

معالجة المواقع الإلكترونية لبرامج الإصلاح الاقتصادي في مصر من منظور النُخب المصرية

د. غادة موسى ابراهيم صقر*

الملخص :

تهدف هذه الدراسة البحثية إلى التعرف علي مدى اهتمام المواقع الإلكترونية بمعالجة برامج الإصلاح الاقتصادي، وقياس اتجاه النُخب المصرية نحو موضوعات الإصلاح الاقتصادي المصري التي تتناولها المواقع الإلكترونية، واستخدمت المنهج الوصفي المسحي واعتمدت على الاسبيان، وتوصلت إلى: اتفاق أغلبية آراء النُخب المصرية على أن تغطية المواقع الإلكترونية تُشجع برامج الإصلاح الاقتصادي والاستثمار في جميع القطاعات وبذلك تتماشى المواقع الإلكترونية مع أهداف ورؤية مصر 2030م؛ لتحقيق التنمية الاقتصادية، كما يجب إدراك الفرق بين عملية نقل الخبر وعملية التحليل ووجهات نظر النُخب المصرية والمحليلين الاقتصاديين.

الكلمات الرئيسية: المواقع الإلكترونية – برامج الإصلاح الاقتصادي – النُخب المصرية.

Treatment the websites of economic reform programs in Egypt from the perspective of the Egyptian elites

Gada mousa sakr

Summary:

This research study aims to learn about the Attention span of websites in addressing economic reform programs, and measure the trend of the Egyptian elite towards the topics of Egyptian economic reform addressed by websites, I used the descriptive Curriculum method and relied on the questionnaire. This study reaches to this: The majority of Egyptian elites agree that website coverage encourages economic reform and investment programs in all sectors, thus, the websites are in line with Egypt's goals and vision for 2030. To achieve economic development, the difference between the process of reporting the news and the process of analysis must also be understood the views of Egyptian elites and economic analysts .

Keywords: websites - economic reform programs - Egyptian elites.

* أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية – جامعة دمياط

مقدمة :

تواجه مصر في المرحلة الراهنة العديد من التحديات والأزمات الاقتصادية وإن اختلفت أسبابها و نتائجها، فإنها قد انعكست وبشكل واضح علي معطيات الحياة لمختلف الفئات والقطاعات في المجتمع علي اختلاف مراكزها الاقتصادية ومستوياتها الاجتماعية بداية من رجال السياسة والحكومة ورجال المال والأعمال وانتهاءً برجل الشارع؛ الذي أصبح محاطاً بمظاهر متعددة للأزمة ربما يعجز عن فهمها، ولكنه مُضطر للتفاعل معها في كافة تفاصيل حياته الأمر الذي زاد من أهمية المشهد الاقتصادي ودعم حضوره في الصفحات الأولى والمتخصصة، ما أدى إلى ارتباطه بتصاعد حجم الإحساس العام بالأزمة الاقتصادية وتداعياتها. (دراز : 2018، ص8)

وبالنظر لما تبذله الحكومة المصرية من جهود كبيرة؛ لحماية الفقراء وتخفيف العبء عن محدودي الدخل بدعم السلع والخدمات الأساسية وتوفيرها بأسعار مناسبة، مما يساعد على الارتقاء بمستوى المعيشة وتحسين نوعية الحياة، وتحقيق التكافل الاجتماعي والاستقرار السياسي، فوفقاً لسياسة الدعم الحالية تُخصص الحكومة نسبة كبيرة من الموارد العامة للإنفاق على الدعم بصورة ظاهرة و صريحة، كما تتنازل الحكومة عن قدر كبير من الإيرادات العامة؛ لتوفير دعماً ضمنياً لأسعار العديد من المنتجات والخدمات، وعلى الرغم من تلك الجهود تؤكد الأدبيات الاقتصادية المتاحة أن نسبة كبيرة من هذا الدعم لا يصل إلى مستحقيه ويتسرب لغير مستحقيه. (هاشم: 2020، ص387)

ويعتبر النُخب أقلية داخل المجتمع، وتتنوع بهم خصائص وقدرات ذاتية وإمكانات أخرى موضوعية، ما يمكنهم من قيادة المجتمع والتأثير في مساره من خلال قدراتهم على صناعة القرارات، سواء كانت السياسية منها أو الدينية أو الاجتماعية أو الاقتصادية، ومن المفترض أن تحتل النُخب السياسية باعتبارها الفئة التي تستأثر باتخاذ القرارات الأساسية في الدولة أو تؤثر فيها، ولها مكانة متميزة داخل المجتمعات باعتبارها القاطرة التي ينبغي أن تقود حركة التطور والتنمية، غير أن نجاح هذا الدور الحيوي والهام يظل مرتبطاً بمدى قوتها ومصداقيتها وتجديدها، ولكل شكل من أشكال النُخب خصائصه ووظائفه التي يقوم بها تجاه المجتمع . (حسين 2015، ص83)

ومن هنا تحرص النُخب المصرية علي متابعة المواقع الإلكترونية المصرية التي تتناول الموضوعات المتعلقة بقضايا الإصلاح الاقتصادي وتأثيرها على المجتمع المصري، حيث تعتبر هذه الموضوعات في قائمة الأولويات وعلى رأس أجندت المواقع الإلكترونية، وبالنظر لما تحتاج إليه التنمية الاقتصادية في بلدان الدول النامية وخاصة مصر من متطلبات زيادة الجهد من الحكومة والحراك من الصحف والمواقع الإلكترونية؛ ليتحمل الشعب مع الحكومة المسؤولية في تنفيذ هذه المشروعات

الاقتصادية التي تهدف إلى تحقيق الإصلاح الاقتصادي، كما يأتي دور النُخب المصرية في تتبع القضايا التي تتناول الإصلاح الاقتصادي في مصر، وتأتي متابعة قضايا الإصلاح الاقتصادي التي تعتبر من أهم الموضوعات التي يتابعها النُخب الأكاديمية والاقتصادية؛ بهدف إحداث تغيير في المجتمع، لذلك جاءت هذه الدراسة بهدف التعرف على معالجة المواقع الإلكترونية لبرامج الإصلاح الاقتصادي التي تستهدفها الدولة، والتعرف على تأثير المواقع الإلكترونية على عملية التنفيذ وتحقيق الإصلاح الاقتصادي في مصر، وذلك من خلال التعرف على وجهة نظر وآراء النُخب المصرية الأكاديمية والاقتصادية.

مشكلة الدراسة:

مصر من الدول النامية التي مرت بمشكلات عديدة، والتي أثرت بدورها على الاقتصاد المصري وتسببت في تفاقم الدين الخارجي والداخلي، الذي بدوره أثر على القطاعات الأخرى في المجتمع، ومن هنا سعت الدولة إلى تحقيق الإصلاح الاقتصادي الذي يهدف إلى تنمية المجتمع وحل المشكلات المتفاقمة في المجتمع؛ لتحقيق أهداف البلاد من تحقيق الرفاهية والتنمية المستدامة، ومن هنا أصبح للإعلام دور هام في تحقيق رؤية الدولة وتعزيز البرامج الإصلاحية الاقتصادية التي تقوم بها البلاد، كما أصبح لوسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية تأثيرًا كبيرًا على تحقيق أهداف الدولة وتوجهاتها الاقتصادية الهادفة لتحقيق الرخاء.

أهداف البحث :

يهدف هذا البحث إلى دراسة إمكانية الاستفادة من معالجة المواقع الإلكترونية لمشروعات التنمية الاقتصادية من خلال:

- التعرف على مدى اهتمام النُخب المصرية بتتبع المواقع الإلكترونية التي تعالج قضايا الإصلاح الاقتصادي.
- قياس اتجاه النُخب المصرية نحو موضوعات الإصلاح الاقتصادي المصري التي تتناولها المواقع الإلكترونية.
- تقييم النُخب المصرية لمدى التزام المواقع الإلكترونية بالأسلوب المهني في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي.
- تحديد الفروق في اتجاه النُخب المصرية نحو التغطية تبعًا لمدى اهتمام النُخب بمتابعة موضوعات الإصلاح الاقتصادي من خلال المواقع الإلكترونية.
- تحديد الفروق في اتجاه النُخب المصرية نحو التغطية تبعًا لمستوى المصادقية.

أهمية البحث:

- تتلخص أهمية الدراسة في النقاط الآتية:
- تعد الدراسة جزءًا من الدراسات العربية التي تتعلق بمعالجة القضايا الخاصة

- بالإصلاح الاقتصادي من منظور النُخب المصرية.
 - توجيه الاهتمام إلى نوع القضايا الاقتصادية التي يجب إعطاؤها أولوية كبيرة في المواقع الإلكترونية.
 - كما أن هناك أهمية أخرى للموضوع تتمثل في معرفة موقف النُخب من قضايا الإصلاح الاقتصادي على المواقع الإلكترونية.
 - الكشف عن مدى دور النُخب المصرية في تقييم معالجة المواقع الإلكترونية لبرامج الإصلاح الاقتصادي، ودورهم في تحسين الأداء الاقتصادي للحكومة.
 - تقاس التنمية الاقتصادية في أي دولة وفقاً لمردود البرامج التي تقوم بها الدولة لصالح الشعب؛ لذا يجب إدراك دور النُخب المصرية في متابعة وتقييم عملية معالجة المواقع الإلكترونية لبرامج الإصلاح وتوجيهها نحو الأفضل.
- مصطلحات البحث:**

الإعلام الاقتصادي: هو المعلومات التي يستتبطها الإنسان كنتيجة موضوعية للأنشطة القائمة على الإنتاج، ويضيف بناءً على ذلك بأن الوظيفة الإعلامية التي تحدد وتقيس وتوصل معلومات اقتصادية يمكن استخدامها في عملية التقييم واتخاذ القرارات من طرف من يستخدمون هذه المعلومات؛ وهذا ما يجعل النشاط الاقتصادي يسير على هدى من نظام معلومات يحفظ للتخطيط مصداقيته ويجعل الجمهور العريض على بينة بالأوضاع الاقتصادية داخلياً وخارجياً. (أطبيقة: 2021، ص93)

التنمية الاقتصادية: عمليات مخططة وموجهة في مجالات متعددة تحدث تغييراً في المجتمع؛ لتحسين ظروفه وظروف أفراد من خلال مواجهة مشكلات المجتمع وإزالة العقبات، وتحقيق الاستغلال الأمثل للإمكانات والطاقات، وبما يحقق التقدم والنمو للمجتمع والرفاهية والسعادة للأفراد. (عويس: 2016، ص67)

الإصلاح الاقتصادي: هو حزمة من السياسات الاقتصادية والتنموية التي تستهدف إحداث تغييرات منظمة في النواحي الاقتصادية والتنموية؛ لإزالة الخلل الاقتصادي والتنموي، كما تعمل في مجموعها على تحقيق نمو شامل ومستدام للاقتصاد القومي. (عبد المجيد، الحيطي: 2019، ص115)

كما يشير العلماء إليها بأنها: مجموعة من القواعد والوسائل والأساليب والإجراءات والتدابير التي تقوم بها الدولة، وتتحكم في قراراتها نحو تحقيق أهداف اقتصادية خلال فترة زمنية معينة، كما تعرف بأنها: المنهج المُتبع لدى دولة معينة في التعامل داخل مجال السلع والخدمات، وفي هذا الصدد إما أن تعتمد الدولة على سياسة أو نظام الأنشطة الحرة أي سياسة السوق المفتوح، أو تعتمد على نظام أو سياسة الاقتصاد الموجه، والاقتصاد المفتوح: هو النظام الذي ترفع فيه الدولة القيود عن بعض السلع والخدمات ضمن دائرة التعامل بين الأفراد أو المؤسسات داخل البلد الواحد وخارج حدوده، أما نظام الاقتصاد الموجه: هو الذي تكون فيه الدولة هي

