

# الصحافة الريادية كنمط مستحدث بالبيئة العربية:

## دراسة تحليلية مقارنة لموقعي رائد أعمال مصر و allbusiness مع منهج مُقترح لطلاب الإعلام

د. أحمد عادل عبد الفتاح محمد\*

### ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة التحليلية رصد ملامح إنتاج الصحافة الريادية كنمط مستحدث بالبيئة العربية مقارنة بالنموذج الأمريكي، واستخدم منهج المسح الإعلامي وأداة تحليل المضمون للسّمات التحريرية لعدد (311) مادة صحفية بموقعي (رائد أعمال مصر - allbusiness) وأساليب تصميم واجهاتها الرئيسية، بالفترة من 2022/9/1 حتى 2022/9/30، وتبين تصدر موضوعات [ريادة الأعمال التكنولوجية- الأفكار الإبداعية- والتمويل والشراكة] اهتمام كلا الموقعين بنسب 24.1%، 23.4%، 21.5%، محققة الوظائف الترويجية والتوجيهية بذات النسبة 23.4%، وتم الاستعانة بمسئولي القطاع الخاص والخبراء ورواد الأعمال بواقع 17.2%، 16% كأهم مصادر إسناد المعلومات، وتروم النتائج لمجئ المقالات والتقارير بنسب 36.3%، 29.2% كأبرز الفنون التحريرية في تقديم موضوعات ريادة الأعمال، وتوظيف الأسلوب السردي في عرضها بواقع 33.5%.

وبالنسبة لتصميم الواجهات الرئيسية بتلك المواقع اعتمد موقع رائد أعمال مصر علي أسلوب البوابة، فيما اهتم allbusiness بأسلوب الوحدات، واتفقا في اتجاه أسلوب التصميم الذي يجمع بين الرأسي والأفقي معاً، فضلاً عن الاعتماد علي العناصر التفاعلية التي تنوعت ما بين المعلوماتية والتواصلية والمساعدة، وقد لوحظ اهتمام كلا الموقعين بالصور الثابتة [الشخصية والموضوعية والإخبارية] بواقع 44%، 32.1%، 6.4% مقارنة بالوسائط المتعددة الأخرى.

**الكلمات المفتاحية:** الصحافة الريادية- الصحفي الريادي- تعليم صحافة ريادة الأعمال- رائد أعمال

\* أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية التربية النوعية- جامعة المنصورة

## **Entrepreneurial journalism as a new pattern in the Arab Environment: A comparative analytical study for egyptentrepreneur and allbusiness websites with suggested curriculum for media students**

### **Abstract:**

The analytical study aimed to monitor the features of the entrepreneurial journalism production as a new pattern in the Arab environment compared to the American model, and used the survey method and content analysis tool for the editorial features of (311) journalistic materials in (egyentrepreneur-allbusiness) sites and interface design methods, during the period from 1/9/2022 to 30/9/2022, The topics of [Technological Entrepreneurship- Creative Ideas- Financing and Partnership] topped the list of the interest of both sites with rates of 24.1%, 23.4%, 21.5%, achieving promotional and mentoring functions with the same percentage of 23.4%, and private sector officials and experts were hired Entrepreneurs accounted for 17.2%, 16% as the most important sources of information attribution, and the results are intended for articles and reports coming with rates of 36.3%, 29.2% as the most prominent editorial arts in presenting entrepreneurship topics, and the use of the narrative style in their presentation by 33.5%.

As for the interfaces design in those sites, the site of egyptentrepreneur relied on the portal style, while allbusiness was interested in modular style, and they agreed in the direction of the design style that combines vertical and horizontal together, in addition to relying on interactive elements that varied between informational, communicative and assistance, it was noted that both sites were interested in static photos [personal, objective and news] by 44%, 32.1%, 6.4% compared to other multimedia.

**Key words:** Entrepreneurial Journalism -Entrepreneurial Journalist - Entrepreneurial Journalism Education - Entrepreneur

## المقدمة:

يشهد العالم منذ مطلع الألفية الثالثة تحولات متسارعة على كافة المستويات بفعل تأثيرات العولمة والتوجه صوب ريادة الأعمال التي ظهرت على يد Richard Cantillon 1734 لتشير لقيام رائد الأعمال بصهر الأشياء القديمة لصنع واقع مستحدث عبر ابتكار منتجات وفتح أسواق وإعادة الهيكلة الكاملة لصناعتها حسبما أفاد Joseph Schumpeter<sup>(1)</sup>، وقد تغيرت ترجمة هذا الاصطلاح من مُنظَّم ثم مُقَاوِل ثم تحولت في التسعينيات إلى رائد، ويسمي آخرون الريادة بالعصامية أو المبادأة أو الاعتمار<sup>(2)</sup>.

وتُعتبر ريادة الأعمال في الوقت الراهن من السُّبل المهمة لتحقيق التنمية المستدامة؛ كونها منبعاً لتربخس ثقافة العمل الحر، وتحقيق المكتسبات للفرد والمجتمع على حد سواء، من هنا ازدادت الحاجة للإعلام الريادي **Entrepreneurship Media** على غرار الصحافة الاقتصادية؛ ليمثل حلقة وصل بين رواد الأعمال الناشئين وبين الجهات المسؤولة؛ لإيصال مشكلاتهم ومحاولة تذليلها والترويج لنجاحاتهم، وكذا إعداد الأفراد وفقاً لمهارات التفكير الاستباقي القائم على الانتقال من مجتمع وظيفي لمجتمع قادر على خلق فرص العمل<sup>(3)</sup>.

