداد اثني عشر شهراً، بمعدل (864) خبر بموقع الأمم المتحدة للبيئة، (669) خبر بموقع البنك الدولي ، (503) خبر بموقع الإتحاد الأفريقي ، (385) خبر بموقع وزارة الإستثمار والتعاون الدولي ، (176) خبر بموقع الشروق نيوز ، (94) خبر بموقع المصري اليوم ، بمجموع (2691) خبر كمادة تحليلية لستة مواقع ، وإقتصرت عينة التحليل على أخبار الإقتصاد الأزرق دون غيرها من الموضوعات الأخرى ، وذلك وفقاً لطبيعة الدراسة ومجالها ، حيث

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الإنصالية في مجال الإعلام الإقتصادي والتنموي.

أولاً: موضوعات الإقتصاد الأزرق بالمواقع الإلكترونية الستة ( عينة البحث )  
جاءت نتائج البحث المتقدم / التفصيلي لموضوع الإقتصاد الأزرق والتي تغطي الفترة  
الزمنية من 2018/1/1 وتنتهي في 2018/12/31 كما يلي:



شكل رقم (1) الأهمية النسبية لعدد أخبار الإقتصاد الأزرق بالمواقع الإلكترونية

المصدر : إستمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة

تشير بيانات الشكل رقم (1) إلى عدة نتائج :

جاء تناول موضوعات الإقتصاد الأزرق في موقع الأمم المتحدة في الترتيب الأول بنسبة (32.2%) حيث حرص الموقع على كثرة تناول الإخباري بالرصد والتحليل لأخبار الإقتصاد الأزرق ، وتنوعت طريقة العرض من أخبار ومؤتمرات وعرض البيانات والأرقام من خلال الانفوجراف والرسومات الرقمية لأخر المؤشرات ، وذلك لسهولة وصول المعلومة من خلال التصفح ، كما يوضح الجدول إرتفاع أخبار الإقتصاد الأزرق بالمواقع الدولية والأفريقية أكثر منها في المصرية ، وذلك عند متوسط حسابي بلغ 293 ، وإختراف معياري 449 ، وفي الترتيب الثاني جاء موقع البنك الدولي بنسبة (24.8%) ، يليه الإتحاد الأفريقي في الترتيب الثالث بنسبة (18.7%) ، بينما جاء تناول في الترتيب الرابع لموقع وزارة الإستثمار والتعاون الدولي بنسبة (14.3%) ، وفي الترتيب الخامس

موقع الشروق نيوز بنسبة (6.5%) وأخيراً موقع المصري اليوم بنسبة (3.5%).

### ثانياً: المضامين الإعلامية للإقتصاد الأزرق بالمواقع الإلكترونية :

اشتملت المضامين الإعلامية بعينة الدراسة على : (عنوان الخبر / تاريخه / القسم بالموقع / مصاحب لصوره أو لا/ عدد تفاعل الجمهورعليه) ،بينما جاء التحليل الفعلي لنسب التفاعل والمشاهدة على الموقع كما هو موضح بالجدول الآتي:

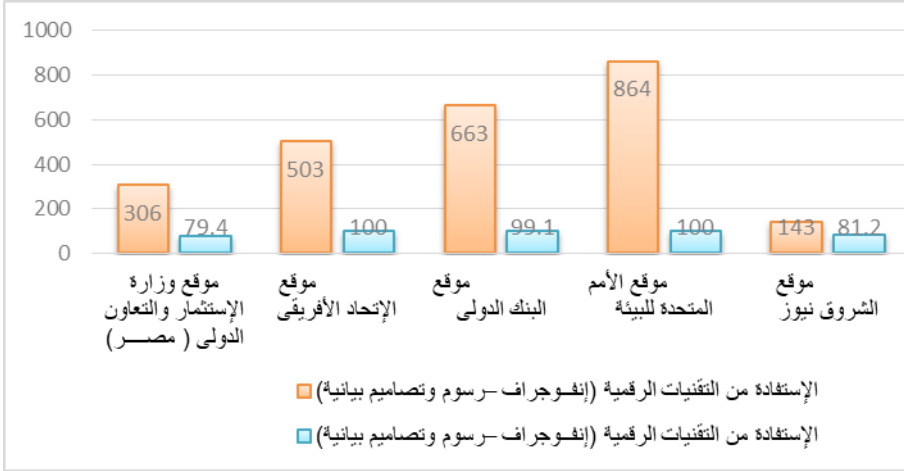
### جدول رقم (1) عدد ونسب التفاعل والمشاهدة على المواقع عينة الدراسة

القسم	عدد الأخبار بالموقع	الإستفادة من التقنيات الرقمية (إنفوجراف -رسوم وتصاميم بيانية)	النسبة المئوية	عدد المشاهدات /التفاعل	النسبة المئوية
أولاً : موقع وزارة الإستثمار والتعاون الدولي ( مصر )					
الأخبار	385	306	79.4%	17912	17.8%
ثانياً : موقع الإتحاد الأفريقي					
أخبار وحوادث	503	503	100%	18220	18.1%
ثالثاً : موقع البنك الدولي					
الأخبار	669	663	99.1%	19654	19.5%
رابعاً : موقع الأمم المتحدة للبيئة					
الأخبار	864	864	100%	21802	21.6%
خامساً : موقع الشروق نيوز					
الأخبار	176	143	81.2%	12981	13%
سادساً : موقع المصري اليوم					
الأخبار	94	72	76.5%	9968	10%
الاجمالي	2691	2471	91.8%	100537	100%
الإنتحراف المعياري	293	308	-	4420	-
المتوسط الحسابي	449	425	-	16756	-

المصدر : إستمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة

## تشير بيانات الجدول رقم (1) إلى أن:

- تركزت موضوعات الإقتصاد الأزرق بالمواقع عينة الدراسة بقسم الأخبار بإعتبار الإقتصاد الأزرق الحدث الأهم والخبر السابق بأجندة التنمية المستدامة لمصر وأفريقيا .  
- جميع موضوعات الإقتصاد الأزرق جاءت مدعومة بصورة وذلك في إطار الإتفاقات والندوات والبروتوكولات لمواكبة أجندة أفريقيا 2063 ولأهمية الصورة في وضع الحدث الصحفي حيز الجدية والسبق والمصداقية .  
- يتصدر الإنفوجراف أولويات العرض لبيانات الإقتصاد الأزرق بمواقع الأمم المتحدة للبيئة ، والاتحاد الأفريقي ، والبنك الدولي لأهميته في فهم النسب والبيانات لآخر المؤشرات الإقتصادية لأخبار الإقتصاد الأزرق فاعتمدت هذه المواقع على الفيديوهات في نشر معلومات أخبارها ، بينما اعتمدت المواقع المصرية كموقع وزارة الإستثمار والتعاون الدولي ، والشروق نيوز ، والمصرى اليوم على الصور الصحفية لنقل الاتفاقيات والبروتوكولات ، صاحبها أرقام ونسب ومؤشرات الإقتصاد الأزرق داخل جسم الخبر على الموقع أو صور ثابتة تفيد بتزايد ونقص نسب ومؤشرات موضوعات الإقتصاد الأزرق ، دون إستخدام فيديوهات وصور متحركة لذلك.