المسيطرة والموجهة لسياسة النشاط الاقتصادي في سوق السلع والخدمات، بحيث تحدد الأسعار للسلع، وتدعم الأسعار في حالة وجود فارق بين السعر المعروض في السوق مع وجود تدني في دخول الأفراد . (بيومي: 2019، ص25)

النُخب: هم قادة الرأي المؤثرون في المجتمع وفي آرائهم وفي تشكيل اتجاهات الجماهير تجاه القضايا المختلفة، ولهم مجموعة من السمات التأثيرية التي تُميزهم كالصفات الشخصية، والثقافة والاطلاع، والقدرة على الإقناع، والتعامل مع وسائل الاتصال المختلفة. (عساف ، عثمان: 2020، ص191)

الدراسات السابقة:

المحور الأول: عن معالجة الصحف والمواقع الالكترونية لقضايا الإصلاح الاقتصادي:

1. دراسة (Damstra , Boukes : 2021) :

بعنوان: "الاقتصاد والأخبار والجمهور: دراسة طولية لتأثير الأخبار الاقتصادية على التقييمات والتوقعات الاقتصادية"

هدفت الدراسة إلى: التعرف على كيفية تأثير حالة الاقتصاد سلبيًا على حجم التغطية الإخبارية الاقتصادية، والتعرف على التأثير الإيجابي للتغيرات الاقتصادية على الأخبار الاقتصادية، والتعرف على تأثير حجم الأخبار الاقتصادية على التصورات الاقتصادية بما يتجاوز تأثير النبذة والمؤشرات الاقتصادية في العالم الحقيقي، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي، ومن نتائج الدراسة توضيح رؤى مهمة حول الطريقة التي يستجيب بها الصحفيون للظروف الاقتصادية في العالم الحقيقي، وكيف تؤثر تقاريرهم الإخبارية بدورها على التصورات الاقتصادية للمواطنين، لا سيما فيما يتعلق بتوقعاتهم للمستقبل، وتوضح هذه النتائج ضرورة التمييز المفاهيمي والتجريبي بين الأحكام الاسترجاعية والمستقبلية للناس.

2. دراسة (Gao : 2020) :

بعنوان: "التمويل يموت في الظلام؟ تأثير إغلاق الصحف على المالية العامة"

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيف يؤثر إغلاق الصحف المحلية على نتائج المالية العامة للحكومات المحلية، وبعد إغلاق الصحف، تزداد تكاليف الاقتراض البلدية بمقدار 5 إلى 11 نقطة أساس؛ مما يكلف البلدية مبلغًا إضافيًا قدره 650 ألف دولار لكل إصدار، وهذا الأثر سببي ولا تحركه الظروف الاقتصادية الأساسية، ويرتبط فقدان الرصد الحكومي الناجم عن الإغلاق بارتفاع الأجور والعجز الحكومي، وزيادة احتمالات استرداد المبالغ مقدمًا المكلفة والمبيعات المتفاوض عليها وبشكل عام، وتشير نتائجها إلى أن الصحف المحلية تحاسب حكوماتها، مما يبقي

تكاليف الاقتراض البلدي منخفضة ويوفر في نهاية المطاف أموال دافعي الضرائب المحليين.

3. دراسة (منصور: 2020) :

بعنوان: " أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي "

هدفت الدراسة إلي: التعرف على اتجاهات المواقع الإلكترونية محل الدراسة نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي وطبيعة العلاقة بين حجم التعرض للصحف المصرية ودرجته، وانعكاسات ذلك على المزاج العام للجمهور المصري تجاه إجراءات الإصلاح الاقتصادي بشكل خاص والاقتصاد المصري بشكل عام، وتستخدم الدراسة أداة تحليل المضمون إضافة إلى أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من المواقع المصرية والأجنبية، وتستخدم الدراسة نظرية المزاج العام إلى جانب الأطر الإخبارية، ويتضح من نتائج الدراسة وجود علاقة دالة إحصائياً بين أنماط الملكية الخاصة بالمواقع الإخبارية محل الدراسة: (قومي- خاص- حزبي) واتجاه المعالجة المستخدم في المواقع الإخبارية محل الدراسة: (إيجابي- محايد- سلبي)، وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة دالة إحصائياً بين متابعة الأخبار الاقتصادية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي؛ حيث أثبتت النتائج أن ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض أكثر متابعة للأخبار الاقتصادية بالصحف، وأنها تساعدهم على تكوين وجهات نظر حول الموضوعات الاقتصادية، وأنها جعلتهم يفهمون أكثر إجراءات الإصلاح الاقتصادي من خلال الصحف أكثر من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط والمرتفع.

4. دراسة (سيد: 2020) :

بعنوان: " معالجة الصحافة المصرية الإلكترونية للشأن الاقتصادي "

هدفت الدراسة إلي: تقييم معالجة الصحافة المصرية الإلكترونية للشأن الاقتصادي، والوقوف على طبيعة وأنماط الصورة الصحفية المقدمة للأحداث الاقتصادية، والكشف عن أكثر أنواع فنون التحرير الصحفي استخداماً في الصحافة الإلكترونية وفي الصفحات الاقتصادية، والوقوف أيضاً على مدى مصاحبة المادة الإخبارية بمادة مصورة، وأتمتت الدراسة على أداة التحليل للمضمون؛ لتقييم معالجة الصحافة الإلكترونية للموضوعات الاقتصادية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن تقييم اتجاه المعالجة في إطار الصحف الإلكترونية عينة الدراسة كاتجاه إيجابي في المرتبة الأولى بنسبة 48,7% ، وجاء في المرتبة الثانية الاتجاه الموضوعي بنسبة 45,4% ، وفي المرتبة الأخيرة جاء الاتجاه السلبي بنسبة 5,9%.

5. دراسة (محمد: 2020)

بعنوان: "أطر معالجة المواقع العربية والدولية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر: دراسة تحليلية"

هدفت الدراسة إلى: رصد وتحليل أطر معالجة قضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر، والتحديات الاقتصادية المطروحة في المواقع الإلكترونية الدولية والعربية، واعتمدت على منهج المسح باستخدام أداة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى: تناولت مواقع الدراسة الإصلاح الاقتصادي في مصر من خلال عدة قضايا هامة، ومنها: (معالجة أزمة الديون - إصلاح مالي - معالجة ميزان المدفوعات - الحالة الاجتماعية في ظل ارتفاع الأسعار- تنمية الصادرات - روثنة صندوق النقد الدولي- فرض ضرائب جديدة - إصلاح الجهاز الإداري)، وجاءت قضية معالجة أزمة الديون في مصر بالمرتبة الأولى من اهتمامات مواقع الدراسة وخاصة موقع سكاى نيوز، حيث قدم رؤية إيجابية متفائلة حول استقرار الاقتصاد المصري من خلال نشر عدة أخبار عن تسديد مصر ديون خارجية وداخلية بفضل برنامج الإصلاح الاقتصادي.

6. دراسة (Damstra:2018) :

بعنوان: " الاقتصاد: كيف تغطي وسائل الإعلام الموضوعات الاقتصادية وما هي الآثار؟ مراجعة الأدب "

هدفت الدراسة إلى التركيز على العلاقة بين الاقتصاد الحقيقي والأخبار الاقتصادية، والآثار اللاحقة للأخبار الاقتصادية على التصورات الاقتصادية للناس، واستخدمت الدراسة المنهج النوعي والكمي، بالإضافة إلى ذلك تناقش الدراسة بناء الأخبار الاقتصادية والمالية، وتوصي بزيادة البحوث التي تتعلق بتطبيق نهج مختلط ودراسات المستوى الفردي، والتركيز بشكل خاص على وسائل الإعلام (الاجتماعية) الجديدة.

المحور الثاني: عن علاقة النُخب بوسائل الإعلام:

1. دراسة (درويش: 2019) :

بعنوان: "السلوك الإخباري النُخب المصرية في إطار تعددية المنصات الإخبارية"

تهدف الدراسة إلى: التعرف على طبيعة السلوك الإخباري للنُخب المصرية في التعامل مع الأخبار المتاحة عبر المنصات الإخبارية، ومدى تفاعلهم معها بما يجعلها مصدر رئيس لديهم، وتنتمي الدراسة إلى فئة البحوث الاستكشافية الوصفية، وقد اتبعت أسلوب المسح الميداني على عينة من النُخب المصرية، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت إلى أن أنماط استخدام النُخب لوسائل الإعلام التقليدية من صحف وقنوات تليفزيونية لها تأثير كبير بما تقمه

المنصات الإلكترونية من أخبار وبيانات، حيث اتجهت أغلب المنصات التقليدية إلى توظيف التطور التكنولوجي لشبكة الإنترنت من خلال إصدار مواقع إلكترونية وصفحات على شبكات التواصل الاجتماعي.

2. دراسة (Van Duyn:2019) :

بعنوان: "الأخبار الأولية والمزيفة: آثار خطاب النُخبة على تقييمات وسائل الإعلام الإخبارية"

هدفت الدراسة إلى: التعرف على كيفية تأثير خطاب النُخبة المحيط بالأخبار المزيفة على التصورات الفردية للأخبار الحقيقية من خلال التجربة، وتستكشف هذه الدراسة آثار خطاب النُخبة حول الأخبار المزيفة على تقييم الجمهور لوسائل الإعلام، وتظهر النتائج أن التعرض لخطاب النُخبة حول الأخبار المزيفة يؤدي إلى انخفاض مستويات الثقة في وسائل الإعلام وتحديد الأخبار الأقل دقة الحقيقية؛ لذلك قد تؤثر المناقشة المتكررة للأخبار المزيفة على ما إذا كان الأفراد يثقون في وسائل الإعلام والمعايير التي يقيمونها بها، وقد يدفع هذا الخطاب أيضاً إلى نشر معلومات كاذبة، لا سيما عندما تناقش النُخب الأخبار المزيفة دون سياق وحذر.

3. دراسة (SEVENANS:2018) :

بعنوان: "كيف تجذب وسائل الإعلام اهتمام النخب السياسية"

هدفت الدراسة إلى: التعرف على ما أظهرته البحوث السياسية لوضع جدول الأعمال وأن واضعي السياسات يستجيبون لأولويات وسائط الإعلام، غير أن الآليات التي تقف وراء هذا الأثر ظلت غير مدروسة حتى الآن، وعلى وجه الخصوص يواجه العلماء في وضع جدول الأعمال صعوبات في تحديد مدى رد فعل السياسيين على التغطية الإعلامية لمجرد المعلومات التي تحتوي عليها (تأثير المعلومات)، وإلى أي مدى لا يحرك التأثير ما تقوله وسائل الإعلام، بل الحقيقة أن بعض المعلومات موجودة في وسائل الإعلام (تأثير القناة الإعلامية)، والتي تفقد لمصلحتها الخاصة - على سبيل المثال، لأن التغطية الإعلامية تعتبر انعكاساً للرأي العام عن طريق تجربة مسح جزءاً لا يتجزأ مع البلجيكية، تختبر هذه الدراسة النُخب السياسية الكندية والإسرائيلية ($N = 410$)، ما إذا كانت مجرد تغطية قضية ما من قبل وسائل الإعلام الإخبارية تجعل السياسيين ينتبهون إلى هذه القضية، كما أنه يتضح أن جزءاً من المعلومات يحظى باهتمام أكبر من السياسيين عندما يأتي عبر وسائل الإعلام بدلاً من المعلومات المتطابقة الواردة عبر البريد الإلكتروني الشخصي، ويحدث هذا التأثير إلى حد كبير في جميع المجالات، فهو لا يعتمد على الخصائص السياسية الفردية.