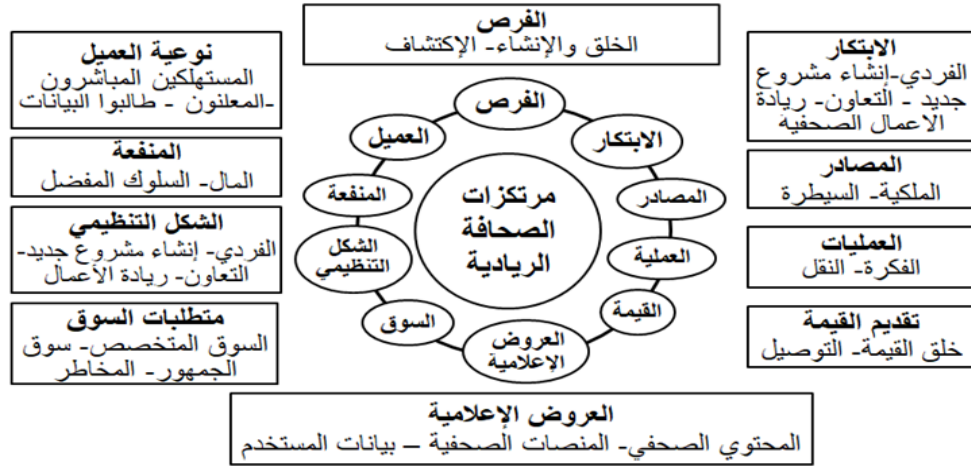
ومع بداية انخفاض الاقتصاد الأمريكي وبدء انحسار الصحافة المطبوعة ووصولها لمرحلة مخيفة من الركود لا يمكن إنكارها وقيام الناشرين بخفض عدد الموظفين عبر التسريح الجماعي لهم lay office بغية الحفاظ على هوامش الأرباح، ومع تصدُّر الإنترنت الساحة الإعلامية في السنوات الأولى من الألفية الجديدة وقلب ممارسات الصحافة رأساً على عقب، وارتداء قبعات الناشر والمحرر مثل "نيو إنجلاند كوارنت" في الصحافة الأمريكية التي أسسها بنجامين فرانكلين في عام 1721 كأحد رواد الأعمال، من هنا ظهرت الصحافة الريادية Entrepreneurial Journalism لتؤكد على أن مهنة الصحافة يمكن أن تظل واعدة؛ كون الصحفي رائداً للأعمال لا تقتصر مهمته على إنتاج الأخبار فقط، وإنما تتعدى إلى اتخاذ قرارات العمل أيضاً<sup>(4)</sup>، وتطوير مصادر الإيرادات، وتحمل مخاطر البيئة المتغيرة، وتقديم محتوى حول ريادة الأعمال يتوافق مع مختلف أجناس الكتابة الصحفية الإلكترونية أو المطبوعة أو المسموعة لزيادة التفاعل مع الجمهور<sup>(5)</sup>.

وعلى ذلك فقد ظهر رواد أعمال صحفيون يطلقون الأخبار عبر مواقع الويب مثل: [Storify-TrueHoop-TPM Medi]<sup>(6)</sup>، وفي الشرق الأوسط تجلت قضايا ريادة الأعمال بمجلات بلومبرج الشرق وأريبيان بزنس وforbes وكذا جريدة البورصة ومؤخراً أطلقت مجلة 2020 Fortune Arabia، كما اتجه الكثيرون لإنشاء منصات إعلامية ريادية وفق أسس رقمية كمنصات (ومضة اللبنانية 2010- Entrepreneur الإماراتية 2014- WAYA Startup Scene ME 2016 للهواتف المحمولة 2019.. وغيرها)<sup>(7)</sup>.

وتُعرف **الصحافة الريادية** بأنها مزيجٌ من المهارات الصحفية للفرد مع عقلية ريادية لتقديم محتوى صحفي إبداعي حول ريادة الأعمال والترويج لأفكار ومنتجات الشركات الناشئة وروادها، والتوعية بثقافة العمل الحر<sup>(8)</sup>، كما أنها فن تطوير المنتجات الصحفية والبحث عن نماذج مالية جديدة والاستجابة للتحديات والفرص ومتطلبات السوق عبر حل

المعادلة التي تتضمن الجمهور والمحتوى والإيرادات، وتبني المؤسسات الصحفية للتقنيات الرقمية؛ لابتكار مجال إخباري مستقل عن الإعلام التقليدي في الشكل والسرور والهيكل المالية<sup>(9)</sup>.

**ويتجلى المنطق الجوهرى للصحافة الريادية من توفير الفرص المنشئة من قبل الصحفي الريادي أو تطوير مؤسسات صحفية قائمة، والاستخدام المبتكر لموارد الإنتاج أو جمعها (المواد الخام/ التقنية/ البنية التحتية) أو التعاقد مع المواهب والموردين والموزعين؛ لتحويل الفكرة إلى أنشطة ريادية، ومراعاة المخاطرة مع احتمال نجاح السوق أو فشله أثناء تقديم القيمة في نموذج إعلامي (محتوى/ منصة/ بيانات مستخدم) يلبي حاجة جزء معين من السوق (شركات أو مستهلكين)، وقد يكون جهدا فرديا أو عن طريق إنشاء مشروع جديد، وكسب منفعة من أحد المصادر (المستهلكون أو المعلنون أو طالبو البيانات) التي ترغب في الدفع عبر [الأشتراك أو بيع النسخة أو الدفع مقابل المشاهدة]، ويتضح ذلك بالشكل التالي:**



شكل (1) مرتكزات وعناصر الصحافة الريادية

وقد أصبح اندماج ريادة الأعمال بالمجال الصحفى أمرا لا مفر منه بشتى الدول، حيث ركزت وسائل الإعلام في أمريكا والفلبين والمملكة المتحدة وأوروبا على ارتياد مسار ريادة الأعمال لتطوير الشركات الناشئة وتقديم الرواد والمبتكرين، فيما انخفضت التغطية الإعلامية لأنشطة ريادة الأعمال بالشرق الأوسط؛ لنقص الوعي المجتمعي والتصورات السلبية حولها، والتركيز على التوظيف بدلا من العمل الحر، وقد اهتمت نيجيريا وغانا بهذا التوجه عند استقلالها منذ ستينيات القرن الماضي نتيجة الفقر والبطالة<sup>(11)</sup>، ولعل هذا الطرح يحيلنا لحقيقة مفادها أن الربط بين ريادة الأعمال والصحافة هو أمر جديد نسبيا في الدراسات الصحفية والتي تحث الباحثين على الاستجابة لتحديات الواقع وتلبية متطلبات المنافسة من خلال تعليم ريادة الأعمال والتوعية بثقافتها والتي لم تنل الأهمية الكافية عربيا بشكل لا يواهى تطوره عالميا، حيث انطلقت العديد من المبادرات مثل برنامج أوسلو في أوروبا ومبادرة إنجازات الشباب الأمريكية ودعوات اليونسكو بشأن ضرورة إدخال التعليم الريادي