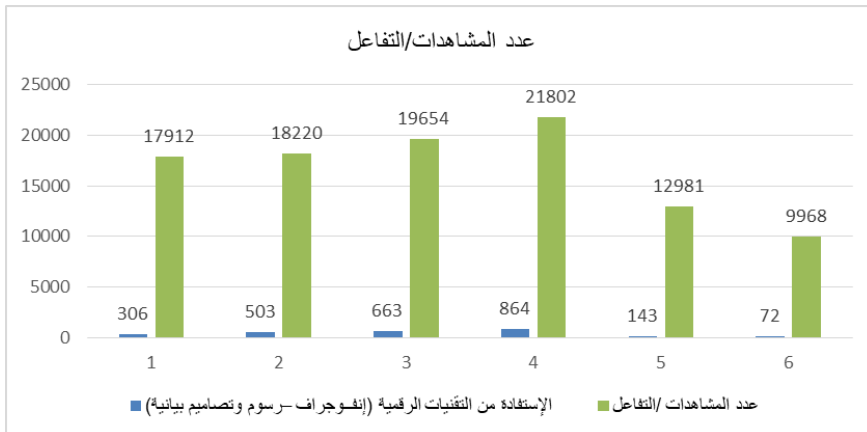


شكل رقم (2) الأهمية النسبية لإستفادة المواقع عينة التحليل من التقنيات الرقمية في عرض أخبار الإقتصاد الأزرق

المصدر : إستمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة

- يشير الشكل رقم (2) الى التفاعل والمشاهدة من قبل جمهور المتصفح للمواقع الإلكترونية عينة الدراسة لموضوعات الإقتصاد الأزرق حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة (21.6%) لموقع الأمم المتحدة للبيئة والذي أعطى أولوية كبيرة لموضوعات الإقتصاد الأزرق وما يخص التنمية المستدامة على واجهات الموقع وصفحاته الداخلية ، وفي الترتيب الثاني لنسب التفاعل والمشاهدة لتلك الموضوعات جاءت لموقع البنك الدولي بنسبة (19.5%) ، وفي الترتيب الثالث لموقع الإتحاد الأفريقي بنسبة (18.1%) ، ثم في الرابع لموقع وزارة الإستثمار والتعاون الدولي بنسبة (17.8%) والذي حرص على تفعيل مشاركات الأعضاء والزائرين للموقع بعد تولى مصر رئاسة الإتحاد الأفريقي وحرص القيادة السياسية المصرية على زيادة الوعي بقضايا التنمية المستدامة ومواكبة أجندة أفريقيا 2063 ، وهو ما جاء على الموقع المصري ، كما ظهر على الموقع دور وزيرة الإستثمار في إبراز جوانب التنمية وحرصها على عقد الاجتماعات وندوات التوعية بذلك ، وجاء في الترتيب الخامس موقع الشروق نيوز بنسبة (13%) ، وأخيراً موقع المصري اليوم بنسبة (10%).

- ويتضح تزداد التفاعل على تصفح أخبار الإقتصاد الأزرق وتزداد مشاهدة الأخبار كلما إزداد إستخدام التقنيات الحديثة في العرض للمعلومة الإقتصادية ، مما يسهل على المتصفح مشاهدتها والوقوف على قرائنها وفهمها كالإنفوجراف والفيديوهات المتحركة والرسوم البيانية وتصاميم الأرقام.



شكل رقم (3) التفاعل من قبل المتصفح مع أخبار الإقتصاد الأزرق  
المصدر : إستمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة

ومن نتائج التحليل الاحصائي يتضح أن :

- يوجد ارتباط قوى ومعنوي إحصائياً بين الإستفادة من التقنيات الرقمية وعدد المشاهدات والتفاعل عند مستوى معنوية 0.01

- يوجد ارتباط قوى ومعنوي إحصائياً بين عدد أخبار الإقتصاد الأزرق بالمواقع عينة الدراسة وتفاعل المتصفحين عليها عند مستوى معنوية 0.01

- تنوع مضامين الإقتصاد الأزرق بالمواقع الإلكترونية عينة الدراسة:

تعكس المضامين الإعلامية للإقتصاد الأزرق بالمواقع الإلكترونية التنوع في طرح قضايا التنمية المستدامة ، والإدارة الجيدة للموارد المائية ، وحماية البحار والمحيطات بشكل مستدام ، ودعم الأمن الغذائي والتنمية المستدامة للموارد المائية، والتنقيب في البحار، والإستزراع السمكى ، وتطوير قطاع صناعة الأسماك وإستدامة الحياة البحرية ، والجدول التالى يعرض مضامين موضوعات الإقتصاد الأزرق الأكثر بروزاً بالمواقع الإلكترونية عينة الدراسة :

جدول رقم (2) الأهمية النسبية لموضوعات وقضايا الإقتصاد الأزرق بالمواقع الإلكترونية عينة الدراسة

الموقع	الموضوعات/القضايا	ك	%
وزارة الإستثمار والتعاون الدولى	الإدارة الجيدة للموارد المائية	53	13.7%
	حماية البحار والمحيطات بشكل مستدام	51	13.2%
	دعم الأمن الغذائي	27	7%
	دعم التنمية المستدامة للموارد المائية	68	17.8%
	السياحة	9	2.3%
	النقل البحري	8	2%
	التنقيب في البحار	9	2.3%
	الإستزراع السمكى	50	13%
	إستدامة الحياة البحرية	57	15%
	تطوير قطاع صناعة الأسماك	53	13.7%
الإجمالى		385	100%

13.7%	69	الإدارة الجيدة للموارد المائية	الإتحاد الأفريقي
5%	26	حماية البحار والمحيطات بشكل مستدام	
19%	94	دعم الأمن الغذائي	
15%	74	دعم التنمية المستدامة للموارد المائية	
5.5%	28	السياحة	
5.3%	27	النقل البحري	
1.3%	7	التنقيب في البحار	
11.7%	59	الإستزراع السمكي	
9.5%	48	إستدامة الحياة البحرية	
14%	71	تطوير قطاع صناعة الأسماك	
100%	503		الإجمالي
14.2%	95	الإدارة الجيدة للموارد المائية	البنك الدولي
5.3%	36	حماية البحار والمحيطات بشكل مستدام	
14.8%	102	دعم الأمن الغذائي	
13.6%	100	دعم التنمية المستدامة للموارد المائية	
4.9%	38	السياحة	
10.5%	37	النقل البحري	
4.3%	37	التنقيب في البحار	
11.7%	70	الإستزراع السمكي	
11.1%	58	إستدامة الحياة البحرية	
13%	96	تطوير قطاع صناعة الأسماك	
100%	669		الإجمالي



10.6%	14	الإدارة الجيدة للموارد المائية	الأمم المتحدة للبيئة
15.2%	20	حماية البحار والمحيطات بشكل مستدام	
14.4%	19	دعم الأمن الغذائي	
11.4%	15	دعم التنمية المستدامة للموارد المائية	
6.1%	8	السياحة	
5.3%	7	النقل البحري	
—	—	التنقيب في البحار	
12.1%	16	الإستزراع السمكي	
15.2%	20	إستدامة الحياة البحرية	
9.8%	13	تطوير قطاع صناعة الأسماك	
100%	864		الإجمالي
14.7%	10	الإدارة الجيدة للموارد المائية	الشروق نيوز
4.4%	3	حماية البحار والمحيطات بشكل مستدام	
11.8%	8	دعم الأمن الغذائي	
19.1%	13	دعم التنمية المستدامة للموارد المائية	
14.7%	10	السياحة	
—	—	النقل البحري	
—	—	التنقيب في البحار	
11.8%	8	الإستزراع السمكي	
10.3%	7	إستدامة الحياة البحرية	
13.2%	9	تطوير قطاع صناعة الأسماك	
100%	176		الإجمالي

21.2%	11	الإدارة الجيدة للموارد المائية	المصرى اليوم
5.8%	3	حماية البحار والمحيطات بشكل مستدام	
15.4%	8	دعم الأمن الغذائي	
13.5%	7	دعم التنمية المستدامة للموارد المائية	
17.3%	9	السياحة	
-	-	النقل البحري	
-	-	التنقيب في البحار	
11.5%	6	الإستزراع السمكي	
-	-	إستدامة الحياة البحرية	
15.4%	8	تطوير قطاع صناعة الأسماك	
100%	94		الإجمالي

المصدر : إستمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة

### تشير بيانات الجدول رقم (2) إلى نتائج تحليل مضمون موضوعات الإقتصاد الأزرق على النحو التالي :

- حيث جاء موضوع دعم التنمية المستدامة للموارد المائية أولى أولويات الإقتصاد الأزرق على موقع وزارة الإستثمار والتعاون الدولي المصري ، وموقع الشروق نيوز بنسبة (17.8%) ، (19.1%) ، بينما جاء هذا الموضوع ثاني أولويات موقعى الاتحاد الأفريقي بنسبة (15%) ، والثالث لموقع البنك الدولي بنسبة (13.6%) ، بينما جاء فى الترتيب الرابع لموقع الأمم المتحدة للبيئة ، ونفس الترتيب بموقع المصري اليوم بنسبة (11.4%) ، (13.5%).