4. دراسة (أحمد: 2018) :

بعنوان: "اتجاهات النُخبة الاعلامية المصرية نحو تغطية الفضائيات الإخبارية"

الأجنبية لقضايا العالم العربي دراسة ميدانية"

استهدفت هذه الدراسة رصد آراء واتجاهات النُخب الإعلامية المصرية (الأكاديمية / المهنية) نحو تغطية الفضائيات الإخبارية الأجنبية للقضايا العربية، وذلك من خلال التعرف على أبرز القضايا العربية التي تتناولها تلك الفضائيات الأجنبية التي تحرص النُخب على متابعتها، إضافة إلى الوقوف على اتجاه النُخب الإعلامية المصرية نحو تغطية الفضائيات الإخبارية لهذه القضايا، وتقييمهم للإسلوب المهني المُتبع في تغطية الفضائيات الأجنبية لها، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، واعتمدت على أداة الاستبانة، وقد توصلت الدراسة إلى أن 54 % من إجمالي النُخب الإعلامية المصرية عينة الدراسة يحرصون على متابعة القنوات الإخبارية الأجنبية بشكل مرتفع، وبالرغم من ذلك بلغت نسبة من يتعرضون بشكل متوسط 26,7 %، بينما أبدى 19,3 % من إجمالي مفردات النُخب الإعلامية المصرية أنهم يتعرضون لهذه القنوات بشكل منخفض، وقد جاءت قناة BBC في مقدمة القنوات الإخبارية الأجنبية التي حرصت النُخب عينة الدراسة على متابعتها، حيث جاءت على رأس هذه القنوات بوزن مؤوي 15,3 ، وتليها قناة CNN في الترتيب الثاني بوزن مؤوي 12,6.

5. دراسة (علاق: 2017) :

بعنوان: " نخبة أم نخب : قراءة في المفهوم ، الأدوار والإشكالية "

هدفت الدراسة إلى: التعرف على التطور الذي شهده مفهوم النُخب، كما أوضحت المدارس الفكرية المختلفة والأدوار التي تستند إليها النُخب داخل مجتمعاتها، والتعرف على أشكال النُخب وأنواعها، وتوصلت إلى أن أبرز أدوار النُخب تتمثل في صناعة الوعي والإسهام في صناعة الإنجاز والمحافظة على الإنجاز، وأوضحت العلاقة بين النُخب ووسائل الإعلام والاتصال الحديثة كضرورة للتواصل والتفاعل مع المجتمع بأطيافه المختلفة.

6. دراسة(التوام: 2016)

بعنوان: "مصادقية المواقع الإخبارية لدى النُخب الأكاديمية وعلاقتها بالتنافر المعرفي"

هدفت الدراسة إلى: التعرف على درجة ومعدل تصفح النُخب للمواقع الإخبارية، وتحديد المواقع الإخبارية التي تتابعها النُخب الأكاديمية ودرجة مصداقيتها، والكشف عن أولوية الوسائل الإعلامية لدى النُخب كمصدر للمعلومات، واستخدمت المنهج الوصفي، واعتمدت على أداة الاستبانة، وتوصلت إلى ضرورة الاهتمام بالموضوعية وعرض الأخبار بعيداً عن الأهواء الشخصية والاتجاهات الذاتية والمصالح المشتركة لمالكي المواقع الإخبارية، وتفعيل موانئ الشرف الإعلامي، وتدريب الصحفيين على كيفية ممارسة المهنة والالتزام بأخلاقياتها، وتقبل الأفكار والآراء التي تتعارض مع معتقداتهم وتوجهاتهم.

7. دراسة (عبد المجيد: 2016)

بعنوان: "تقييم النُخبة لدور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية"

هدفت الدراسة إلى معرفة تقييم النُخبة العراقية لدور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي على عينة عمدية من 300 مفردة موزعة بالتساوي على فئات النُخبة العراقية الثالث: السياسية، والأكاديمية، والإعلامية، واعتمدت على أداة الاستبيان، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن القنوات الفضائية تحظى بالأولوية في متابعة النُخبة، وأن وسائل الإعلام العراقية تنشر بعض المواضيع التي تثير الصراع الطائفي، في حين أنها تولي اهتمامًا منخفضًا للقضايا المرتبطة بمواجهة الطائفية أو الحد من انتشارها، وأن دورها كان ضعيفًا في التأثير على آراء الجمهور فيما يتعلق بوقف الصراع الطائفي، واستخدمت وسائل الإعلام العراقية خطابًا إعلاميًا موجبًا للصراع الطائفي، والعرفي، كما افتقرت للغة الخطاب الوطني الموحد، ويغلب على رسائلها الإعلامية استخدام لغة التحريض الطائفي، وأشارت النتائج إلى وجود اختلافات في تقييم فئات النُخبة من السياسيين، والأكاديميين، والإعلاميين لاستخدام اللغة الطائفية في وسائل الإعلام العراقية، إذ أن السياسيين يستخدمون اللغة الطائفية بمستوى أقل مقارنة مع الأكاديميين، والإعلاميين.

8. دراسة (Magin: 2015)

بعنوان: "ظلال الوساطة: مكونات المنطق الإعلامي في صحف النُخبة الألمانية والنمساوية (1949-2009)"

هدفت الدراسة إلى التوسط في تغطية الحملة الانتخابية لصحف النُخبة الألمانية والنمساوية من عام 1949 إلى عام 2009. ومن منظور مشترك بين الوطنين على مدى ستين عامًا، فإنها مناسبة تمامًا لدراسة التطور الطويل الأجل للتوسط، وهو يركز على منطق وسائل الإعلام الإخبارية ومكوناتها التي لم يتم التحقيق فيها بشكل مرض من خلال البحوث التجريبية حتى الآن، وتوصلت الدراسة إلى أنه تعتبر الدراسة تحليل ثانوي، ولهذا السبب فإن بعض المؤشرات ليست مصممة حقًا لتلبية احتياجات التحقيق في التوسط، وعلاوة على ذلك لا يمكن لسبعة مؤشرات أن تصور منطق وسائط الإعلام برمته، ومع ذلك أصبحت التحليلات الثانوية ذات أهمية متزايدة في العلوم الاجتماعية في الوقت نفسه، ويمكن أن تكون مثمرة للغاية عندما تطبق بعناية على قضية لم تكن المتوخاة أصلاً من قبل أولئك الذين جمعوا البيانات.

9. دراسة (سليم: 2014)

بعنوان: "اتجاهات النُخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمات العربية"

هدفت الدراسة إلى تقييم المخرجات الإعلامية من خلال قياس اتجاهات النُخبة الألمانية نحو الآليات التي توظفها القنوات الإخبارية في إدارتها للأزمات

والصراعات، واعتمدت الدراسة على المنهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، ودلت على وجود فروق بين المجموعات البحثية الثلاث للنخبة الألمانية (الأكاديميون والسياسيون والإعلاميون) من حيث تقييمهم لمدى مصداقية القنوات الأجنبية في إدارتها للأزمات العربية، فضلاً عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما بين المجموعات البحثية الثلاث نحو تقييمهم لمدى تأثير القنوات الإخبارية الخمس محل الدراسة في التأثير على الرأي العام العالمي.

10. دراسة (javis:2012) :

بعنوان: " تأثير النخب السياسية في مكافحة الإرهاب على المواطنة في المملكة المتحدة، دراسات سياسية "

هدفت الدراسة إلى عرض وجهة نظر عينة من النخبة البريطانية لمدى تأثير التغطيات الإعلامية المختلفة للأحداث الإرهابية على مفهوم المواطنة والصورة الذهنية المرتبطة ببعض الجنسيات التي تعيش بالفعل بالمملكة المتحدة، وفي هذا الصدد توصلت الدراسة إلى رؤية هذه النخبة إلى أن هذه التغطيات والمعالجات الإعلامية المتنوعة للأحداث الإرهابية المختلفة قد قلصت بشكل مباشر من العديد من الجنسيات والعرقية المختلفة ومنهم المسلمين، وأثرت بالفعل على صورتهم الذهنية بشكل سيئ.

11. دراسة (Örnebring :2012):

بعنوان: " المحسوبية والنخب ووسائل الإعلام في أوروبا الوسطى والشرقية "

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام وسائل الإعلام أدوات اتصال من النخبة إلى النخبة، وكذلك أدوات اتصال بين النخبة والجمهور، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي، واعتمدت على أداة المقابلة، وتوصلت الدراسة إلى أنه يوجد علاقة ترابطية بين النخب والإعلام، كما يتم دمج وسائل الإعلام بشكل واضح في النظام العميل كأداة أو مورد يستخدم لتلبية احتياجات الاتصالات من النخبة إلى النخب للشبكات العميلة.

تعقيب عام على الدراسات السابقة:

من خلال ما سبق عرضه من دراسات يمكن استخلاص المؤشرات التالية:

- تعدد وتنوع الدراسات العربية والأجنبية التي اهتمت برصد تأثير الإعلام الاقتصادي على الأداء الاقتصادي ورفع مستوى الوعي الاقتصادي .
- انتهت الدراسات السابقة إلى أن هناك توجهًا إيجابيًا وقناعة بأن للنخب تأثيرًا كبيرًا في تحسين الأداء الاقتصادي.

- من خلال متابعة نقاط الضعف في الممارسات الاقتصادية، وتحليل نتائج معالجة المشكلات الاقتصادية التي تواجه الاقتصاد اتضح أن للنخب تأثيراً فعالاً في تحريك الرأي العام اتجاه بعض قضايا الإصلاح الاقتصادي.
- كما اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدام المنهج الوصفي الذي يتلائم مع طبيعة الدراسة، كما أنها تساعد في توضيح الخطوط العريضة التي يجب أن نبني عليها أداة الدراسة، ومن خلال الدراسات السابقة تم التأكيد على أن أداة الاستبيان هي أكثر أداة تتماشى مع الدراسة الحالية.
- اختلفت الدراسة عن الدراسات السابقة في تناولها لمعالجة المواقع الإلكترونية لبرامج الإصلاح الاقتصادي من خلال التعرف على آراء النخب المصرية الأكاديمية والاقتصادية.