في المناهج الدراسية بجميع مراحل التعليم<sup>(12)</sup>، وهذا ما حدا بحكومات الدول العربية لبذل جهود متواصلة لتعليم ريادة الأعمال في شتى المجالات وصقل الطلاب بالمهارات الريادية وتقديم أمثلة على التخطيط التجاري الناجح والتفاعل الاستباقي مع الممارسين الناجحين، بما يدعم مشروعاتهم الجديدة بأسباب البقاء والديمومة، وهذا الدور تحديداً يندرج ضمن المسؤولية الاجتماعية للإعلام.<sup>(13)</sup>

#### \* مشكلة الدراسة:

إن اصطلاح "الصحافة الريادية" في البيئة العربية لا يزال تسمية أكثر من كونه ممارسة، ويعتمد عادةً على مقارنة النماذج الصحفية التقليدية بنماذج الأخبار المنتجة من قبل رجال الأعمال والمدفوعة جزئياً ببيئة تكنولوجية مضيافة للابتكار والهندسة وريادة الأعمال لتمثل خارطة طريق توفر خيارات متنوعة لأصحاب المشاريع الإعلامية المبتكرة حول كيفية تسويقها وتحويل الأفكار المتعلقة بالإعلام لخطط عمل تستغل التقنيات المتاحة لتعزيز دورها كفاءة سوق الإعلام الذي يؤثر بشكل فعال في ازدهار أنشطة ريادة الأعمال الإعلامية والتي تتكامل بعمق مع درجة التنمية الاقتصادية لاسيما في ظل اضطراب السوق الإعلامي اليوم، والذي دفع المؤسسات التقليدية لانتهاج السبيل الريادي في عملها، وإعادة تفكير الصحفيين في خياراتهم المهنية عبر البحث عن أدوات متفردة في جمع الأخبار وتعلم مهارات جديدة وتولي أدوار مهنية غير مألوفة تدعم الاستقلال التحريري مع تلبية المطالب التجارية في نطاق مؤسسات صحفية تستهدف جذب الجمهور.

وبإمعان النظر نجد أن التغطية الإعلامية لقضايا ريادة الأعمال محدودة في أغلبها ودون المستوى الذي يوازي أهميتها، فتأتي على شكل معالجات مؤقتة لفعالية أو إنجاز بعيداً عن العرض الشامل دون ملاحظتها بالتحليل والمتابعة، فضلاً عن الارتباط بين ريادة الأعمال والصحافة على مستوى الدراسات الصحفية، ومن هنا تأتي الدراسة الحالية لتوصيف السمات التحريرية وأساليب تصميم الصحافة الريادية العربية ومقارنتها بالنموذج الأمريكي بموقعي رائد أعمال مصر و allbusiness، وكذا الاستفادة من التجارب الدولية التي تمثل نبراساً لوضع تصور لمنهج تدريسي مقترح في صحافة ريادة الأعمال في أقسام الإعلام؛ بغية إعداد طلاب جامعيين قابلين للتكيف والابتكار وإكسابهم الممارسات التحريرية والمفاهيم المعيارية للصحفي الريادي القادر على إنتاج سرد قصصي مبتكر وإيصاله للجمهور عبر المنصات الرقمية، بالإضافة إلى تأهيلهم ليصبحوا كوادراً اقتصادية قادرة على التغيير العملي مستقبلاً في إدارة العمل الصحفي بشكل يقوّض دفع مؤسساته خارج السوق، فضلاً عن إعدادهم لإنشاء عملهم الخاص والمشاريع الصحفية الريادية في ظل الأزمات التي تواجهها الصحافة.

**\*أهمية الدراسة:** تكتسب هذه الدراسة أهميتها في عدد من الجوانب منها:-

1. تنبع أهمية الدراسة من استكناه موضوع صحافة ريادة الأعمال وممارساتها التحريرية وأساليب تصميمها كنمط مستحدث في البيئة الصحفية العربية في ضوء واقع لم تعد فيه ريادة الأعمال مجرد خيار بل أصبحت ضرورة حتمية لدورها في بناء اقتصاديات الدول وقدرتها التنافسية بما يحقق التنمية المستدامة.
2. الدراسة ليست خروجاً جذرياً عن مبادئ الصحافة ولا تعليمها، ولكنها خطوة منطوية تالية في وقت التغيير الشامل للمهنة، فتنبع أهميتها من الوعي الإجرائي كروية منهجية، وكمارسة تكتسب فعاليتها من وضع تصوّر لمنهج مقترح في الصحافة الريادية لطلاب الإعلام يستفيد من التجارب العالمية ويحقق لهم الكفاءة الذاتية والنوايا الأكاديمية لريادة الأعمال ورسم مسارهم الخاص في صناعة الصحافة، كما أن الدراسة محاولة لجذب انتباه أعضاء هيئة التدريس ومخططي التعليم الجامعي لضرورة إدراج مقرر الصحافة الريادية في برامج أقسام الإعلام بالجامعات المصرية.
3. في إطار ندرة الدراسات العربية حول صحافة ريادة الأعمال تُعدُّ هذه الدراسة خطوة نحو إحداث تراكم علمي رصين يشكل نقطة انطلاق للباحثين لخوض غمار البحث بمجال الإعلام الريادي الذي يشخص واقع صحافة ريادة الأعمال بموضوعية، ويحلل محتواها وسبل تقديمه عبر الفنون الصحفية بالمواقع الإلكترونية.