- وأشارت نتائج الجدول السابق الى ان موضوع دعم الأمن الغذائى بأجندة أولويات الإقتصاد الأزرق فى الترتيب الأول بموقعى الاتحاد الأفريقي والبنك الدولي على التوالي بنسبة (19%) ، (14.8%) حيث حرصا الموقعين على دعم هذه القضية كمطلب رئيسي للإستفادة من الإقتصاد الأزرق وتحقيق التنمية المستدامة ، بينما جاء هذا الموضوع فى الترتيب الثانى لموقع الأمم المتحدة للبيئة بنسبة (14.4%) ، وفى الترتيب الرابع لموقع الشروق نيوز بنسبة (11.8%) ، وفى الترتيب الثالث لموقع المصري اليوم بنسبة (15.4%) ، وفى الترتيب السادس لموقع وزارة الإستثمار والتعاون

الدولى بنسبة (7%) .

-وتبين ايضا ان أولويات موضوعات الإقتصاد الأزرق بموقع الأمم المتحدة للبيئة تحالف ما جاء بأولويات باقى المواقع الأخرى حيث حرص الموقع على الإهتمام بموضوعين هما الأهم فى التناول على صفحات الموقع هما حماية البحار والمحيطات بشكل مستدام ، وإستدامة الحياة البحرية بنسبة (15.2%) ، بينما جاء موضوع دعم الأمن الغذائى فى الترتيب الثانى لأولويات العرض لقضايا الإقتصاد الأزرق بهذا الموقع بنسبة (14.4%) ، وفى الترتيب الثالث الاستزراع السمكى بنسبة (12.1%)

- ثم جاء موضوع الإدارة الجيدة للموارد المائية فى الترتيب الأول لموضوع الإقتصاد الأزرق على صفحات موقع المصرى اليوم بنسبة (21.2%) ، بينما جاء نفس الموضوع فى الترتيب الثانى لموقع الشروق نيوز متساوياً مع السياحة بنسبة (14.7%) ، بينما جاءت الأخيرة ثانى أهم موضوعات الإقتصاد الأزرق على موقع المصرى اليوم بنسبة (17.3%) ، بينما جاء تطوير قطاع صناعة الأسماك فى الترتيب الثالث لموقع الشروق نيوز بنسبة (13.2%) ، يليه فى الترتيب الرابع دعم الأمن الغذائى والاستزراع السمكى بنسبة (11.8%).

- وفى الترتيب الثالث جاء دعم الأمن الغذائى وتطوير قطاع صناعة الأسماك بنفس النسبة على موقع المصرى اليوم بنسبة (15.4%) ، بينما جاء موضوع دعم التنمية المستدامة للموارد المائية على هذا الموقع فى الترتيب الرابع بنسبة (13.5%).

**-الشخصيات المحورية التى ركزت عليها المضامين الإعلامية لمواقع الدراسة الإلكترونية :**

ترجع أهمية الشخصية المحورية بالأخبار الإقتصادية إلى أهمية الحدث ومدى تأثيرها فى الأحداث التنموية ، وتبرز أيضاً أهمية الشخصية أهمية الحدث التنموى الإقتصادى والفاعلين المؤثرين به ، ويوضح الجدول التالى الشخصيات المحورية التى يتم عرضها بالمضامين الإعلامية للإقتصاد الأزرق عبر المواقع الإلكترونية كما يلى:

جدول رقم (3) الأهمية النسبية لظهور الشخصيات المحورية بمضامين الإقتصاد الأزرق بالمواقع عينة الدراسة

الموقع	الشخصيات	ك	النسبة المئوية %
وزارة الإستثمار والتعاون الدولي	رئيس الجمهورية	88	23%
	رئيس الوزراء	22	5.7%
	وزيرة الإستثمار	43	11.1%
	وزير الاقتصاد والتخطيط الانجولى	22	5.7%
	مسؤولين حكوميين	22	5.7%
	خبراء أجنبية	43	11.1%
	ممثلين عن منظمات إقليمية	43	11.1%
	ممثلين عن منظمات دولية	43	11.1%
	متخصصين فى المجال البحري	59	15.5%
	الإجمالى		385
الإتحاد الأفريقي	رئيس الإتحاد	92	18.2%
	رئيس سيشل	16	3.2%
	الرئيس التوجولى	15	3%
	مفوضية الإتحاد الأفريقي	92	18.2%
	أعضاء لجنة الإقتصاد الأزرق والتنمية المستدامة	92	18.2%
	أعضاء لجنة الزراعة والتنمية الريفية	88	17.6%
	رؤساء الدول	54	10.8%
	ممثلى حكومات الدول الأعضاء	54	10.8%
	الإجمالى		503

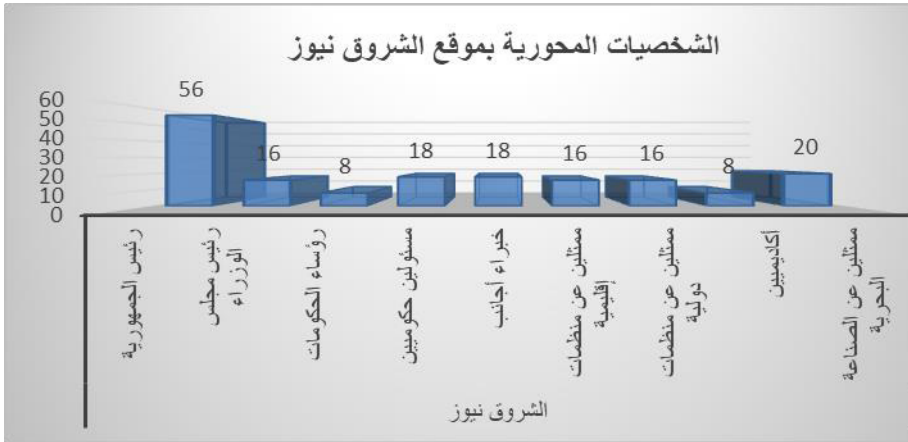
11.5%	77	الرؤساء	البنك الدولي	
19.5%	130	أعضاء المؤسسة الدولية للتنمية		
25.2%	169	الرؤساء الاقتصاديين		
10.5%	70	نائب الرئيس لإقتصاديات التنمية		
10.5%	70	خبراء		
11.3%	76	رؤساء صناديق الإستثمار الدولية		
11.5%	77	الرئيس التنفيذي لنظم المعلومات والتحول الرقمي		
100%	669	الإجمالي		
16.8%	145	اللجنة الإقتصادية للأمم المتحدة لأفريقيا	الأمم المتحدة للبيئة	
12.5%	108	نائب الرئيس العام لشئون البيئة		
15.3%	132	رؤساء الحكومات		
17.3%	150	وزراء إقتصاديين		
16.8%	145	أعضاء وحدات تنسيق خطط التنمية المستدامة		
21.3%	184	أعضاء الهيئات الأفريقية العربية		
100%	864	الإجمالي		
32%	56	رئيس الجمهورية		الشروق نيوز
9%	16	رئيس مجلس الوزراء		
4.5%	8	رؤساء الحكومات		
10.2%	18	مسؤولين حكوميين		
10.2%	18	خبراء أجنب		
9%	16	ممثلين عن منظمات إقليمية		
9%	16	ممثلين عن منظمات دولية		
4.5%	8	أكاديميين		
11.6%	20	ممثلين عن الصناعة البحرية		
100%	176	الإجمالي		