الإطار المعرفي:

تعد الثورة المذهلة في عالم التقنية الرقمية وما أقرته من تطورات في وسائل الإعلام الجديد أدت إلى تحوله من حقل للمعلومات يتيح حرية التعبير عن الرأي إلى وسيلة للتفاعل والتواصل والمشاركة في فضح الفساد وغياب دور حارس البوابة هذه الثورة التقنية لم تأذن فقط بولوج العالم إلى عصر المشاركة وقرب نهاية الرقابة والتحكم بالمعلومات، ولكنها أذنت أيضاً بثورة من نوع آخر ثورة سياسة ضد كافة أشكال التحكم والتسلط والاستبداد والفساد، حيث إن المشاركة هي مفهوم يعكس بعض أبعاد التمرد ورفض كثير من الأوضاع القائمة، التي تستند إلى مبدأ التسلط في كثير من جوانب الحياة ابتداءً من التنظيم العائلي في كثير من المجتمعات إلى علاقات العمل في المجال الاقتصادي إلى البعد الإنساني في النظم السياسية التسلطية وغير ذلك من الأوضاع التي تركز سلطة اتخاذ القرارات المؤثرة في حياة ومصير الآخرين في أيدي فئة محددة من الأشخاص. (محمد: 2017، ص29)

كما تؤثر وسائل الإعلام في تكوين الرأي في العصر الحديث باعتبار أن الخبر مادتها الرئيسية إلى جانب المعلومات، والآراء، والأفكار التي تساعد المجتمع على تكوين الرأي في المشكلات التي تخص حياتهم السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، وأشارت الدراسات التقليدية التي قام بها بول لازار سفيلد وغيره لاكتشاف آثار وسائل الإعلام على الرأي العام، حيث وجد أن السياسة تتأثر بوسائل الإعلام بطرق يصعب ملاحظتها أحياناً، فما تقدمه وسائل الإعلام للمجتمع هو عبارة عن رسائل إعلامية موجهة للأفراد، يتم من خلالها شرح السياسات مما يجعل أفراد المجتمع يتبنون مواقف معينة، يمكن أن تؤثر بالسلب أو الإيجاب على السياسة. (وزير: 2019، 285)

دور الإعلام في التنمية الاقتصادية:

تؤدي وسائل الإعلام دورًا إيجابيًا في المعاونة على تحقيق خطط وأهداف التنمية باعتبارها جزءًا مهمًا من التطور الوطني، وارتباطها الوثيق بالنظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي في المجتمع الذي تعمل في إطاره، حيث قد يصبح نجاح خطط التنمية المستدامة مرهونًا بالمشاركة الإيجابية للقوى المنتجة من خلال الإعلام ودوره في التوعية والتربية والتنقيف والوعي البيئي، مما يتطلب أيضًا إعداد سياسات إعلامية وطنية تحدد الأولويات، ورسم الوسائل لبلوغ الأهداف المرجوة، انطلاقًا من القاعدة العلمية التي تؤكد أن الإعلام لا ينتج التنمية بل يمهد الطريق إليها، وأن الإعلام الرديء قد يعطل مسيرة التنمية في مراحلها كافة (الحربي: 2016، ص16)

كما للإعلام دور في الأمن الاقتصادي حيث إنه عامل أساسي في تطور وازدهار النظم الاقتصادية ومن ثم تطور الدولة والمجتمع، فمن خلال الإعلام الأمني يمكن توجيه رسائل التوعية الاقتصادية الضرورية التي تعمل على مكافحة جرائم ومخالفات الاحتيال، وأساليب الغش والنزوير المختلفة، وكذلك عواقب التهرب الضريبي والرسوم المالية الأخرى وجرائم التهريب للبضائع والأفراد عبر الحدود، وغيرها من الجرائم التي تهز أركان الاقتصاد وبنائه وبالتالي ما يمكن أن ينعكس على حياة الأفراد وما يمكن أن يفرزه من تخلف الدولة عن القدرة على تقديم الخدمات لمواطنيها. (عبد الظاهر: 2013، ص13)

للإعلام أدوار كثيرة في التنمية الاقتصادية، وتشمل على ما يلي: (الخياط: 2016، صص12-13)

- التعريف بالمنجزات الاقتصادية كإنشاء المدن الاقتصادية، واعتماد المشاريع التنموية الضخمة، وغيرها.
 - التعريف بالقضايا والتحديات الاقتصادية كارتفاع أو انخفاض أسعار النفط، والبطالة، الكوارث الطبيعية، ووجود أنظمة ولوائح معقدة وغير واضحة.
 - التعريف بالفرص الاستثمارية، وسبل جلب رؤس الأموال لاستثمارها بالداخل.
 - تقديم معلومات للمجتمع بأوجه الفساد في القطاع الاقتصادي.
 - التغطية الإعلامية الموسعة للموارد المالية للبلد، مثل: النفط، والصناعة، والزراعة، السياحة، وغيرها، مع تقديم الشرح الوافي المبسط للجماهير.
 - متابعة التطورات الاقتصادية داخل البلاد وخارجها؛ لتعريف المجتمع بها.
- التحديات التي تواجه الاقتصاد المصري:**

يمكن تحديد أهم التحديات فيما يلي: (خضر، مندور: 2020، صص27-28)

- الحاجة إلى زيادة قاعدة الإنتاج المصرية وتنويعها.
- تخفيض معدلات البطالة.
- استقطاب المزيد من رؤوس الأموال المحلية والأجنبية.

- إصدار تشريعات مساندة لاقتصاد السوق.
 - فتح المزيد من الأسواق الخارجية أمام الصادرات المصرية.
 - تطوير الإدارة الحكومية.
 - النمو الاحتوائي والمستدام.
 - تخفيض عجز الموازنة.
 - ضرورة ربط التعليم بسوق العمل والقضاء على البطالة المقدمة والمرتبطة بالرغبة الدائمة في الاستقرار الوظيفي، والتي يحققها العمل الحكومي مما أسفر عن تكديس الموظفين في القطاع الحكومي.
 - هجرة العقول والكفاءات المصرية إلى الخارج بحثاً عن فرص أفضل.
- ومن هنا تأتي عملية تكوين الرأي العام للجماهير لجهود النُخبة المثقفة التي تجعل الجماهير يتفاعلون ويندمجون مع التغيرات التي تسعى إليها البلاد، وبالنظر إلى الواقع وما يشهده من تحولات على الاقتصاد، لا بد من جعل الجماهير تستعد معرفياً لتدرك أهداف التحولات الاقتصادية، ومن هنا يأتي دور النُخب في توضيح ودعم التحولات الاقتصادية وفقاً للمصلحة العامة للبلاد، كما يقوم النُخبة بتشجيع المواطنين للمطالبة بتحقيق الرخاء الاقتصادي وتحسين الخدمات المقدمة من خلال الإبداء بأرائهم في مشروعات الإصلاح الاقتصادي المصري.

مبررات وجود النُخبة:

يمكن تحديد أهم مبررات وجود النُخبة في أمرين أساسيين، وهما: (حسين ، هرمز : 2015، ص96)

- أن سلم النُخبة لا يمكن أن يرتقيه أي فرد المجتمع بدون أن يتمتع بما لدى النُخبة من مؤهلات، سواء كانت تلك المؤهلات علمية أو إمكانات سياسية وقيادته، أو أنها النُخب مهنية كالنُخبة العسكرية، بمعنى أن ما جعل النُخب السابقة متميزة بقدراتها، هو الذي فرضها بما تمتعت به من إمكانات.
- إن انقسام المجتمع إلى مجموعة من المجالات الحياتية المجسدة للنشاط البشري اقتصادياً، وثقافياً، واجتماعياً، وسياسياً، وغيرها من المجالات، فإن من المسلم به وجود نُخبة مؤهلة بأفضل العناصر التي تمكنها من صياغة التفاعلات المتعلقة في إطار هذه المجالات، وبغض النظر عن سلبية أو إيجابية هذه النُخبة في تحقيق أهداف الحكومة، فإن جماهير هذه الفئة من المجتمع ككل في المجالات المختلفة سواء كانت اقتصادية، أو اجتماعية، أو سياسية، أو غيرها.

دور النُخبة في المجتمع:

يمكن تحديد دور النُخبة في الوسط الاجتماعي على النحو الآتي: (الصانغ : 2011، صص32-33)

- **صناعة الوعي:** أن الدور الذي يقع على عاتق النُخبة في مجتمعها، هو خلق

الوعي وتعميم المعرفة في الوسط الاجتماعي؛ لأنه لا يمكن للمجتمع أن يمارس دوره ويقوم بواجباته ويتجاوز عقباته ويتغلب على مشاكله إلا بالوعي.

- **المساهمة في صناعة الإنجاز:** مهما يكن دور النُخب وفعاليتها وإمكاناتها، فإنها ليست بديلاً عن المجتمع وحركته، ويخطئ من يعتقد أن النُخب بوعيها وأنشطتها المتواصلة، تشكل بديلاً مستمراً عن حركة المجتمع، وإنما دور النُخب بالدرجة الأولى يتجسد في صناعة الرأي وتوضيح سبل التقدم، والمساهمة في خلق العوامل الذاتية والموضوعية لانطلاقة المجتمع ومباشرة دوره الحضاري.

- **المحافظة على الإنجاز:** إن النُخب الجادة في تطوير مجتمعتها، وسد ثغراته، وإنهاء نقاط ضعفه، هي تلك النُخب التي لا تكتفي بالمساهمة الجادة في صنع الإنجاز الإنساني والحضاري.

علاقة النُخب بوسائل الإعلام:

تعد علاقة النُخب بوسائل الإعلام علاقة أصلية متفاعلة، إذ تحدد بعض أنواع النخب أجندة وسائل الاتصال كما تستعين وسائل الاتصال بهذه النُخب في اكساب رسائلها الاتصالية مستوي من المصدقية، والتأثير وفي الوقت ذاته تقوم بمعالجة الرسائل الاتصالية التي تم بثها عبر وسائل الإعلام عبر مناظير نقدية لتقوم بإعادة بثها على الجماهير الخاضعة تحت سيطرتها بما يعزز من تأثير الرسالة الإعلامية، كما تتمحور علاقة النُخب بوسائل الإعلام في أمرين: الأول: طبيعة الاستخدام وعادات التعرض والتفاعل مع وسائل الإعلام حيث إن وسائل الإعلام تقوم بتفعيل وظيفة نشر الوعي العام بقضايا المجتمع، والثاني: تقييم الأداء: فعادات التعرض والاستخدام تتأثر بمستوي تحقق اشباع تعرض النُخب لهذه الوسائل من جهة ومستوي تفاعلهم معها من جهة أخرى، وبالتالي فإن الرؤية التقويمية من جانب النُخب لأداء وسائل الإعلام يؤدي بالضرورة الي أن نضع أيدينا علي جوانب الخلل الوظيفي في مجال الاتصال ويوضح مستويات هذا الخلل الوظيفي وموضحة بما يسمح للمخططين الإعلاميين بوضع الخطط والاستراتيجيات الكفيلة بتقريب وجهات النظر وتحقيق التكامل الاتصالي المرجو من الوسائل الإعلامية (السيد: 2019، ص8)

الإطار النظري:

نظرية " مدخل قياس فاعلية الأداء ":

مؤشر الفاعلية: هو أحد المؤشرات التي تحدد درجة تحقيق الأهداف التي تسعى المنظمة للوصول إليها، ولقد عرفت فاعلية المنظمة بأنها: قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها، وكذلك تحدد الفاعلية بأنها: قدرة المنظمة على خلق درجة عالية من التلاؤم

بين تركيبها الإداري والبيئة، وانطلاقاً من المفهوم الواسع للفاعلية التنظيمية بمختلف صورها الاقتصادية، والاجتماعية، والتنظيمية المرتبطة بالمدخلات والمعالجة من خلال الوظائف المنوطة بالمؤسسة والمخرجات، ويمكن الإشارة إلي مجموعة من النسب التي تقدم لنا صور الفاعلية التنظيمية. (كساب: 2020، ص205)

وتعتبر مؤشرات قياس الأداء الأساسية هي وسائل لقياس الأداء أو التقدم تجاه تحقيق الأهداف العلمية للمنظمة أو الوحدة ، وذلك حينما ترتبط هذه المقاييس باستراتيجية وعوامل مفهومة، فإن هذه المؤشرات تساعد المنظمة أو أي وحدة فيها أو حتى عملاءها الخارجيين (المستثمرون - والموردون - والمجتمع) على تفهم أهداف المنظمة وكيفية تحقيقها بشكل جيد، كما يسمح قياس الأداء للمنظمة بتحديد طريقة عملية لتوصيف ما يعتبر أداء مناسباً، وما هو ليس كذلك، وباستعمال هذا التعريف المحدد للنجاح يستطيع المديرون مكافأة موظفيهم والتعلم من الممارسات الجيدة في منظمة الأعمال. (تبوك: 2016 ، ص218)

اختيار مؤشرات قياس الأداء:

هناك سبعة عناصر ضرورية يجب توافرها في مؤشر القياس، وهي: (حمدي: 2021 ، ص575)

- 1- أن يكون المقياس ذا معنى ويحقق الأهداف التي تسعى المنظمة للوصول إليها.
- 2- ارتباط المقياس بالعمليات التي تقوم بها المنظمة.
- 3- تجنب الإفراط في استخدام المقاييس
- 4- توفير مؤشرات تتعلق بالمستقبل؛ لتحديد النتائج السلبية التي يمكن أن تحدث فيما بعد.
- 5- تحديد الممارسات الإدارية الفعالة.
- 6- توفير البيانات الفنية الحقيقية.
- 7- تخفيض حجم البيانات التي يتم جمعها.