**\*أهداف الدراسة:** تتمثل أهداف الدراسة في الهدف الرئيس التالي:

رصد أهم ملامح إنتاج الصحافة الريادية كنمط مستحدث في البيئة العربية.  
**وينبثق منه عدة أهداف فرعية هي:**

1. التعرف على أهم السمات التحريرية التي تتميز بها الصحافة الريادية العربية مقارنة بالنموذج الأمريكي.
2. تحديد أشكال التنوع في الموضوعات المطروحة ومصادر المعلومات بالصحافة الريادية العربية والأمريكية.
3. الكشف عن أهم الفنون التحريرية المُستخدمة في الصحافة الريادية العربية والأمريكية.
4. تحديد أساليب تصميم الصحافة الريادية العربية والأمريكية على مستوى الواجهة الرئيسية واتجاهها.
5. رصد أبرز العناصر التفاعلية والوسائط المتعددة بمواقع الصحافة الريادية قيد الدراسة.
6. توضيح سمات المنهج المقترح لطلاب الإعلام في الصحافة الريادية من منظور التجارب الدولية.

**الدراسات السابقة عرض نقدي:**

باستقراء الدراسات التي تناولت الصحافة الريادية، يجدر الإشارة إلى أنّ التحول نحو ريادة الأعمال في الإعلام قد بدأ بتأسيس غرف أخبار ناشئة تُدار من قِبَل صحفيين رياديين في ظل التحولات الرقمية الراديكالية، والتي أحدثت بدورها تغييرات في نظام الأداء الإعلامي لاسيما طرق إنتاج المادة الإعلامية وإيصالها للجمهور، فتوصلت دراسة

**Yue Zhang (2014)** <sup>(14)</sup> إلى أن التحول نحو الرقمنة قد فَرَضَ على المؤسسات الإعلامية تبني استراتيجيات جديدة لإدارتها وتقديم نماذج اقتصادية مبتكرة؛ وذلك لضمان استمراريتها عقب ظهور اصطلاح الصحافة الريادية في البيئة العربية، ولا تزال القطاعات الإعلامية غير قادرة بشكل كافٍ على تضمينه بمنظومة عملها أو مواكبة التطورات الحديثة عالمياً في مجالاتها؛ مما يجعلها معتمدة بشكل كامل على استيراد الأفكار الريادية التي تم تصميمها في ظروف مغايرة عمّا تحتاجه المجتمعات المحلية.

وفي سياق البحث الجينالوجي لتطور هذا النمط الصحفي وتأثيره في الصحافة الرياضية الإسبانية، أكدت نتائج دراسة **JL Manfredi Sánchez, et.al. (2015)** <sup>(15)</sup> على أنّ الصحافة الرياضية مجالاً يفضل الابتكار واستحداث شركات ناشئة ووجود معلومات متخصصة، فهي لا تزال بمرحلة توسعية لاستكشاف طرق مبتكرة لإدارة الشركات القائمة على التقنيات الرقمية والعلامات التجارية الشخصية للصحفيين الجدد.

وعلى صعيد الدراسات التحليلية حول مدى مساهمة ريادة الأعمال الإعلامية في إنتاج صحافة حقيقية تنقذ مهنة أخذة في التدهور، أكدت دراسة **Hanan Sulaiman (2021)** <sup>(16)</sup> أن منصات (Arabnet- WAYA - Wamda) هي الأكثر حرصاً على نشر المحتوى الريادي باللغتين العربية والإنجليزية للتواصل مع المهتمين بالبحث عن فرص العمل والطامحين لإنشاء مشروعاتهم الخاصة، وفي ذات السياق قام الباحثون **Juho Ruotsalainen, et.al. (2021)** <sup>(17)</sup> بإجراء تحليل نصي لعدد 128 مقالا لخمسة صحفيين بالمنصات الصحفية الريادية Axios, MustRead, National Observer, The Skimm and the Voice of San Diego في الفترة ما بين 25 يناير إلى 14 مارس 2018، كما أجرت دراسة **Juho Ruotsalainen and Mikko Villi (2018)** <sup>(18)</sup> تحليلاً لصفحات 41 منفاً صحفياً ريادياً، واتفقت الدراسات حول اتجاه تلك المنافذ وصحفي المستقبل نحو تبني تصورٍ مستحدثٍ للصحافة الهجينة المعتمدة على توظيف الأسلوب الحوارى المتمركز حول الجمهور بنصوصها الإخبارية الموضوعية؛ لتحقيق الربح مع التمسك بالقيم والمعايير الصحفية من الناحية الأسلوبية، وبذلك تحقق الصحافة الريادية وظائف صناعة المعنى، وتقدم للصحفيين الرياديين رؤية مميزة لمستقبل الصحافة واستدامتها، ويتفق ذلك أيضاً مع دراسة **reddy Mutiara and Ambang Priyonggo (2020)** <sup>(19)</sup> التي أكدت على أهمية اقتران صحافة ريادة الأعمال بمحتوى الصحافة المحلية بصحيفة "DI's Way Daily" بأندونيسيا كنموذج عمل يواكب تطور الوسائط الرقمية، وتختلف النتائج كلياً مع دراسة **L Martínez-García (2016)** <sup>(20)</sup> في أن الصحافة الريادية تتبنى نموذج أعمال الصحافة التقليدية القائم على الإعلانات واستخدام الصور الثابتة وعدم توظيف استراتيجيات جديدة في إنتاج المعلومات، كما أنها تفتقر لفتوات تلقي تعليقات المستخدمين.

وللوصول لِكُنْه تعريف الصحافة الريادية عبر التحليل النصي لخطابات 203 مقالة للصحفيين في الصحف والمنصات الإخبارية الريادية، أشارت دراسة **Tim P. and Vos Jane B. Singer (2016)** <sup>(21)</sup> في نتائجها إلى أن الصحافة الريادية مجال ناشئ، يتطلب مهارات، ودافعا، وعملاً جاداً، وقد تم وصف مؤسساتها بأنها مستقلة وذكية، وكذا تصوير

الصحفي الريادي على أنه مؤسس ومبتكر ومنشئ أعمال مستقل، وكانت نبذة الخطاب بجميع المقالات داعمة لصحافة ريادة الأعمال؛ كونها شكلا من أشكال رأس المال الثقافي والاقتصادي.