40.5%	38	رئيس الجمهورية	المصري اليوم
6.3%	6	رئيس مجلس الوزراء	
11.7%	11	مسؤولين حكوميين	
6.3%	6	مدير المركز المصري للدراسات الاقتصادية	
20.2%	19	خبراء ومحللين	
15%	14	مستثمرين	
100%	94	الإجمالي	

### المصدر : إستمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة

يتضح من بيانات الجدول رقم (3) النتائج التالية :

- تبين ان شخصية رئيس الجمهورية هي أكثر الشخصيات حضوراً بمضمون الإقتصاد الأزرق بالمواقع الإلكترونية المصرية (المصري اليوم، الشروق نيوز، وزارة الإستثمار والتعاون الدولي) على التوالي بنسب (40.5% ، 32% ، 23% ) ،

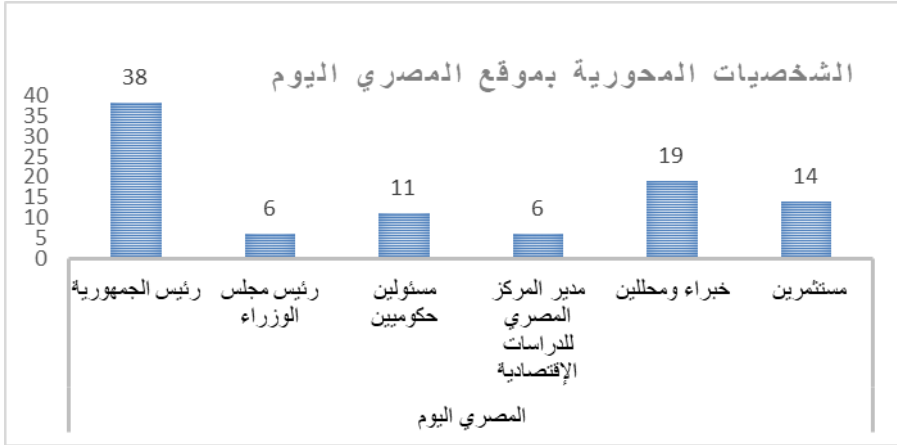


### شكل رقم (4) الشخصيات المحورية بموقع الشروق نيوز

المصدر : جدول رقم 3 بالبحث.

ويرجع ذلك لمكانة شخصية رئيس الجمهورية بالمتجمع وتأثيره التنامي بصفته رئيساً

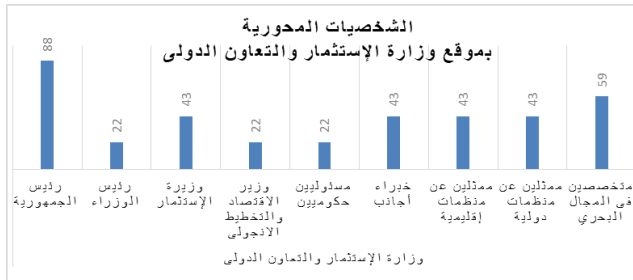
للإتحاد الأفريقي ، ودعوته الدائمة لحشد الموارد اللازمة من أجل تحقيق أجندة أفريقيا 2063.



شكل رقم (5) يوضح الشخصيات المحورية بموقع المصري اليوم

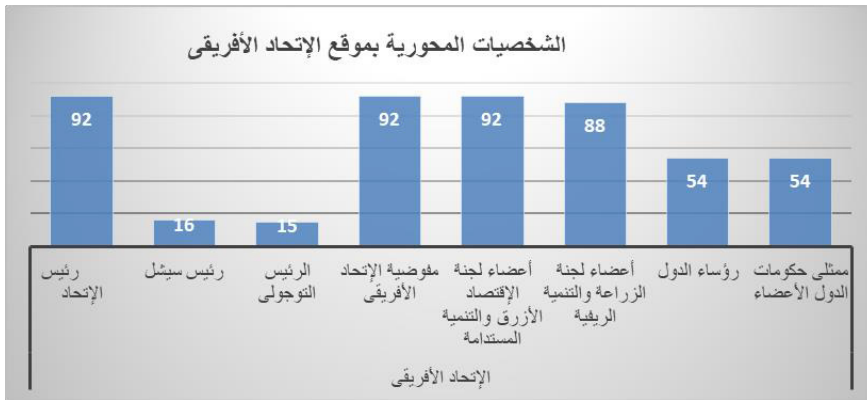
المصدر : جدول رقم 3 بالبحث.

و يتضح من الشكل رقم (6) ان المتخصصين في المجال البحري في الترتيب الثاني للقوى الفاعلة في مضمون الاقتصاد الأزرق بنسبة 15.5% على موقع وزارة الاستثمار، والتعاون الدولي ، بينما تساوت شخصيات وزيرة الاستثمار، والخبراء الأجانب، وممثلي المنظمات الإقليمية والمنظمات الدولية في الترتيب الثالث بنسبة 11.1% على نفس الموقع.



شكل رقم (6) الشخصيات المحورية بموقع وزارة الاستثمار والتعاون الدولي المصدر : جدول رقم 3 بالبحث.

- وجاءت أكثر العوامل تأثيراً في عدد المتصفحين على موقع وزارة الإستثمار والتعاون الدولي ، والشروق نيوز ، والمصري اليوم كان لظهور شخصية رئيس الجمهورية كشخصية محورية بأخبار الإقتصاد الأزرق بمستوى معنوية قدر بحوالى (2.08،1.7،2.5).على الترتيب
- وفيما يختص بمواقع الإتحاد الأفريقي جاءت الشخصية المحورية الإقتصادية هي الغالبة على والبنك الدولي حيث جاء أعضاء لجنة الإقتصاد الأزرق والتنمية المستدامة هي أكثر الشخصيات بمضمون الإقتصاد الأزرق بموقع الإتحاد الأفريقي بنسبة 18.2% .

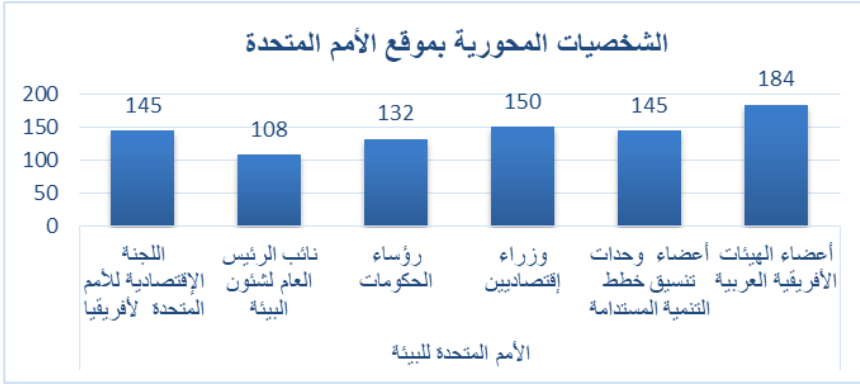


## شكل رقم (7) الشخصيات المحورية بموقع الإتحاد الأفريقي

المصدر : جدول رقم 3 بالبحث.