أهداف النظرية:

الإطار الميداني:

منهج الدراسة: تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي، حيث يعتبر جهداً علمياً منظماً؛ للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن ظاهرة معينة، وذلك من خلال بيانات كمية يتم الحصول عليها من إجابة مجموعة من التساؤلات، ويتم الحصول عليها من خلال استمارة الاستبيان.

مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في مجموعة من النُخب الاكاديمية والنُخب المهنية.

عينة الدراسة: نتيجة لضخامة مجتمع الدراسة تم اختيار عينة عشوائية بواقع (300) مفردة من النُخب المصرية.

أدوات الدراسة: اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

إجراءات استمارة الاستبيان: قامت الباحثة بتصميم الاستبيان الذي يحتوي على مجموعة من الأسئلة التي تتناول المتغيرات الخاصة بالدراسة، حيث قامت الباحثة بمراعاة الشروط العلمية والخاصة بتقييم الاستبيان والصياغة الدقيقة للأسئلة، واشتملت الاستمارة على عدة محاور متعلقة بأهداف وتساؤلات الدراسة الميدانية.

حدود الدراسة : تمثلت حدود الدراسة فيما يلي :

1- **الحدود الزمنية:** تم تطبيق الدراسة الميدانية خلال الفترة الزمنية من بداية مارس وحتى نهاية أبريل لعام 2021.

2- **الحدود المكانية:** تم تطبيق استمارة الاستبيان على عينة عمدية من النُخب المصرية بكل من محافظتي (دمياط، وبورسعيد)

3- **الحدود الموضوعية:** تم تحديد موضوع الدراسة في ضرورة التعرف على مدى اهتمام النُخب المصرية بتتبع المواقع الإلكترونية التي تعالج قضايا الإصلاح الاقتصادي.

صدق وثبات الاستبيان:

الصدق الظاهري (صدق المحكمين):

تم التحقق من الصدق الظاهري للاستمارة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين في المجالات التي ترتبط بموضوع الدراسة في مجال الإعلام وفي مجال الاقتصاد، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لما ذكره من ملاحظات.

صدق مقياس الاستبيان من خلال:

1- **الاتساق الداخلي:** يُقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاسبيان مع المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد قامت الباحثة بحساب الاتساق الداخلي للاستبيان من خلال حساب معامل الارتباط، والدرجة الكلية للمجال نفسه، والذي يوضح أن معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى معنوية 0,001، وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

2- **الصدق البنائي:** الذي يقيس مدى تحقيق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويوضح مدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية

لفقرات الاستبيان، والذي أوضح أن جميع معاملات الارتباط في جميع مجالات الاستبيان دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,001 ، وبذلك تعتبر جميع مجالات الاستبيان صادقة لما وضعت لقياسه.

ثبات التحليل: للتأكيد من ثبات الاستمارة فقد قامت الباحثة بحساب ثبات الاستبانة ومحاورها بطريقة معامل "ألفا كرونباخ" على عينة قوامها (30 مفردة) بواقع 10% من حجم العينة الأصلي، حيث بلغت قيمة معامل الثبات للمقياس (0,964)، وتدل هذه النسبة على ثبات التحليل بدرجة عالية، وتؤكد على مدى صلاحية المقياس للتحليل ودقته.

أولاً: الصدق

جدول (1) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور والدرجة الكلية للاستبانة

معامل الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبانة	معامل الارتباط مع الدرجة الكلية للمحور	العبارات
المحور الأول: مدى اهتمام المواقع الإلكترونية بمعالجة برامج الإصلاح الاقتصادي:		
0,886**	0,889**	1. القرارات الوزارية الجديدة في مصر من شأنها أن تحقق الإصلاح الاقتصادي.
0,917**	0,912**	2. إزالة معظم الحواجز الجمركية تهيئ الوضع لجذب الاستثمار إلى مصر.
0,689**	0,740**	3. رفع القيود المفروضة على الأسعار تعود بالنفع على المواطنين.
0,766**	0,774**	4. تحقق برامج الإصلاح الاقتصادي قدر عالٍ في رفع مستوى المعيشة.
0,483*	0,454*	5. تخفيض الدعم للسلع والخدمات تؤدي إلى وصول الدعم للفئات المحتاجة.
0,731**	0,808**	6. تشجع برامج الإصلاح الاقتصادي الاستثمار في جميع القطاعات.
0,781**	0,837**	7. تشجع برامج الإصلاح الاقتصادي المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر.
0,612**	0,759**	8. تحقق برامج الإصلاح الاقتصادي العدالة الاجتماعية.
0,713**	0,837**	9. ما حققته برامج الإصلاح الاقتصادي في ضبط الأسواق.
0,601**	0,763**	10. الأداء الاقتصادي للحكومة جيد ومخطط له.
0,593**	0,682**	11. إجراءات الإصلاح الاقتصادي يشعر بها الفقراء على المدى القريب.
0,727**	0,832**	12. المواقع الإلكترونية تقدم توضيح للشعب بمرود الإصلاح الاقتصادي الحالي بشكل كافي.
0,910**	0,837**	13. إجراءات الإصلاح الاقتصادي انعكست بالسلب على محدود الدخل.
المحور الثاني: مقياس اتجاه النخبة المصرية نحو موضوعات الإصلاح الاقتصادي المصري التي تتناولها المواقع الإلكترونية		
0,930**	0,877**	14. أكاديميون
0,645**	0,882**	15. مهنيون
المحور الثالث: تقييم النخبة المصرية لمدى التزام المواقع الإلكترونية بالأسلوب المهني في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي		
0,689**	0,676**	16. الخلط بين مضمون الخبر والرأي الخاص.
0,715**	0,809**	17. الالتزام بالموضوعية في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي.
0,824**	0,844**	18. تحرص على الدقة في عرض المعلومات.
0,443*	0,411*	19. تجاهلت أصوات وآراء الشعب في الإصلاح الاقتصادي.
0,597**	0,635**	20. تعرض كافة وجهات النظر المرتبطة بموضوعات الإصلاح الاقتصادي.
0,937**	0,887**	21. تستخدم أسلوب المبالغة والتضخيم في معالجة موضوعات الإصلاح الاقتصادي.
0,580**	0,675**	22. تراعي التوازن في تغطية جوانب الموضوعات الاقتصادية.
المحور الرابع: مقياس تقييم النخبة الاتجاه العام في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي:		
0,945**	0,871**	23. أكاديميون

معامل الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبانة	معامل الارتباط مع الدرجة الكلية للمحور	العبارات	
..600**	..851**	مهنيون	24
المحور الخامس: الفروق في اتجاه النخبة المصرية نحو التغطية تبعاً لمدى اهتمام النخبة بمتابعة موضوعات الإصلاح الاقتصادي من خلال المواقع الإلكترونية:			
..940**	..851**	أكاديميون	25
..577**	..846**	مهنيون	26
المحور السادس: الفروق في اتجاه النخبة المصرية نحو التغطية تبعاً لمستوى المصادقية:			
..855**	..828**	أكاديميون	27
..518**	..832**	مهنيون	28

جدول (2) يوضح معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للاستبانة.

معامل الارتباط للدرجة الكلية للمحور مع الدرجة الكلية للاستبانة	المحاور
..921**	المحور الأول: مدى اهتمام المواقع الإلكترونية بمعالجة برامج الإصلاح الاقتصادي:
..894**	المحور الثاني: مقياس اتجاه النخبة المصرية نحو موضوعات الإصلاح الاقتصادي المصري التي تتناولها المواقع الإلكترونية:
..925**	المحور الثالث: تقييم النخبة المصرية لمدى التزام المواقع الإلكترونية بالأسلوب المهني في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي:
..903**	المحور الرابع: مقياس تقييم النخبة الاتجاه العام في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي:
..896**	المحور الخامس: الفروق في اتجاه النخبة المصرية نحو التغطية تبعاً لمدى اهتمام النخبة بمتابعة موضوعات الإصلاح الاقتصادي من خلال المواقع الإلكترونية:
..826**	المحور السادس: الفروق في اتجاه النخبة المصرية نحو التغطية تبعاً لمستوى المصادقية:

ثانياً: الثبات

جدول (3): يوضح معاملات الثبات

معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات	المحاور
..941	13	المحور الأول: مدى اهتمام المواقع الإلكترونية بمعالجة برامج الإصلاح الاقتصادي.
..708	2	المحور الثاني: مقياس اتجاه النخبة المصرية نحو موضوعات الإصلاح الاقتصادي المصري التي تتناولها المواقع الإلكترونية:
..797	7	المحور الثالث: تقييم النخبة المصرية لمدى التزام المواقع الإلكترونية بالأسلوب المهني في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي:
..651	2	المحور الرابع: مقياس تقييم النخبة اتجاه العام في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي:
..611	2	المحور الخامس: الفروق في اتجاه النخبة المصرية نحو التغطية تبعاً لمدى اهتمام النخبة بمتابعة موضوعات الإصلاح الاقتصادي من خلال المواقع الإلكترونية:
..549	2	المحور السادس: الفروق في اتجاه النخبة المصرية نحو التغطية تبعاً لمستوى المصادقية:
..964	28	الاستبانة ككل

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " SPSS " ، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين المتغيرات.
- اختبار كا2 (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية.
- اختبار (T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية.