وباتباع النهج الكيفي والإثنوغرافي من خلال المقابلات ومجموعات النقاش المركزة جاءت دراسات **Vanessa de Macedo Higgins** (2018) **Maggie Reid** (2018)<sup>(22)</sup>، **Joyce** (2018)<sup>(23)</sup>، **Amanda Daniëlle Brouwers** (2017)<sup>(24)</sup> مستهدفة فحص تأثير التكوينات الهيكلية الحالية لصناعة الإعلام الإخباري على توقعات الصحفيين الرياديين بشأن تطوير العلامات التجارية الشخصية عبر الإنترنت ومدى السيطرة والاستقلالية المدركة لديهم في ضوء الصحافة الريادية، ورصد تصوراتهم لتأثير الابتكارات التكنولوجية على إنتاج الأخبار، وتبين سعي الصحفيين الناشئين لإنشاء نماذج إعلامية ريادية مستدامة ماليا مثل شركة PodGront لإنتاج البودكاست بهولندا لتواجه تحديات الاستقلال التحريري وضغوط التمويل المؤسسي، كما أكد غالبية المبحوثين على حاجتهم لمساحة أكبر لتغطية ريادة الأعمال عبر التقارير والمواد الاستقصائية، وأشاروا إلى أن فهم الفشل في الصحافة الريادية يُعد موجها لممارساتهم اليومية ومرجعا لتقييم أنشطتهم المستقبلية.

ولرصد تأثير الصحافة الريادية في إنشاء المحتوى من قِبَل الصحفيين في ضوء القيم الإخبارية ودرجة تشبُعهم بمهارات تنظيم المشروعات، جاءت دراسة **Akinselure** (2012) **Olawale Franklin** (2012)<sup>(25)</sup> مؤكدة على أن الصحفي هو رائد أعمال، وتميل اهتمامات الصحفيين النيجيريين نحو جني الأرباح للتنافس مع القيم الإخبارية التي تحدد أهمية الأخبار المراد نشرها، وأشار 52% من المبحوثين إلى أن ريادة الأعمال توجه عقليتهم وتنعكس على ممارساتهم المهنية في تغطية القصة وتحريرها ونشرها، وقد حصل 57.3% من المستجيبين على دورات تدريبية في ريادة الأعمال خلال فترة دراستهم للتعامل مع متطلبات المهنة الديناميكية.

ولاستشراف مستقبل توظيف الابتكارات التكنولوجية بغرف الأخبار الرقمية والمؤسسات الإعلامية الناشئة واستراتيجياتها لضمان الاستمرارية، توصلت دراسة **بوطفان حياة وبن كاشر نور الهدى** (2016)<sup>(26)</sup> لبروز سيناريو التعاون بين المؤسسات الإعلامية التقليدية والرقمية وتبني استراتيجيات إعادة ابتكار المحتوى وتنوعه ليناسب المنصات الإخبارية والاعتماد على الاشتراكات والمنح والدعم المالي من قِبَل الأفراد والمؤسسات.

**وفيما يخص الدراسات التي تناولت تعليم الصحافة الريادية بالمؤسسات التعليمية،** فإن ثقافة ريادة الأعمال لا تأتي من فراغ، ولكنها تنبع من المجتمع الذي تنشأ منه؛ لذا فإن وجود مؤسسات تعليمية داعمة لريادي الأعمال عنصر رئيس في بناء قاعدة قوية لها، ويتجلى دور تلك المؤسسات من خلال استقراء العديد من الدراسات لتحديد فعالية تعليم ريادة الأعمال الصحفية في تنمية وعي الطلاب بمفهومها واتجاهاتهم نحوها، وكذا فحص الدوافع المشجعة والعوامل المثبطة لهم نحو بدء مشروعاتهم الخاصة، فقد توصلت دراسات **Asmaa Mohamed** (2022)<sup>(27)</sup> **موزة بنت عبدالله المقبالية** وآخرين<sup>(28)</sup> **Amparo López-Meri, et.al.** (2021)<sup>(29)</sup> إلى اعتماد الطلاب على



مواقع الإنترنت وأعضاء هيئة التدريس والكتب؛ لاستقاء معرفتهم حول زيادة الأعمال وصفات روادها، وأظهر 56.2% من المبحوثين اتجاهات إيجابية نحوها تُعزى لدوافعهم المرتبطة بإدراك الذات والحاجة للاستقلالية والمرونة في العمل، كما اتفقوا جميعاً على وجود معوقات ترتبط بالوضع الاقتصادي وقلة الثقة بالنفس ونقص المعلومات، وانخفاض الربح المتوقع وقلة التدريب والتي بدورها تحول دون تنفيذ المشروعات الريادية، ويمكن حل تلك المعوقات بإنشاء حاضنات الأعمال بالجامعات وتشجيع الدولة للشباب لإقامة المشروعات الريادية وتقديم التسهيلات التمويلية المناسبة لهم، وإعفاء مشروعاتهم من الضرائب، وأن يكون مدربوهم من رواد الأعمال، كما أكدت دراسة **Jane B. Singer and Marcel Broersma (2020)**<sup>(30)</sup> أن ما يقرب من نصف طلاب الصحافة بجامعة جرونينجن الهولندية ولندن بالمملكة المتحدة يعملون لحسابهم الخاص، ويطلق 40% من المبحوثين على أنفسهم مسمى (صحفيون بالقطعة)، وقد اختلفت النتائج جزئياً مع دراسة **Andreu Casero-Ripollés, et.al., (2016)**<sup>(31)</sup> حول الاستعداد المنخفض لدى طلاب الصحافة الأسبانيين للانخراط في زيادة الأعمال، وكان لديهم وجهة نظر سلبية نحو الصحافة الريادية؛ نظراً لحدائتها، وربطها بالعمل دون أجر، وهذا ما يضعها في عالم انعدام الأمن الوظيفي من جهة، ويساويها بالهواية من جهة أخرى، ويتقاطع ذلك مع دراسة **Cindy Elmore and Brian Massey (2012)**<sup>(32)</sup> في أن 83% من الصحفيين قد شغلوا وظائف إعلامية بدوام كامل قبل عملهم لحسابهم الخاص، كما أشار 63.4% أن أساتذتهم بالمرحلة الجامعية لم يناقشواهم مطلقاً حول الخيار الوظيفي للعمل الحر وكيفية تحقيق الربح وسبل إدارة الأعمال التجارية الصغيرة.