- أعطى موقع الإتحاد الأفريقي اهتماماً لشخصية رئيس الإتحاد ، وهو الرئيس بول كاغامه رئيس الإتحاد الأفريقي في فترة الدراسة (2018) قبل رئاسة مصر للإتحاد منذ فبراير 2019 ، وهو الرئيس السادس عشر للإتحاد الأفريقي والرئيس السادس والحالي لجمهورية رواندا - شرق أفريقيا، بنسبة (18.2%) ، يتساوى معه في الترتيب والنسبة مفوضية الإتحاد الأفريقي، وأعضاء لجنة الإقتصاد الأزرق والتنمية المستدامة ، بينما جاء أعضاء لجنة الزراعة والتنمية الريفية في الترتيب الثاني بنسبة 17.6%، وفي الترتيب الثالث كل من رؤساء الدول وممثلى حكومات الدول الأعضاء بنسبة 10.8% .





شكل رقم (8) الشخصيات المحورية بموقع الأمم المتحدة

المصدر : جدول رقم 3 بالبحث.

وتبين من نتائج التحليل الإحصائي للعلاقة الارتباط بين المتغيرات السابقة :

- وجود علاقة إرتباط طردية قوية ومعنوية إحصائياً بين ظهور الشخصيات المحورية كقوى فاعلة بأخبار الإقتصاد الأزرق وتفاعل المتصفحين وزوار المواقع عينة الدراسة عند مستوى معنوية 0.01 وبالتقدير الإحصائي للإنحدار المتعدد لقياس اهم العوامل المؤثرة على عدد المتصفحين لمواقع الدراسة وفقاً لمتغيراتها ، وجد أن هناك علاقة معنوية إحصائياً بين متصفحى موقع الإتحاد الأفريقى و ظهور شخصية مفوضية الإتحاد عند مستوى معنوية حوالى 3.6، يليها شخصية رئيس الإتحاد عند مستوى معنوية حوالى 2.6، ثم الإستفادة من التقنيات على الموقع بمعنوية نحو 1.8، ثم أعضاء لجنة الإقتصاد الأزرق بمعنوية حوالى 1.7.

- وتبين أن أكثر العوامل تأثيراً فى عدد المتصفحين لموقع الأمم المتحدة للبيئة كان للإستفادة من التقنيات فى عرض أخبار الإقتصاد الأزرق بمعنوية بلغت حوالى 3.9

- وفيما يتعلق بموقع البنك الدولى بشكل (7) جاء الرؤساء الاقصاديين أكثر الشخصيات المحورية بنسبة %25.2، بينما جاءت الشخصية المحورية الأكثر حضوراً فى مضامين الاقتصاد الأزرق بموقع الأمم المتحدة لأعضاء الهيئات الأفريقية العربية بنسبة %21.3 ، فى حين جاءت الشخصية الإقتصادية فى الترتيب الثانى بموقع

الأمم المتحدة للبيئة فجاء الوزراء الإقتصاديين في الترتيب الثاني بنسبة 17.3% ، يليهم بالمساواة في النسبة أعضاء اللجنة الاقتصادية للأمم المتحدة لأفريقيا ، وأعضاء وحدات تنسيق خطط التنمية المستدامة بنسبة 16.8% .



شكل رقم (9) الشخصيات المحورية بموقع البنك الدولي  
المصدر : جدول رقم 3 بالبحث.

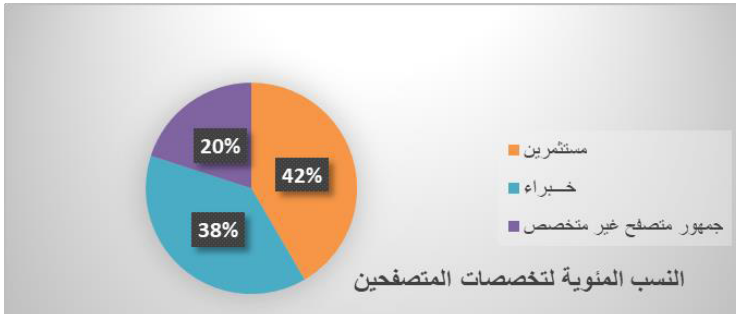
- أشارت نتائج التحليل الإحصائي للعلاقة بين ظهور الشخصيات المحورية في الاخبار الاقتصادية وحجم التفاعل أن :
- توجد علاقة إرتباط طردية قوية ومعنوية إحصائياً بين ظهور الشخصيات المحورية كقوى فاعلة بأخبار الإقتصاد الأزرق، وبين إهتمام تلك المواقع بإستخدام التقنيات الحديثة كالإنفوجراف والفيديوهات والرسومات البيانية والإيضاحية لإعلام المتصفحين بأخبار الإقتصاد الأزرق عند مستوى معنوية 0.01.
  - وتبين أن أكثر العوامل تأثيراً في عدد المتصفحين بموقع البنك الدولي كان للإستفادة من التقنيات في عرض أخبار الإقتصاد الأزرق بمعنوية بلغت حوالى 2.58.
  - و ثاني العوامل المؤثرة ظهور شخصية الرؤساء بمعنوية نحو 1.5، يليها ظهور شخصية الرئيس التنفيذي للتحول الرقمي بمعنوية بلغت حوالى 1.4.

ثانياً : نتائج الدراسة الميدانية  
 أولاً: خصائص عينة الدراسة من جمهور الإنترنت المتصفح للمواقع :  
 1. توزيع العينة وفقاً لمتغير النوع (ذكور - إناث) :  
 جدول رقم (4) الأهمية النسبية لتوزيع العينة وفقاً لمتغير النوع  
 ( ذكور - إناث )

النوع	ك	%
ذكر	2758	50.5
أنثى	2712	49.5
الإجمالي	5470	100%

المصدر : إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة

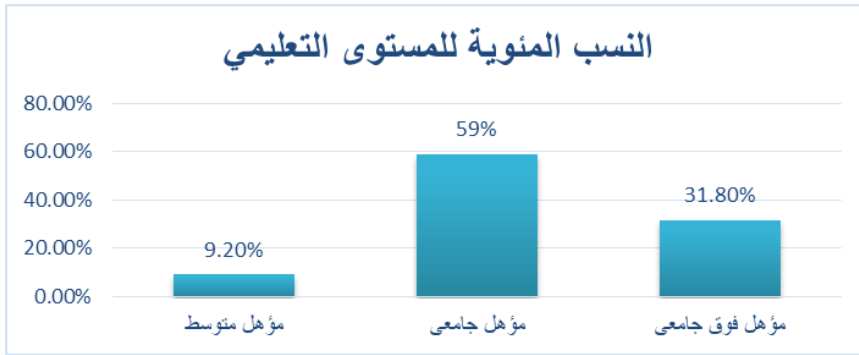
- تشير نتائج الجدول رقم (4) إلى تقارب توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع على النحو التالي: حيث تتوزع إلى ما نسبته 50.5% من الذكور، و49.5% من الإناث ، وهو ما يؤكد على أن دراسات الجانب الإقتصادي التنموي والاهتمام والإلمام بها غير مقتصر على الذكور فقط ، فاهتمام المرأة بمتابعة هذه الموضوعات التنموية والإقتصادية يدل على إرتفاع الوعي بالقضايا الإقتصادية بالنسبة للرجال والنساء ، في الوقت الذي تؤكد فيه القيادة السياسة على أهمية مشاركة المرأة في الإدارة الإقتصادية للدولة بإختيار د.هالة السعيد كوزيرة للتخطيط ، ود.سحر نصر وزيرة للإستثمار والتعاون الدولي ، وهو ما يؤكد أهمية المشاركة في قضايا الوعي والتنمية.  
 2. توزيع العينة وفقاً لمتغير التخصص الوظيفي أو المهنة:



شكل رقم (10) يوضح النسب المئوية للتخصصات الوظيفية للمتصفحين للمواقع عينة الدراسة  
 المصدر : إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة

- يتضح من بيانات الشكل السابق التقارب النسبي في توزيع عينة الدراسة من النخبة بين فئتي المستثمرين والخبراء ، حيث جاءت فئة المستثمرين في الترتيب الأول بنسبة %41.6، وجاء توزيع الخبراء من المحللين الإقتصاديين والمهتمين بالشأن البيئي والتنمية بنسبة تقل عنهما قليلا بلغت %38.4، وأخيراً جاء توزيع جمهور الإنترنت المتصفح من (غير المتخصصين) بنسبة %20.