جدول (4) يوضح توصيف عينة الدراسة

المتغير	المجموعات	ك	%
النوع	ذكور	189	63%
	إناث	111	37%
الإجمالي :			
المستوى التعليمي	جامعي	95	31.66%
	فوق جامعي	205	68.33%
الإجمالي :			
طبيعة النخبة	أكاديمي	168	56%
	مهني	132	44%
الإجمالي :			
الفئة العمرية	من 30 إلى أقل من 45	21	7%
	من 45 إلى أقل من 55	130	43.33%
	من 55 فما فوق	149	49.66%
الإجمالي :			
		300	100%

- **من حيث النوع:** ترتفع نسبة المهتمين من الذكور محل الدراسة الذين يتابعون موضوعات الإصلاح الاقتصادي حيث إن 63% من العينة يتابع المواقع الإلكترونية التي تغطي موضوعات الإصلاح الاقتصادي، بينما الإناث بنسبة (37%)؛ ويرجع ذلك لكثرة الأعباء التي تقع على عاتق المرأة، مما يجعلها غير متابعة لموضوعات الإصلاح الاقتصادي على المواقع الإلكترونية مقارنة بتفرغ الذكور أكثر من الإناث لتحليل الوضع الاقتصادي ومتابعة التغطيات بشكل أدق.
- **من حيث المستوى التعليمي:** هناك ارتفاع في المستوى التعليمي للعينة، حيث أن (68.33%) من العينة حاصلين على تعليم فوق جامعي.
- **من حيث طبيعة النخبة:** يتضح ارتفاع نسبة النخبة الأكاديمية بنسبة تصل (56%)، وهذا يختلف مع نتائج العينة، حيث اتضح أن العدد الأكبر في الدراسة هم الأكاديميون، ولكن نسبة الاهتمام الأعلى لمتابعة تغطية المواقع الإلكترونية لبرامج الإصلاح الاقتصادي كانت للمهنيين.

- من حيث الفئة العمرية: أغلب العينة في الفئة العمرية من 55 فما فوق حيث بلغت نسبة (49.66%)، كما تقل العينة في الفئة العمرية من 30 إلى أقل من 45 عامًا، حيث بلغت النسبة (7%).

جدول (5) يوضح المدة الزمنية المستغرقة في تصفح النخبة المصرية للمواقع الإلكترونية:

الاتجاه النخبة		أكاديميون		مهنيون		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
20	11.90%	12	9.090%	32	10.66%	أقل من ساعة	
50	29.76%	12	9.090%	62	20.66%	من ساعة لأقل من ساعتين	
79	47.02%	10	7.57%	89	29.66%	من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات	
19	11.30%	98	74.24%	117	39%	أكثر من ثلاث ساعات	
168	100%	132	100%	300	100%	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق ارتفاع المدة الزمنية المستغرقة في تصفح النخبة المصرية للمواقع الإلكترونية حيث حصلت أكثر من ثلاث ساعات على الترتيب الأول بنسبة (39%)، ثم يليها في الترتيب الثاني من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات بنسبة (29,66%)، كما اختلفت المدة الزمنية بالنسبة للنخب من حيث التخصص، حيث حصل المهنيون على الترتيب الأول في المدة الزمنية أكثر من ثلاث ساعات بنسبة (74,24%)، ويليهم الأكاديميون في المدة الزمنية من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات بنسبة (47,02%).

جدول (6) يوضح معدل مرات تصفح النخبة المصرية

الاتجاه النخبة		أكاديميون		مهنيون		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
17	10.11%	89	67.42%	106	35.33%	يوميًا	
98	58.33%	12	9.090%	110	36.66%	مرة واحدة أسبوعياً	
53	31.54%	31	23.48%	84	28%	من مرتين إلى ثلاث مرات في الأسبوع	
168	100%	132	100%	300	100%	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق معدل مرات تصفح النخبة المصرية في المتابعة مرة واحدة أسبوعياً بنسبة (36,66%)، ويأتي اهتمام الأكاديميين بتصفح المواقع الإلكترونية مرة واحدة أسبوعياً بنسبة (58,33%)، بينما اهتم المهنيون بمتابعة المواقع الإلكترونية بشكل يومي بنسبة (67,42%)، ومن خلال الجدول (11) والجدول (12) يتضح أن اهتمام النخب المهنية هي الأكثر متابعة لموضوعات الإصلاح الاقتصادي على المواقع الإلكترونية؛ وذلك لتأثيرها على الوضع المادي والأنشطة الاقتصادية، مما زاد من اهتمامهم بمتابعة الوضع الاقتصادي.

المحور الأول: مدي اهتمام المواقع الإلكترونية بمعالجة برامج الإصلاح الاقتصادي:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والوزن المرجح لتحديد اتجاه الاستجابات لعبارات المحور الأول كما هو موضح كالتالي :

جدول (7) يوضح مدى اهتمام المواقع الإلكترونية بمعالجة برامج الإصلاح الاقتصادي:

الرقم	الوزن المرجح	متوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
6	78.8	2.36	16.66%	50	30%	90	53.33%	160	القرارات الوزارية الجديدة في مصر من شأنها أن تحقق الإصلاح الاقتصادي.
5	79.77	2.39	23.66%	71	13.33%	40	63%	189	إزالة معظم الحواجز الجمركية تهيئ الوضع لجذب الاستثمار إلى مصر.
12	56.88	1.70	51.33%	154	26.66%	80	22%	66	رفع القيود المفروضة على الأسعار تعود بالنفع على المواطنين.
8	71.33	2.14	15.33%	46	55.33%	166	29.33%	88	تحقق برامج الإصلاح الاقتصادي قدر عالٍ في رفع مستوى المعيشة.
9	65.77	1.97	21.33%	64	60%	180	18.66%	56	تخفيض الدعم للسلع والخدمات يؤدي إلى وصول الدعم للفئات المحتاجة.
1	88.66	2.66	2.66%	8	28.66%	86	68.66%	206	تشجع برامج الإصلاح الاقتصادي والاستثمار في جميع القطاعات.
2	84.33	2.53	13%	39	21%	63	66%	198	تشجع برامج الإصلاح الاقتصادي من خلال دعم المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر.
11	57.77	1.73	55%	165	16.66%	50	28.33%	85	تحقق برامج الإصلاح الاقتصادي العدالة الاجتماعية.
10	62.22	1.86	26.66%	80	60%	180	13.33%	40	ما حققته برامج الإصلاح الاقتصادي في عملية ضبط الأسواق.
3	84.22	2.52	10.66%	32	26%	78	63.33%	190	الأداء الاقتصادي للحكومة جيد ومخطط له.
13	50.55	1.51	68.33%	205	11.66%	35	20%	60	إجراءات الإصلاح الاقتصادي يشعر بها الفقراء على المدى قريب.

4	80.88	2.42	%12	36	33.33%	100	54.66%	164	المواقع الإلكترونية تقدم توضيح للشعب بمرود الإصلاح الاقتصادي الحالي بشكل كافي.
7	74	2.22	%24.66	74	28.66%	86	46.66%	140	إجراءات الإصلاح الاقتصادي انعكست بالسلب على محدودى الدخل.

يوضح الجدول السابق مدى اهتمام المواقع الإلكترونية بمعالجة برامج الإصلاح الاقتصادي، وأظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن الأوزان النسبية لاتجاه النُخب المصرية ، حيث جاء في الترتيب الأول " تشجع برامج الإصلاح الاقتصادي والاستثمار في جميع القطاعات " بوزن نسبي 88.66 % ، واتفق اتجاه النُخب المصرية مع (وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية : 2020، ص21) الذي أكد على تنامي الاستثمارات الكلية في مصر بنسبة 31% حيث ارتفعت من 739,1 مليار جنية في عام 2018/2017م إلى 969,3 مليار جنية في عام 2019/2018م ، وبزيادة قدرها 27,1 مليار جنية عن الاستثمارات الكلية المستهدفة وقدرها 942,2 مليار جنية، كما أكدت دراسة: (المركز المصري للدراسات الاقتصادية ، 2021، ص21) على قيام الحكومة باستثمارات ضخمة في البنية التحتية، وهو ما يؤثر بصورة إيجابية على نمو الإنتاجية في الأجل البعيد، وأوصت (الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة : 2021، ص28) على توفير مصر مجموعة من التشريعات والحوافز الجاذبة للاستثمار، ومنها: قانون الاستثمار رقم 72 لسنة 2017م، وقانون الشركات رقم 159 لسنة 1981م، وقانون الإجراءات الضريبية الموحد رقم 206 لسنة 2020م، وقانون الجمارك رقم 207 لسنة 2020م، وقانون رقم 152 لسنة 2020م بشأن إصدار قانون تنمية المشروعات المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر، وقانون البنك المركزي والجهاز المصرفي رقم 194 لسنة 2020م، وهذا ما يؤكد تماشي اتجاه النُخب المصرية مع توجهات الدولة في برامج الإصلاح الاقتصادي، والتي تهدف إلى تحقيق الرخاء الاقتصادي وتحقيق أهداف الدولة في التنمية المستدامة، كما جاء في الترتيب الثاني " تشجع برامج الإصلاح الاقتصادي من خلال دعم المشروعات صغيرة والمتناهية الصغر" بوزن نسبي (84.33%) ، ويليهما في الترتيب الثالث " الأداء الاقتصادي للحكومة جيد ومخطط له " بوزن نسبي (84.22%)، وهذا يوضح اتفاق النُخب المصرية مع اتجاه الحكومة في التحول السريع نحو التنمية الاقتصادية من خلال العمل على تنفيذ الخطط الاستراتيجية المحددة في رؤية مصر 2030م، وهذا ما أكدته (الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة : 2021) حيث نجحت سياسات الإصلاح الاقتصادي التي انتهجتها مصر في تحقيق تحسن ملحوظ في معدلات النمو، حيث بلغ معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي خلال العام المالي 2020/2019م نحو 3.6%، وذلك على الرغم من تداعيات انتشار فيروس كورونا وتأثيره على الاقتصاد العالمي، غير أن الاقتصاد المصري نجح في التعامل مع الأزمة، وتحقيق معدل نمو إيجابي في حين سجلت دول أخرى معدلات نمو

سالبة، ويتميز الهيكل الاقتصادي لمصر بالتنوع وبالإستجابة المرنة لقوى السوق وتفاعلاته، مما يُشكل أساساً قوياً لمساهمة كافة القطاعات الاقتصادية بصورة إيجابية في عملية النمو الاقتصادي، وتعطي خطة التنمية المستدامة في مصر أولوية للقطاعات الرائدة عالية الإنتاجية سريعة النمو وللقطاعات الأكثر ارتباطاً لتنشيط المعاملات في الأسواق الداخلية.