وعبر إجراء المقابلات المتعمقة مع 14 من رواد الأعمال بأسبانيا؛ لتقييم آثار التدريب الجامعي على زيادة الأعمال وفكرة إنشاء وتطوير المشاريع الريادية بمجالات الإعلام والصحافة، أُجريت الدراسة الكيفية للباحثين **Pedro Aceituno (2018)**<sup>(33)</sup> مقابلات متعمقة مع 14 من رواد الأعمال بأسبانيا، وأظهرت أن التدريب على زيادة الأعمال أفاد المبحوثين بجوانب التنظيم والتخطيط ووضع نموذج العمل والتسويق، وأشارت دراسة **Helle Meibom and Kirsten Sparre (2016)**<sup>(34)</sup> إلى استفادة طلاب الدراسات العليا بجامعة آر هوس الدنماركية من دراستهم لصحافة زيادة الأعمال في تحديد فرص الابتكار وتقديم الحلول وتنفيذها واختبار مهاراتهم في تنظيم المشروعات.

وجاءت دراسة **Jeremy Christopher Buschow, et.al., (2021)**<sup>(35)</sup>، **Caplan, et.al., (2020)**<sup>(36)</sup> الميدانية لتوصيف علاقة تدريس زيادة الأعمال الإعلامية بتشكيل النوايا الريادية لدى 45 طالباً بالجامعات الأسبانية، وكذا رؤية 13 من معلمي الصحافة لأهمية تعليم الطلاب مهارات زيادة الأعمال استناداً لنظرية السلوك المخطط، وتوصلت إلى أن البرامج التدريبية في الصحافة الريادية قد ساعدت في تطوير عقليات ريادية قوية موجهة نحو الحلول لدى الطلاب ومساعدتهم في التخطيط طويل المدى للقيام بمشروع إعلامي ريادي بعد التخرج، وتتفق النتائج مع دراسة **Jonathan Levie, et.al., (2010)**<sup>(37)</sup> في تأكيد 66.5% على أن تصوير رواد الأعمال في برامج الواقع

التلفزيونية أصبح أكثر إيجابية في السنوات الأخيرة، وأشار 66.4% لتأثيرها في اتخاذ سكان المملكة المتحدة قرارات مستنيرة بشأن تطلعاتهم نحو النشاط الريادي مستقبلاً.

وبالنسبة للدراسات التي استهدفت إجراء تحليل من المستوى الثاني باستخدام قواعد البيانات الإلكترونية جاءت دراسات **and van Weezel<sup>(38)</sup> (2014) Tae Jun ,et.al.**، **Min Hang<sup>(39)</sup> (2007)** مستهدفة رصد التراث العلمي حول كيفية تأثير ريادة الأعمال على الصناعات الإعلامية، وكيف يؤثر خطاب وسائل الإعلام على نقل أنشطتها ويروج لممارساتها، وتوصلت لوجود ارتباط بين تعليم ريادة الأعمال بنوايا تنظيم المشروعات الريادية في ضوء [سمات تعليم ريادة الأعمال والاختلافات بين الطلاب والقيم الثقافية]، كما اتضح تزايد الاهتمام البحثي حول علاقة وسائل الإعلام بريادة الأعمال وقضاياها، فركزت 43 دراسة على موضوعات ريادة الأعمال وإسهامها في نجاح الأعمال الإعلامية وظهور فرص تجارية ناشئة في ظل التقدم التكنولوجي.

ولإيضاح دوافع أعضاء هيئة التدريس نحو تطوير دورات ريادة الأعمال الإعلامية وتصوراتهم حول ما يجب أن يعرفه الطلاب بهذا المجال، فقد اعتمدت دراسة **Michelle Barrett Ferrier<sup>(40)</sup> (2013)** الكيفية في جمع البيانات على المقابلات الهاتفية والاستبيان الإلكتروني والملاحظة مع عينة كرة تلج قوامها 22 من أعضاء هيئة التدريس بمعهد **Scripps Howard Journalism Entrepreneurship Institute** بالولايات المتحدة، فتوصلت الدراسة إلى تنوع دوافع المبحوثين نحو تطوير مقررات ريادة الأعمال ما بين: دوافع الصناعة: أفاق العمل في وسائل الإعلام القديمة آخذة في الانخفاض، وكذا الدوافع المؤسسية: يوفر المسؤولون داخل المدرسة الدافع للتغيير، دوافع التفكير: يشعر أعضاء هيئة التدريس بضرورة تهيئة الطلاب عقلياً للابتكار.

وحاولت دراسة **Michael DeMasi<sup>(41)</sup> (2013)** رصد استجابات أعضاء هيئة تدريس الصحافة الريادية بالجامعات الأمريكية حول مفهوم صحافة ريادة الأعمال، وهل تتعارض مع المعتقدات الراسخة حول أدوار الصحفيين وهويتهم الذاتية؟ وهل يمكن للمرسل أن يوازن بين المطالب والأولويات المتنافسة للصحفي ورائد أعمال؟ وهل تتمتع صحافة ريادة الأعمال "بقوة البقاء" كمسعى أكاديمي؟ فقد أكدت النتائج أن صحافة ريادة الأعمال هي نموذج جديد يتحدى المعتقدات التقليدية للصحفيين واستقلاليتهم من خلال التدريس وتشجيع الطلاب نحو بدء أعمالهم التجارية الخاصة، والتكيف مع التقنيات الجديدة.