5. توزيع العينة وفقاً للمستوى التعليمي :



### شكل رقم (11) الأهمية النسبية للمستوى التعليمي

#### لمتصفح المواقع عينة الدراسة

المصدر : إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة

- طبقاً لبيانات الشكل رقم (11) جاءت فئة المتصفحين الحاصلين على مؤهلات جامعية في الترتيب الأول بنسبة %59، مما يؤكد على وعي متصفح تلك المواقع بأهمية مضمونها وما تحويه من معلومات إقتصادية تنموية هامة ، بينما المتصفحين للمواقع من ذوى المؤهلات فوق جامعية في الترتيب الثاني بنسبة %31.8، وهي نسبة عالية تؤكد على مستوى الوعي الفكرى المؤهل لفهم ما تنشره هذه المواقع من تقارير ومؤشرات إقتصادية تنموية ، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة المتصفحين من ذوى المؤهلات المتوسطة وذلك بنسبة %9.2.

## 6. مدى معرفة المبحوثين بالإقتصاد الأزرق جدول رقم (5) الأهمية النسبية لمدى معرفة المبحوثين بالإقتصاد الأزرق

مدى المعرفة بالإقتصاد الأزرق	ك	%
نعم	4382	80.1%
لا	1088	19.9%
الإجمالي	5470	100%

المصدر : إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة

فيما يتعلق بمعرفة المبحوثين بمفهوم الإقتصاد الأزرق فقد جاءت الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة 80.1% تعرفه ، بينما نسبة من لم يعرفه 19.9% من إجمالي عينة الدراسة.

## 7. مصدر معرفة المبحوثين بالإقتصاد الأزرق

تكشف بيانات الجدول رقم (6) مصدر معرفة المبحوثين بالإقتصاد الأزرق ، حيث جاء التلفزيون في مقدمة هذه المصادر بنسبة 40.5% من إجمالي عينة الدراسة ، يليه من حيث العدد شبكات التواصل الإجتماعى بنسبة 30.5% ، ثم المواقع الإخبارية بنسبة 18.5% ، ثم الصحافة بنسبة 4.2% من إجمالي عينة الدراسة.

### جدول رقم (6) الأهمية النسبية لمصدر معرفة المبحوثين بالإقتصاد الأزرق

مصدر المعرفة بالإقتصاد الأزرق	ك	%
التلفزيون	3802	40.5%
شبكات التواصل الإجتماعى	2832	30.5%
مواقع إخبارية	1724	18.5%
العمل	74	0.7%
الدراسة	78	0.8%
الصحافة	402	4.2%
الإذاعة	160	1.7%
الأهل والأصدقاء	298	3.1%
الإجمالي	9370	100%

المصدر : إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة

- وهذا يعني أن وسائل الإعلام التقليدية والحديثة قد اشتركت في تعريف الجمهور بمفهوم الإقتصاد الأزرق ، وربما يرجع تقدم التلفزيون هنا لكون الإقتصاد الأزرق أكثر حضوراً في الخطاب الرسمي الذى يجد إنتشاراً أكبر عبر القنوات التلفزيونية مقارنة بوسائل التواصل الحديثة وتتفق هذه النتيجة مع رحاب عيسى(1999)<sup>(22)</sup> ، حيث كان التلفزيون الوسيلة المفضلة لدى الصفوة فى الحصول على معلومات عن البيئة ، ودراسة منى طه(2019) ، حيث تفوق التلفزيون كمصدر للمعرفة بالتنمية المستدامة .

## 6-مدى معرفة المبحوثين بأجندة أفريقيا2063

تشير بيانات الجدول رقم (7) والذى يوضح مدى معرفة المبحوثين بأجندة أفريقيا 2063 والسماع عنها فقد جاءت الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة %82 تعرفها ، بينما نسبة من لم يعرفها %18 من إجمالي عينة الدراسة .

### جدول رقم (7) الأهمية النسبية

#### مدى معرفة المبحوثين بأجندة أفريقيا 2063

مدى المعرفة بأجندة أفريقيا 2063	ك	%
نعم	4482	82.0%
لا	988	18.0%
الإجمالي	5470	100%

المصدر : إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة

## 8. مصدر معرفة المبحوثين بأجندة أفريقيا2063

توضح بيانات الجدول رقم (8) مصدر معرفة المبحوثين بأجندة أفريقيا2063 ، وهى المصادر التى لا تختلف كثيراً عن مصادر معرفتهم بالإقتصاد الأزرق، فقد جاء التلفزيون فى مقدمة هذه المصادر بنسبة%35.7 من إجمالي عينة الدراسة ، يليه بالتساوى من حيث العدد كل من شبكات التواصل والمواقع الإخبارية بنسبة%29.2، ثم الصحافة بنسبة%4.2 من إجمالي عينة الدراسة .

## جدول رقم (8) الأهمية النسبية لمصدر معرفة المحوثين بالإقتصاد الأزرق

مصدر المعرفة بالإقتصاد الأزرق	ك	%
التلفزيون	3024	35.7%
شبكات التواصل الإجتماعى	2470	29.2%
مواقع إخبارية	2470	29.2%
الصحافة	350	4.2%
الإذاعة	59	0.6%
الأهل والأصدقاء	97	1.1%
الإجمالى	8470	100%

## المصدر : إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة

وتتفق هذه النتيجة مع منى طه (2019)، حيث تفوق التلفزيون كمصدر للمعرفة برؤية مصر 2030، يليه المواقع الإخبارية وشبكات التواصل فى إعتماد الجمهور عليها فى الحصول على معلومات عن رؤية مصر 2030.

## النتائج العامة للدراسة:

- تناولت الدراسة رصد الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام الرقمية فى تعزيز الوعى بالإقتصاد الأزرق المستدام لمواكبة أجندة أفريقيا 2063، وبعد إستعراض التراث العلمى فى مجال الدراسة الحالية ، والتطبيق على الجمهور والمواقع الإلكترونية الإخبارية والصحفية توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:
- مواقع الدراسة الستة عينة الدراسة ( وزارة الإستثمار - الإتحاد الأفريقى - الأمم المتحدة - البنك الدولى - الشروق نيوز - المصري اليوم) تناولت قضايا ترتبط بالإقتصاد الأزرق ، وأجندة أفريقيا 2063.
- جاء التعرض لمضامين الإقتصاد الأزرق بموقع الإتحاد الأفريقى فى الترتيب الأول يليه البنك الدولى ثم الأمم المتحدة للبيئة ثم موقع وزارة الإستثمار والتعاون الدولى يليه الشروق نيوز وأخيراً المصري اليوم كمواقع تساهم فى تشكيل الوعى بالإقتصاد الأزرق للجمهور المصرى وهو مطلب هام وضرورى لإستدامة التنمية ومواكبة أجندة أفريقيا 2063.
- جاء موضوع دعم التنمية المستدامة للموارد المائية أولى أولويات الإقتصاد الأزرق

على موقع وزارة الإستثمار والتعاون الدولي المصري ، وموقع الشروق نيوز بنسبة (17.8%) ، (19.1%) ، بينما جاء هذا الموضوع ثانياً أولويات موقعى الاتحاد الأفريقي بنسبة (15%) ، والثالث لموقع البنك الدولي بنسبة (13.6%) ، بينما جاء فى الترتيب الرابع لموقع الأمم المتحدة للبيئة ، ونفس الترتيب بموقع المصري اليوم بنسبة (11.4%) ، (13.5%).