كما جاء اتجاه التُخب بنسبة ضعيفة اتجاه العبارات الأتية لعدة أسباب أهمها ما يلي:

حيث جاءت العبارة "ما حققته برامج الإصلاح الاقتصادي في عملية ضبط الأسواق" في الترتيب العاشر بوزن نسبي (62.22%)، وهذا يتفق مع ما أكدت دراسة: (مؤسسة التمويل الدولية: 2020) على وجود فجوة تنظيمية تعرقل تطبيق مبادئ الحياد التنافسي في الأسواق المصرية، فعلي سبيل المثال لا يوجد إلزام على الشركات المملوكة للدولة بفصل أنشطتها التجارية وغير التجارية أو أنشطة الخدمة العامة، ولا يشترط صراحة أن تحقق تلك الشركات معدل عائد إيجابي على أنشطتها التجارية، مما قد يضعف الشركات العامة وخاصة المنافسة لها في السوق، وتتيح بعض الإعفاءات بموجب قانون الضرائب والمنافسة والمشتريات امتيازات خاصة للشركات العامة القائمة التي تعمل في قطاعات رئيسية، كما تغذي التصورات عن تكافؤ الفرص على الرغم من أن قانون المنافسة رسخ عناصر رئيسية لتعزيز الأسواق التنافسية، كما ساعد الانخفاض الشديد في سعر صرف الجنيه المصري بعد التعويم على تراجع العجز التجاري، ومن هنا يجب تعزيز دور الإعلام المصري من خلال المواقع الإلكترونية التي يجب أن تنشر موضوعات تدعم عملية تحسين الأسواق وضبطها، كما جاءت العبارة "تحقق برامج الإصلاح الاقتصادي العدالة الاجتماعية" في الترتيب الحادي عشر بوزن نسبي (57.77%) وهذا يوضح ضعف وصول نتائج برامج الإصلاح الاقتصادي إلى مستحقة من الطبقات الفقيرة والأشد فقراً، وهذا يوضح أهمية تكثيف نشاط المواقع الإلكترونية في نشر الموضوعات التي تساعد علي سد الفجوة في برامج الإصلاح الاقتصادي؛ لتوصيل الدعم إلي مستحقة وتحقيق العدالة الاجتماعية في البلاد، كما جاءت العبارة "رفع القيود المفروضة على الاسعار تعود بالنفع على المواطنين" في الترتيب الثاني عشر بوزن نسبي (56.88%) الأمر الذي يتطلب ضرورة تكاتف جهود الحكومة مع مؤسسات المجتمع لوضع مؤشرات تحد من إرتفاع الأسعار وتعود بالنفع على المواطنين، كما يجب الاستفادة من آراء التُخب المصرية في طرق الحد من المشكلة، وقيام المواقع الإلكترونية بعمل لقاءات دورية مع التُخب المصرية؛ لمناقشة المشكلة ووضع حلول يتم الأخذ بها من قبل الحكومة، وزيادة نسبة تغطية المواقع الإلكترونية لهذه المشكلة.

المحور الثاني: مقياس اتجاه التُخب المصرية نحو موضوعات الإصلاح الاقتصادي المصري التي تناولها المواقع الإلكترونية:

المقصود بالنخب المصرية هم الأكاديميون والمهنيون في مجال الاقتصاد والإعلام، وتم استخدام التكرارات والنسب المئوية وقيمة كا² ؛ لتحديد اتجاه الاستجابات كما هو موضح كالتالي:

جدول (8) يوضح مقياس اتجاه النخبة المصرية نحو موضوعات الإصلاح الاقتصادي المصري التي تناولها المواقع الإلكترونية:

الاتجاه النخبه		اكاديميون		مهنيون		الاجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
70	41.66%	66	50%	136	45.33%		
46	27.38%	55	41.66%	101	33.66%		
52	30.95%	11	8.33%	63	21%		
168	100%	132	100%	300	100%		
298=د.ح		5.571		38.500		26.660	
مستوي المعنوية		0.062		0.001		0.001	

بحساب قيمة كا² عند درجة حرية =298 وجد أنها 26.660، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0,001، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين اتجاه النخبة المصرية نحو موضوعات الإصلاح الاقتصادي المصري التي تناولها المواقع الإلكترونية، أى أن اتجاه النخب المصرية يتجه نحو الإيجابية لتغطية موضوعات الإصلاح الاقتصادي المصري التي تناولها المواقع الإلكترونية بنسبة (45.33%).

المحور الثالث: تقييم النخبة المصرية لمدى التزام المواقع الإلكترونية بالأسلوب المهني في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والوزن المرجح لتحديد اتجاه الاستجابات لعبارات المحور كما هو موضح كالتالي :

جدول (9) يوضح تقييم النخبة المصرية لمدى التزام المواقع الإلكترونية بالأسلوب المهني في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي

العبارة	موافق		محايد		معارض		متوسط الحسابي	الوزن المرجح	رقم
	ك	%	ك	%	ك	%			
الخط بين مضمون الخبر والرأي الخاص.	80	26.66%	78	26%	142	47.33%	1.26	42.22	7
الالتزام بالموضوعية في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي.	196	65.33%	20	6.66%	84	28%	1.65	55.11	2

1	56.33	1.69	4.33%	13	26.66%	80	69%	207	تحرص على الدقة في عرض المعلومات.
6	42.66	1.28	22.66%	68	49.33%	148	28%	84	تجاهلت أصوات وآراء الشعب في الإصلاح الاقتصادي.
3	53.22	1.59	13.66%	41	26.66%	80	59.66%	179	تعرض كافة وجهات النظر المرتبطة بموضوعات الإصلاح الاقتصادي.
4	51	1.53	19%	57	28%	84	53%	159	تستخدم أسلوب المبالغة والتضخيم في معالجة موضوعات الإصلاح الاقتصادي.
5	44.44	1.33	46.66%	140	20%	60	33.33%	100	تراعي التوازن في تغطية جوانب الموضوعات الاقتصادية.

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقييم النخبة المصرية لمدى التزام المواقع الإلكترونية بالأسلوب المهني في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي، حيث جاء في الترتيب الأول "تحرص على الدقة في عرض المعلومات" بنسبة (56.33%) ، وجاءت في مقدمة عناصر القوة التي تتميز بها المواقع الإلكترونية حيث التزامها بنقل المعلومات والتقارير التي توضح الوضع الاقتصادي ومستوي التزام الحكومة بتنفيذ خطط الإصلاح الاقتصادي، ويليهما في الترتيب الثاني "تلتزم بالموضوعية في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي" بنسبة (55.11%) ، ويليهما في الترتيب الثالث "تعرض كافة وجهات النظر المرتبطة بموضوعات الإصلاح الاقتصادي" بنسبة (53.22%). ويليهما في الترتيب الرابع "تستخدم أسلوب المبالغة والتضخيم في معالجة موضوعات الإصلاح الاقتصادي" بنسبة (51%) ، وهذا يوضح أن المواقع الإلكترونية التزاه بالموضوعية في عملية النشر، وجاءت في نقاط الضعف بالترتيب الخامس "تراعي التوازن في تغطية جوانب الموضوعات الاقتصادية" بنسبة (44.44%) وهذا يوضح الحاجة إلى تحقيق التوازن في عملية تغطية الموضوعات الاقتصادية ، ويليهما في الترتيب السادس "تجاهلت أصوات وآراء الشعب في الإصلاح الاقتصادي" بنسبة (42.66%) وهذا يؤكد الحاجة إلى الاهتمام بآراء الشعب حول الإصلاحات الاقتصادية وإيصال أصواتهم التي تظهر المزايا والعيوب التي تحدث أثناء عملية الإصلاح الاقتصادي وتؤثر على الشعب بالسلب أو الايجاب ، ويليهما في الترتيب الأخير "الخلط بين مضمون الخبر والرأي الخاص" بنسبة (42.22%) .

المحور الرابع: الاتجاه العام لتقييم النُخبَة المصرية لمدى التزام المواقع الإلكترونية:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية وقيمة كا² ؛ لتحديد اتجاه الاستجابات كما هو موضح كالتالي :

جدول (10) يوضح الاتجاه العام لتقييم النُخبَة المصرية لمدى التزام المواقع الإلكترونية بالأسلوب المهني في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي:

الاتجاه النخبه		أكاديميون		مهنيون		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	94	55.95%	79	59.84%	173	57.66%	
متوسط	48	28.57%	44	33.33%	92	30.66%	
منخفض	26	15.47%	9	6.81%	35	11.66%	
الإجمالي	168	100%	132	100%	300	100%	
كا ²	43.00		55.68		96.180		
د.ح=298	0.001		0.001		0.001		
مستوي المعنوية							

بحساب قيمة كا² عند درجة حرية =298 وجد أنها 96.180، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0,001 ، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين تقييم النُخبَة لمدى التزام المواقع الإلكترونية بالأسلوب المهني في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي، وجاءت مرتفعة في الترتيب الأول بنسبة (57.66%)، وهذا يؤكد على التزام المواقع الإلكترونية بالأسلوب المهني في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي، وقد أكدت النُخب المهنية على التزام المواقع الإلكترونية بالأسلوب المهني في تغطية موضوعات الإصلاح الاقتصادي بنسبة (59.84%).

جدول(11) يوضح الفروق في اتجاه النُخبَة المصرية نحو التغطية تبعاً لمدى اهتمام النُخبَة بمتابعة موضوعات الإصلاح الاقتصادي من خلال المواقع الإلكترونية:

الاتجاه النخبه		أكاديميون		مهنيون		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	100	59.52%	89	67.42%	189	63%	
متوسط	38	22.61%	20	15.15%	58	19.33%	
منخفض	30	17.85%	23	17.42%	53	17.66%	
الإجمالي	168	100%	132	100%	300	100%	
كا ²	52.42		69.13		118.94		
د.ح=298	0.001		0.001		0.001		
مستوي المعنوية							

يتضح من خلال الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه النُخبَة المصرية نحو التغطية تبعاً لمدى اهتمام النُخبَة بمتابعة موضوعات الإصلاح الاقتصادي من خلال المواقع الإلكترونية، حيث كانت كا² (118,94%) عند مستوى دلالة معنوية 0,001 ، حيث جاءت آراء النُخبَة المصرية نحو اتجاه مرتفع، كما وصلت نسبة الاستجابة إلى (63%)، وقد تصدر المرتبة الأولى النُخب الأكاديميين؛

حيث أتضح أنهم أكثر نسبة لأهتمامهم لمتابعة موضوعات الإصلاح الاقتصادي بنسبة تصل إلى 59,52%، ثم يليهم المهنيون لتتبعهم للمواقع الإلكترونية التي تهتم بتغطية موضوعات الإصلاح الاقتصادي في مصر، كما أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه النُخب المصرية نحو التغطية تبعاً لمدى اهتمام النُخب بمتابعة موضوعات الإصلاح الاقتصادي من خلال المواقع الإلكترونية، حيث كانت كا² (118,94%) عند مستوى دلالة معنوية 0,001 .

جدول (12) يوضح الفروق في اتجاه النُخب المصرية نحو التغطية تبعاً لمستوي المصادقية:

اتجاه النُخب	أكاديميون		مهنيون		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	92	54.76%	81	61.36%	173	57.66%
متوسط	42	25%	24	18.18%	66	22%
منخفض	34	20.23%	27	20.45%	61	20.33%
الإجمالي	168	100%	132	100%	300	100%
كا ² د.ج=298	35.28		46.77		80.06	
مستوي المعنوية	0.001		0.001		0.001	

بحساب قيمة كا² عند درجة حرية =2 وجد أنها 80.06 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0,001 ، مما يؤكد وجود فروق دالة إحصائياً في اتجاه النُخب المصرية نحو التغطية تبعاً لمستوي المصادقية، حيث بلغت نسبة مرتفعة (57.66%)، كما جاء اتجاه النُخب المهنيين في المرتبة الأولى بنسبة (61.36%).