**وفي سياق الدراسات التي تناولت التغطية الإعلامية لريادة الأعمال الإعلامية وتجلياتها،** تم تحليل الاتجاهات الموضوعية واللغوية للمعارف التي يتم مشاركتها عبر الشبكات الاجتماعية حول ريادة الأعمال، واستبطن دوافع 291 رائد أعمال من استخدامها أثناء جائزة كورونا بدراسة **نها محمد عثمان<sup>(42)</sup> (2022)** الميدانية والتي أكدت على تنوع دوافع عينة الدراسة في استخدام تلك المواقع لتكوين صداقات وعلاقات متعددة تخدم مجال الأعمال التجارية بنسبة 95.5%، كما أن 46.1% يستخدمونها لمتابعة التوجهات الجديدة بمجال العمل، واتفقت النتائج مع دراستي **Min Hang<sup>(43)</sup> (2020)** و **Datis Khajeheian<sup>(44)</sup> (2017)** التي أجرت تحليلاً ببلوغرافياً متعدد المراحل

لدراسات من 2005 حتى 2017؛ لتقييم الوضع الراهن في مجال بحوث ريادة الأعمال الإعلامية، فقد تبين تزايد الاهتمام البحثي بهذا المجال لاسيما مع تقدم البناء المفاهيمي حول الصحافة الريادية وتنامي دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز انتباه رواد الأعمال والأكاديميين نحوها، كما تبين تعدد الاصطلاحات المقدمة حول ريادة الأعمال الإعلامية واتفقها في عناصر الابتكار والقيمة والتعاون والفائدة المدركة والمصادر والاحتياجات والإدارة والفرص والمنصات الإعلامية.

وبالنسبة لموضوعات ريادة الأعمال وصورة روادها بخطاب وسائل الإعلام،

جاءت دراسات **Anna Iyaloo, (2020) Frida Jernberg, et.al.**،<sup>(45)</sup> و**(2018) Philip T. Roundy and Arben Asllani**،<sup>(46)</sup> و**(2019) Namwandi**،<sup>(47)</sup> لتتحو نحو توظيف تحليل الخطاب والتحليل الأسلوبي والبصري للإعلانات، وكذا توظيف خوارزمية تنقيب البيانات MapReduce لتحليل قضايا ريادة الأعمال، وتوصلت إلى أن أهم الموضوعات المهيمنة بخطاب ريادة الأعمال هي: الأنشطة التسويقية، وريادة الأعمال الرقمية، والاستثمار المهني، فضلا عن أنه قد تم تمثيل رواد الأعمال المذكور بمجلة **Affarsvarlden** السويدية إثر حركة **Metoo#** بعوامل نجاح ارتبطت بوجود شخصية مدفوعة، وأسرة داعمة، والتدابير المالية، واستخدمت إعلانات المشروعات الريادية استراتيجيات التلميح، الاستعارة، المحاكاة الصوتية الرسومية؛ لجذب انتباه العملاء، وتتفق النتائج مع دراسة **Lanre Amodu, et.al.** (2016)<sup>(48)</sup> في اهتمام 40.3% من القاصص الخبرية بالصحف النيجيرية بموضوعات الابتكار بالمؤسسات الناشئة، وكذا قصص رواد الأعمال بنسبة 32.7%، لاسيما بصفحاتها الداخلية بواقع (99.4%)، وفي ذات السياق أكدت دراسة **Miruna Radu and Renaud Redien-Collot** (2008)<sup>(49)</sup> على انقسام خطاب الصحف الفرنسية لثلاث فئات هي: (الشرعية- المعيارية- إمكانية الوصول) بشكل أثر على استصواب القراء ومعتقدات الجدوى وتأجيج النوايا الريادية، واتفق ذلك مع دراسة **Kevin Hindle and Kim Klyver** (2007)<sup>(50)</sup> التي أكدت على وجود ارتباط إيجابي بين حجم قصص ريادة الأعمال بوسائل الإعلام الإخبارية وعدد الأفراد ممن يديرون شركة صغيرة في إطار نموذج التعزيز لاتجاهاتهم نحوها ومعدلات مشاركتهم بمراحل تنظيم المشروعات الريادية، واختلفت النتائج كليا مع دراسة **Bilal Worku** (2017)<sup>(51)</sup> في تدني اهتمام التغطية الإعلامية بهيئة الإذاعة الإثيوبية EBS حول ريادة الأعمال نتيجة أن معظم القصص الإخبارية مصدرها المؤسسات الحكومية.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

باستقراء الدراسات السابقة لوحظ تنوع أهدافها وموضوعاتها حول استكناه بدايات الصحافة الريادية وانعكاسات ريادة الأعمال بخطاب الوسائل الإعلامية التقليدية والرقمية، وأخيرا سبر أغوار الطلاب والمعلمين نحو دمجها بالمنهج الدراسي، وكانت غالبية الدراسات وصفية، وتنوعت أدواتها ما بين تحليل المضمون والخطاب والتحليل النصي والأسلوبي وخوارزميات تنقيب البيانات- أسلوب دلفي لرسم السيناريوهات حول مستقبل الصحافة الريادية بدراسة **بوظغان حياة وبن كاشر نور الهدى** (2016)- وكذا الملاحظة والاستبيانات الإلكترونية، وقد جنحت دراستنا **Vanessa de -Maggie Reid**

**Macedo (2018)** لاتباع النهج الكيفي عبر المقابلات ومجموعات النقاش، وتباينت العينات ما بين رواد الأعمال والمعلمين وطلاب الجامعات، وعينات تحليلية من الصحف ووسائل الإعلام، وتتنوع الأطر النظرية ما بين: [نموذج التعزيز- نظرية التقييم- الأطر- الاعتماد على وسائل الإعلام- السلوك المخطط]، واكتفت بعض الدراسات بتقديم إطار معرفي حول متغيراتها.  
**الإطار النظري للدراسة:**