- جاء موضوع دعم الأمن الغذائى بأجندة أولويات الإقتصاد الأزرق فى الترتيب الأول بموقعى الإتحاد الأفريقي والبنك الدولي على التوالي بنسبة (19%) ، (14.8%) حيث حرصا الموقعين على دعم هذه القضية كمطلب رئيسي للإستفادة من الإقتصاد الأزرق وتحقيق التنمية المستدامة ، بينما جاء هذا الموضوع فى الترتيب الثانى لموقع الأمم المتحدة للبيئة بنسبة (14.4%) ، وفى الترتيب الرابع لموقع الشروق نيوز بنسبة (11.8%) ، وفى الترتيب الثالث لموقع المصري اليوم بنسبة (15.4%) ، وفى الترتيب السادس لموقع وزارة الإستثمار والتعاون الدولي بنسبة (7%) .

- جاءت أولويات موضوعات الإقتصاد الأزرق بموقع الأمم المتحدة للبيئة تحالف ما جاء بأولويات باقى المواقع الأخرى حيث حرص الموقع على الإهتمام بموضوعين هما الأهم فى التناول على صفحات الموقع هما حماية البحار والمحيطات بشكل مستدام ، وإستدامة الحياة البحرية بنسبة (15.2%) ، بينما جاء موضوع دعم الأمن الغذائى فى الترتيب الثانى لأولويات العرض لقضايا الإقتصاد الأزرق بهذا الموقع بنسبة (14.4%) ، وفى الترتيب الثالث الاستزراع السمكي بنسبة (12.1%) .

- شخصية رئيس الجمهورية هى أكثر الشخصيات حضوراً بمضمون الإقتصاد الأزرق بالمواقع الإلكترونية المصرية (المصري اليوم، الشروق نيوز، وزارة الإستثمار والتعاون الدولي) على التوالي بنسب (40.5% ، 32% ، 23%) ، ويرجع ذلك لمكانة شخصية رئيس الجمهورية بالمجتمع وتأثيره التنموى بصفته رئيساً للإتحاد الأفريقي ، ودعوته الدائمة لحشد الموارد اللازمة من أجل تحقيق أجندة أفريقيا 2063.

- جاءت الشخصية المحورية الإقتصادية هى الغالبة على مواقع الإتحاد الأفريقي والبنك الدولي حيث جاء أعضاء لجنة الإقتصاد الأزرق والتنمية المستدامة هى أكثر الشخصيات بمضمون الإقتصاد الأزرق بموقع الإتحاد الأفريقي بنسبة 18.2% ، بينما جاء الرؤساء الإقتصاديين أكثر الشخصيات المحورية بموقع البنك الدولي بنسبة 25.2% ، بينما جاءت الشخصية المحورية الأكثر حضوراً فى مضامين الإقتصاد الأزرق بموقع الأمم المتحدة لأعضاء الهيئات الأفريقية العربية بنسبة 21.3% ، فى حين جاءت الشخصية الإقتصادية فى الترتيب الثانى بموقع الأمم المتحدة للبيئة فجاء



الوزراء الإقتصاديين فى الترتيب الثانى بنسبة 17.3% ، يليهم بالمساواة فى النسبة أعضاء اللجنة الاقتصادية للأمم المتحدة لأفريقيا ، وأعضاء وحدات تنسيق خطط التنمية المستدامة بنسبة 16.8% .

- إرتفاع نسب التصفح لجمهور المستثمرين إلى 41.6% والخبراء من المحللين الإقتصاديين وفى المجال البيئى والإعلامى بنسبة 38.4% مما يؤكد على المساهمة الكبيرة التى قدمتها المواقع عينة الدراسة فى تشكيل الوعى الإقتصادى لديه تجاه موضوعات الإقتصاد الأزرق.

- وظفت التقنيات الحديثة فى تناول موضوعات الإقتصاد الأزرق مثل الإنفوجرافيك أو الفيديو جرافيك فى مواقع الأمم المتحدة للبيئة ، والإتحاد الأفريقى والبنك الدولى ، وقلت مع الإلتزام بالطابع التقليدى فى مواقع وزارة الإستثمار، والشروق نيوز ، والمصري اليوم.

- جاءت أغلب الموضوعات على المواقع الإخبارية المصرية عن الإقتصاد الأزرق لا تتعدى التغطية لتحركات المسؤولين والوزراء وعدم الإهتمام بإهتمامات الجمهور وتفضيلاته.

- هناك إرتباط طردى قوى ومعنوى إحصائياً بين عدد المتصفحين والمواقع التالية ( الأمم المتحدة للبيئة - الإتحاد الأفريقى - البنك الدولى - وزارة الإستثمار والتعاون الدولى ) ، وتبين أن هناك إرتباط متوسط ومعنوى إحصائياً لموقع صحيفة الشروق نيوز.

- توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض الباحثين للمواقع الإلكترونية (الإعلام الرقمى) وإتجاهاتهم نحو الإقتصاد الأزرق.

- توجد إختلافات بين الباحثين ( المتصفحين ) من حيث المتغيرات الديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمى) وبين إتجاهاتهم نحو الإقتصاد الأزرق.

- يوجد إرتباط معنوي قوى بين الإستفادة من التقنيات الرقمية وعدد المشاهدات وتفاعل المتصفحين مع موضوعات الإقتصاد الأزرق.

- يوجد إرتباط معنوى قوى بين عدد الأخبار المقدمة عن الإقتصاد الأزرق بمواقع الدراسة وتفاعل المتصفحين على هذه المواقع.

- أوضحت الدراسة متابعة الباحثين لموضوعات وصفحات الإقتصاد الأزرق.

- جاء نحو 80.1% من الباحثين على معرفة بالإقتصاد الأزرق ، 82% على معرفة بأجندة أفريقيا 2063.

- بناء على ما سبق يتضح: أنه بالرغم من تغطية المواقع الإلكترونية لموضوعات

وقضايا الاقتصاد الأزرق على إختلافها إلا أن نسبة تمثيل المواقع الإخبارية الإلكترونية جاءت أقل كمصدر للمعرفة بالإقتصاد الأزرق بنسبة %18.5 ، وذلك لغياب وجود إستراتيجية إعلامية ضمن مجالات التنمية المستدامة ومواكبة أجندة أفريقيا 2063، وبالتالي فإن دور المواقع الإلكترونية الصحفية فى التوعية بالإقتصاد الأزرق كان دوراً متوسطاً وإتضح ذلك من خلال تراجع المواقع الإلكترونية للمركز الثالث كمصدر لمعرفة المبحوثين بالإقتصاد الأزرق كما ورد بتحليل الجدول رقم(9) بالبحث.

### التوصيات :

- ضرورة وجود تخطيط إعلامى يتبنى القيام بحملات إعلامية من خلال وسائل الإعلام الرقمية الجديدة ، وبناء إستراتيجيات إقناعية ملائمة للجمهور المتصفح للإعلام الرقمية ، وحشد هذا الجمهور للمشاركة فى خطط التنمية المستدامة لمواكبة أجندة أفريقيا 2063، مع ممارسة دورها الرقابى لرصد أى قصور أو أخطاء فى التنفيذ، مع مراعاة التنوع فى أساليب التناول بما يناسب هذا الجمهور وتفضيلاته.