أهم النتائج:

- اتفقت أغلبية آراء النُخب المصرية على أن تغطية المواقع الإلكترونية تشجع برامج الإصلاح الاقتصادي والاستثمار في جميع القطاعات، مما يوضح تماشي المواقع الإلكترونية مع أهداف ورؤية مصر 2030م لتحقيق التنمية الاقتصادية.
- اتضح أن تغطية المواقع الإلكترونية تشجع برامج الإصلاح الاقتصادي من خلال دعم المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر.
- وجاء تقييم النُخب المصرية إلى الأداء الاقتصادي للحكومة جيد ومخطط له.
- اتضح وجود ضعف في عملية معالجة المواقع الإلكترونية لتغطيتها لما حققة برنامج الإصلاح الاقتصادي في عملية ضبط الأسواق، مما يدعو إلى زيادة عملية النشر على المواقع الإلكترونية لآليات ضبط الأسواق، وآراء النُخب المصرية في كيفية ضبط الأسواق، وإجماع الرأي العام وحول كيفية ضبط الأسواق؛ لتقليل نسبة التضخم والمشكلات الاقتصادية الناتجة عن عملية ضعف ضبط الأسواق.

- الحاجة إلى زيادة التغطية الصحفية على المواقع الإلكترونية لبرامج الإصلاح الاقتصادي الهادفة إلى تحقيق العدالة الاجتماعية وتوصيل الدعم لمستحقيه.
- اتضح أن اتجاه النُخب المصرية يتجه نحو الإيجابية في التغطية لموضوعات الإصلاح الاقتصادي المصري التي تناولها المواقع الإلكتروني.
- التزام المواقع الإلكترونية بالأسلوب المهني في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي من حيث حرصها على الدقة في عرض المعلومات، والتزامها بالموضوعية في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي، كما التزمت المواقع الإلكترونية بعرض كافة وجهات النظر المرتبطة بموضوعات الإصلاح الاقتصادي.
- وجود مشكلة صارخة في تجاهل المواقع الإلكترونية إلى صوت ورأي الشعب في برامج الإصلاح الاقتصادي، والذي يتفق مع ضعف الحكومة في تحقيق العدالة الاجتماعية في برامج الإصلاح الاقتصادي؛ مما يدعو إلى أن تكون المواقع الإلكترونية داعمه لأراء الشعب وليست عرض للأداء الاقتصادي فقط، ولكن الوصول إلى نقاط الخلل التي تحدث أثناء تنفيذ برامج الإصلاح الاقتصادي وعلاجها؛ لتحقيق نتائج أفضل تعود بالنفع على الجميع.
- يجب إدراك الفرق بين عملية نقل الخبر وعملية التحليل ووجهات نظر النُخب المصرية والمحليلين الاقتصاديين.
- جاء تقييم النُخب المصرية إلى الاتجاه العام للمواقع الإلكترونية في تغطيتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادي بدرجة مرتفعة.
- ارتفاع المدة الزمنية المستغرقة في تصفح النُخب المصرية للمواقع الإلكترونية، حيث حصلت أكثر من ثلاث ساعات على الترتيب الأول في الوقت المستغرق، ثم يليها في الترتيب الثاني من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات.

المراجع :

- 1- أحمد ، إيمان محمود محمد (2018) : "اتجاهات النُخبَة الإعلامية المصرية نحو تغطية الفضائيات الإخبارية الأجنبية لقضايا العالم العربي دراسة ميدانية" ، مجلة البحوث الإعلامية ، ع50، ج2، جامعة الأزهر .
- 2- أطبقة ، عبد الله محمد عبد الله (2021) : "الإعلام الاقتصادي في القنوات الفضائية المصرية بين الإنفاق والمردود المالي " الدراما والإعلانات أنموذجًا" ، مجلة بحوث ، ع40، مركز لندن للبحوث والدراسات والاستشارات .
- 3- بيومي ، خلف محمد عبد السلام (2019) : "سياسات الإصلاح الإقتصادي وإنعكاساتها على جودة حياة الأطفال بالمناطق الحدودية : دراسة تحليلية في ضوء بعض الإحصاءات الرسمية" ، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، ع28، جامعة قناة السويس .
- 4- توبك ، محمد بن علي بن مسعود (2016) : فاعلية الأداء المؤسسي في المنظمات الحكومية ، مجلة البحوث التجارية ، مج38، ع1.
- 5- التوام ، ابراهيم حسن المرسي (2016) : "مصادقية المواقع الإخبارية لدى النُخبَة الأكاديمية وعلاقتها بالتنافر المعرفي" ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، مج15، ع4، جامعة القاهرة .
- 6- الحربي ، فوزية حجاب (2016) : دور الاعلام ..في دعم خطط التنمية المستدامة ، ورقة عمل.
- 7- حسين ، حيدر علي ، هرمز ، دورين بنيامين (2015) : "أنواع النُخب في المجتمع الولايات المتحدة الأمريكية : دراسة حالة" ، مجلة جامعة كربلاء العلمية ، مج 13، ع3، جامعة كربلاء.
- 8- حمدي ، عبير محمد (2021) : أثر القيادة التحولية على تحسين الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية المصرية من منظور القائم بالاتصال ، مجلة الرأي العام ، مج20، ع2.
- 9- خضر ، رانيا علاء الدين أحمد ، مندور ، أحمد فؤاد (2020) : "التنمية الاقتصادية المصرية" ، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة ، ع3، جامعة عين شمس .
- 10- الخياط ، عبد العزيز بن سعيد (2016) : دور الإعلام في التنمية الاقتصادية ، ورقة علمية مقدمة إلى المنتدى الإعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال في جامعة الملك سعود ، السعودية .
- 11- دراز ، أمل السيد أحمد متولي (2018): "اتجاهات النُخبَة نحو أنماط المعالجة الصحفية للأزمات الاقتصادية في الصفحات المتخصصة بالصحف اليومية بالتطبيق علي أزمة الدولار في مصر عام 2016م" ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، مج1، ع64، جامعة القاهرة .
- 12- درويش ، ريهام محمود (2019) : "السلوك الإخباري للنُخب المصرية في إطار تعددية المنصات الإخبارية" ، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية ، ع8، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق .
- 13- سليم ، حنان أحمد (2014): اتجاهات النُخبَة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمات العربية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، ع30 ، جامعة القاهرة.
- 14- سيد ، جلال عارف (2020) : "معالجة الصحافة المصرية الإلكترونية للشأن الاقتصادي" ، مجلة دراسات الطفولة ، مج23، ع88، جامعة عين شمس .

- 15- السيد ، محمد عبد البديع (2019): اتجاهات النُخبَة الأكاديمية نحو مستويات اللغة العربية في البرامج الحوارية بالفتوات الفضائية ، المؤتمر الدولي الثامن للغة العربية بدبي دولة الامارات.
- 16- الصائغ ، بان غانم أحمد(2011) : "فساد النُخب العربية ا النُخبَة السياسية أنموذجًا "، مجلة دراسات إقليمية ، مج 7، ع 22 ، جامعة الموصل مركز الدراسات الإقليمية .
- 17- عبد الظاهر ، وجدي حلمي عيد (2013) : دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات الأمنية ، جامعة أم القرى .
- 18- عبد المجيد ، سازان سامان ، الدبيسي ، عبد الكريم علي (2016): تقييم النُخبَة لدور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية ، دورية إعلام الشرق الأوسط ، ع12.
- 19- عبد المجيد ، محمد سعيد ، الحبطي ، ممدوح عبد الواحد (2019) : "برامج الإصلاح الاقتصادي والتنمية في المجتمع المصري : دراسة تطبيقية على برامج الإصلاح الاقتصادي نوفمبر 2016م"، مجلة حوليات آداب عين شمس ، مج47، جامعة عين شمس .
- 20- عساف ، دينا محمد محمود ، عثمان ، سمر إبراهيم أحمد (2020) : "علاقة النُخب في بورسعيد بوسائل الإعلام والجمهور المحلي : دراسة ميدانية لأليات التواصل والتفاعل "، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ، ع28، الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- 21- علاق ، أمينة (2017) : نخبة أم نخب : قراءة في المفهوم ، الأدوار والإشكالية ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، ع28.
- 22- عويس ، راوية عبد القادر (2016) : "المشروعات الصغيرة وأثرها في التنمية الاقتصادية : مصر نموذجا "، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية ، مج7، ع1، جامعة قناة السويس .
- 23- كساب ، عماد (2021) : مؤشرات قياس الأداء الوظيفي والمؤسسي بين النظرية والتطبيق (نماذج عملية) المجلة العربية للآداب والدراسات الانسانية ، مج5، ع16.
- 24- محمد ، حسين محمد مصلح (27-28 أبريل 2017) : الإعلام ومكافحة الفساد ، للمؤتمر العلمي السنوي العاشر الذي تقيمه كلية حقوق ، جامعة طنطا .
- 25- محمد، مها مصطفى بخيت (2020) : "أطر معالجة المواقع العربية والدولية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر: دراسة تحليلية "، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، مج19، ع2، جامعة القاهرة .
- 26- المركز المصري للدراسات الاقتصادية (2021): رأى في أزمة الموقف الخارجي للاقتصاد المصري ، ع29 ، القاهرة .
- 27- منصور، اللا أحمد محمد عبدالوهاب (2020) : "أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية ودورها في إدارة المزاج للعام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي "، مجلة البحوث الإعلامية ، ع55، ج6 ، جامعة الأزهر .
- 28- مؤسسة التمويل الدولية(2020) : الدراسة التشخيصية للقطاع الخاص خلق الأسواق في مصر تحقيق الإمكانيات الكاملة لقطاع خاص منتج ، مجموعة البنك الدولي.
- 29- هاشم ، أحمد حمدي عبد الحلیم (2020) : "أثر تطبيق الشمول المالي على ترشيد الدعم في الاقتصاد المصري " ، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية ، مج11، ع2، جامعة قناة السويس .

- 30- الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة (2021) : لماذا مصر ، القاهرة ، متاح على <https://www.investinegypt.gov.eg/Arabic//Pages/WhyEgypt.aspx?CategoryId=3>
- 31- الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة (2021) : استثمر في مصر أرض الفرص ، جمهورية مصر العربية ، متاح على <https://www.investinegypt.gov.eg/Arabic/Pages/virtual-library.aspx>
- 32- وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية (فبراير 2020) : تقرير متابعة الأداء الاقتصادي والاجتماعي خلال العام المالي 2019/2018، القاهرة .
- 33- وزير ، صفاء راضي (2019) : دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام ، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع ، ع39.
- 34- Javis, Lee (2012), impact of anti – terrorism policy on citizenship in the UK, political studies, vol61, issue 3, pp 175 -225.
- 35- Damstra, A., & Boukes, M. (2021). The economy, the news, and the public: A longitudinal study of the impact of economic news on economic evaluations and expectations. **Communication Research**, 48(1), 26-50.
- 36- Damstra, A., Boukes, M., & Vliegenthart, R. (2018). The economy. How do the media cover it and what are the effects? A literature review. *Sociology Compass*, 12(5), e12579.
- 37- Gao, P., Lee, C., & Murphy, D. (2020). Financing dies in darkness? The impact of newspaper closures on public finance. *Journal of Financial Economics*, 135(2), 445-467.
- 38- Magin, M. (2015). Shades of mediatization: Components of media logic in German and Austrian elite newspapers (1949–2009). *The International Journal of Press/Politics*, 20(4), 415-437
- 39- Örnebring, H. (2012). Clientelism, elites, and the media in Central and Eastern Europe. *The International Journal of Press/Politics*, 17(4), 497-515.
- 40- Sevenans, J. (2018). How mass media attract political elites' attention. *European Journal of Political Research*, 57(1), 153-170.
- 41- Van Duyn, E., & Collier, J. (2019). Priming and fake news: The effects of elite discourse on evaluations of news media. *Mass Communication and Society*, 22(1), 29-48.