- وضع أهداف إعلامية قومية لوسائل الإعلام المختلفة من خلال وجود وزارة للإعلام، تحرص على التنسيق بين مؤسسات الدولة ووسائل الاعلام العامة والخاصة والمواقع الإلكترونية ، فى ضوء الأهداف القومية للدولة من خلال صياغة ملامح سياسة إعلامية وطنية تستند على حرية الإعلام المتوازنة مع المسئولية الاجتماعية وتتضمن المبادئ العامة المتفق عليها وتهتم بمساندة خطة التنمية المستدامة لمصر رؤية ٢٠٣٠، ومواكبة أجندة أفريقيا 2063.

## المراجع:

- 1- الموقع الإلكتروني لأجندة أفريقيا 2063 ( مصر وأفريقيا نحو 2063) <http://www.eg.gov.sis.africa> Available:
- 2- منى طه محمد ، دور المواقع الصحفية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة « رؤية مصر 2030» ( المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال ، العدد (25) إبريل / يونيو 2019)
- 3- رضا عبدالواحد أمين ، إعتقاد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة - دراسة ميدانية على الجمهور البحريني ( المجلة العربية لبحوث الإعلام والإتصال ، العدد (17) يوليو / ديسمبر 2017)
- 4- نصر الدين عثمان ،توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة -الوعي البيئي نموذجاً، دراسة ميدانية ( مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ،العدد الخامس عشر ،2016)
- 5- نسيبه فريجات ، رشيدة سبتي ، الإعلام وتعزيز قضايا التنمية المستدامة ( مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية ، العدد الثالث ، ديسمبر 2013)
- 6- حمدي بشير، الاعلام الرقمي واقتصاديات صناعته ، ورقة عمل للمشاركة في المنتدى الاعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للاعلام والاتصال ،إبريل 2016.
- 7- سامي الشريف ، الإعلام الإقتصادي وتكنولوجيا الإتصال ..الفرص والتحديات ، ورقة عمل.. الندوة القومية حول تقرير الإهتمام بالبعد الإقتصادي لوسائل الإعلام العربي( منظمة العمل العربية - شرم الشيخ 7-9مايو 2014)
- 8-أحمد بن الدين ، عمر مسعود، الإعلام الإقتصادي ودوره في تعزيز التنمية الإقتصادية مع الإشارة إلى حالة الجزائر ، دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي بعنوان الإعلام ورهان التنمية ، كلية الآداب والعلوم الإنسانية ،2016.
- 9-عاشور فني ، إقتصاد وسائل الإعلام المرئية والمسموعة بالجزائر ، رسالة دكتوراه غير منشورة ( كلية العلوم الإقتصادية ، جامعة الجزائر ،2009)
- 10-عبد الكريم علي الديبسي ، دراسات إعلامية في تحليل المضمون ، دار المسيرة للنشر للطباعة والنشر ( الأردن ، عمان ، الطبعة الأولى ، 2017)
- 11- سعود صالح كاتب ، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع : التحديات والفرص ، ( المملكة العربية السعودية ، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي ، ديسمبر 2011) .

(\*) مقابلة مع الكاتب الصحفى عماد الدين حسين - رئيس تحرير جريدة الشروق المصرية بتاريخ 2019/9/7، والكاتب الصحفى حمدى رزق - رئيس تحرير المصرى اليوم بتاريخ 2019/9/9.

(\*) مقابلة مع Dr.David Kirugara عضو الاتحاد الأفريقى - بفندق لوسيندا - ضمن فعاليات مؤتمر (Blue Economy) بمدينة السويس فى الفترة من 10-13 سبتمبر 2019.

(\*) مقابلة مع Dr.Nathalie Hilmi الخبير الإقتصادى والبيئى بالأمم المتحدة - بفندق لوسيندا - ضمن فعاليات مؤتمر (Blue Economy) بمدينة السويس فى الفترة من 10-13 سبتمبر 2019.

(\*) قام بتحكييم الإستثمار السادة أساتذة الإعلام فى مصر التالى أسمائهم :

1. أ.د/ محمود علم الدين - أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
2. أ.د/ لىلى عبدالمجيد - أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
3. أ.د/ نجوى كامل - أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
4. أ.م.د/ محمد حسام الدين أبو العلا - أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

5. أ.م.د/ نزمين نبيل الأزرق - أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

6. أ.د/ سعيد الغريب - أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

7. أ.م.د/ سهير عثمان - أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

8. أ.م.د/ منى عبد الوهاب - أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

9. د/ محمد منصور هيبه - مدرس الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

(\*) ساعد الباحثة فى إخراج الإستثمار إلكترونياً ومتابعتها عبر موقع الإتحاد الأفريقى

(Dr.David Kirugara) ، وموقعى البنك الدولى والأمم المتحدة للبيئة (Dr. Nathalie Hilmi) ، وفى كل من موقع الشروق نيوز السيد (محمدعبدالفتاح) ، وموقع المصرى اليوم السيدة (أماني جابر) حتى تسلمت الباحثة الإستثمارات وقامت بتفريغها حسب برنامج Excel.

12- ستيفن كولمان ، الإعلام والجمهور - ترجمة صباح حسن عبدالقادر ، دار الفجر للنشر والتوزيع ( الأردن : عمان ، الطبعة الأولى ، 2012) .

(\*) الإستمارة خضعت لمتابعة إدارات المواقع بكل تفاصيلها، خلال الفترة الزمنية التي تم تحديدها لوجود الإستمارة من خلالهم على الموقع وأيضاً النطاق الجغرافي الإلكتروني، ثم استلمت الباحثة جداول الإستمارة وفق الإنفاق مع إدارة كل موقع بتاريخ 2019/5/20 وذلك بالنسبة لموقعي (الاتحاد الأفريقي ، والأمم المتحدة)، وبتاريخ 2019/5/28 بالنسبة لموقعي الشروق نيوز والمصري اليوم.

(\*) تم إلغاء الإستمارات من غير الجنسيات المصرية ، وإنحصرت الجنسيات غير المصرية في ( السعودية ، قطر ، ليبيا ، سوريا ، السودان ، الجزائر ، لبنان ، الأردن ، العراق ، أخرى ) .

13- Adnan Yahiya Ahmed Mutawakkil: The importance of Information and Communication Technology in The Economic Development Ph.D., Seoul ,National university, Engineering College, 2007.

14. حسن عماد مكاوي وليلى حسين، الإتصال ونظرياته المعاصرة ( القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008)

15. منى الحديدي وسلوى إمام، الإعلام والمجتمع، ط3 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2010)

16. سوزان القليني، علم النفس الإعلامي: المداخل النفسية للإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية، 2007)

17- James, Watson, Media communication: An introduction to theory and process, 3th edition. (USA: Palgrave Macmillan, 2008).

18- Lee, cost. Exploring emotional expressions on youth through the lens of media system dependency theory, New media & Society, vol.14, no.3.

19. ميرفت الطرايشي ، عبدالعزيز السيد، نظريات الإتصال (القاهرة: دار النهضة العربية ، 2006) .

20. شيماء ذو الفقار، مناهج البحث والإستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009)

21. Squigglings, John: The Economics of New Media,

Working Paper, (Brisbane, Australia: The University of Queensland Schools of Economics and Political Science, 2012).

22. رحاب إبراهيم سليمان عيسى، الصحافة المصرية وترتيب أولويات الصفوة تجاه قضايا البيئة في إطار مفهوم التنمية المستدامة ، ماجستير غير منشورة ( جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 1999).