### نظرية الاتصال التنموي **Development Communication theory**

بدأت ممارسة الاتصال التنموي في الأربعينيات، لكن تطبيقه تزايد بعد الحرب العالمية الثانية على يد **Wilbur Schramm and Everett Rogers**، ويشير لاستخدام تقنيات الاتصال في نشر المعلومات والتسويق للأفكار الإبداعية والدعوة للتواصل بين أصحاب المصلحة وصانعي السياسات لتأسيس بيئات مواتية تقيم المخاطر والفرص؛ لإحداث تغيير اجتماعي وصولاً لتحقيق أهداف التنمية المستدامة<sup>(52)</sup> والتي تتطلب ضرورة تركيز نهج الاتصال على: [الاعتماد على الذات والاستفادة من الموارد المحلية، ودمج التقليدي مع الأنظمة الحديثة، فضلاً عن المشاركة في الأنشطة التنموية] حسبما أشار **Rogers (1976)**<sup>(53)</sup>.

وتعدُّ التغطية الإعلامية لقضايا ريادة الأعمال أمراً بالغ الأهمية؛ كونها اختياراً مهنياً جيداً، وجزءاً رئيساً في تنمية المجتمع، ويرى الإعلاميون أن الاتصال التنموي يهتم بإعلام وتوعية المواطنين بأهمية العمل لحسابهم الخاص، وكذا إمدادهم بالمعلومات التي ترسخ دعائم نمو المشروعات الناشئة؛ ليصبح لوسائل الإعلام قوة ودور غير قابل للاستبدال في تقديم نماذج لأصحاب العمل الحر في إطار مجتمع متطور وحوكمة مستحبة مرتهلة بتوفير منصة للنقاش مع الجماهير والجهات الفاعلة لتوجيههم صوب تبني الريادية كنموذج أعمال قابل للتطبيق.

### نظرية المسؤولية الاجتماعية **Social Responsibility Theory**

تعود إرهاباتها لتقرير لجنة روبرت هوثشير حول حرية الصحافة (١٩٤٢) بالولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم على إرساء مجموعة من المبادئ يلخصها دينيس ماكويل في: (قيام وسائل الإعلام بتنفيذ التزاماتها نحو المجتمع مع مراعاة المعايير المهنية والأخلاقية في نقل المعلومات- تجنب نشر ما يؤدي للجريمة أو توجيه إهانات للأقليات في المجتمع- يجب أن تعمل وسائل الإعلام بشكل ذاتي مستقل، ويكون تدخلها مبرراً لتحقيق المصلحة العامة- تقديم وسائل الإعلام لوجهات النظر المتنوعة والتزامها بحق الرد والتصحيح).<sup>(54)</sup>

وتستفيد الدراسة من النظرية في فهم دور وسائل الإعلام في خدمة المصلحة العامة عبر تقديم تغطية صحفية داعمة لريادة الأعمال وبناء بيئة محفزة لروادها وزيادة الدعم المؤسسي لأنشطتها عبر التعامل التجاري والشراكات والاستثمار ورعاية الفعاليات، فضلاً عن أن رائد الأعمال الصحفي يحتاج أن يكون ملماً بأساسيات ريادة الأعمال كالخطيطة

ودراسة السوق وتحليل الجمهور، وكذا الإلمام بأسس تحرير منتجها الفكري والثقافي لاسيما في ظل انتشار المنصات التي تتيح الربح من المحتوى الريادي، من هنا تجلت الحاجة لتعليم طلاب أقسام الإعلام مبادئ صحافة ريادة الأعمال وفقا لمبدأ "فكر عالمياً وطبق محلياً" والاستفادة من التجارب الدولية فيما يتعلق ببدء التشغيل وتحويل الأفكار لخطط عمل، وهذا ما يندرج ضمن المسؤولية الاجتماعية للإعلام.

**\*مصطلحات الدراسة:** ويعرفها الباحث إجرائياً فيما يلي:

**الصحافة الريادية:** تقديم محتوى صحفي حول ريادة الأعمال ويبرز أهميتها ونتائجها على الفرد والمجتمع، ويروج للشركات الناشئة وتجارب رواد الأعمال بكافة المجالات؛ بما يعزز القدرات التنافسية ورفع مستوى الخبرة لدى الرياديين الطامحين للاستقلال المهني وتحقيق الربح.

**الصحفي الريادي:** هو صحفي ورائد أعمال متمرس قادر على ابتكار نماذج أعمال إخبارية جديدة ليصبح المالك بعيداً عن المسار الوظيفي التقليدي، ويتحمل المخاطر المالية للملكية مع مراعاة الحاجة لتحقيق الربح دون التضحية بالجودة والأخلاق التي يتوقعها الأفراد ويسهم بدور فاعل في التغيير الاجتماعي.

**تعليم صحافة ريادة الأعمال:** نشاط مقصود يشمل برنامجاً تدريبياً أو منهجاً تربوياً لطلاب الإعلام يستهدف إكسابهم مهارات تنظيم المشروعات الصحفية المبتكرة والتعرف على سمات الكتابة الصحفية حول مجالات ريادة الأعمال بشكل يعزز انتقالهم من المسار التقليدي لمهنة الصحافة -مراسل بإحدى المؤسسات الصحفية- إلى صحفي حر أو رائد أعمال يطلق وسيطاً إعلامياً بشكل فردي أو جماعي للقيام بواجبات تحريرية وتحقيق الربح.

**\* الإجراءات المنهجية للدراسة:**

**أولاً: تساؤلات الدراسة:** تتضح في التساؤل الرئيس التالي:

ما ملامح إنتاج الصحافة الريادية كنمط مستحدث في البيئة العربية؟

**وينبثق منه عدة تساؤلات فرعية هي:**

1. ما أهم السمات التحريرية التي تتميز بها الصحافة الريادية العربية مقارنة بالنموذج الأمريكي؟
2. ما أشكال التنوع في القضايا المطروحة ومصادر المعلومات بالصحافة الريادية العربية والأمريكية؟
3. ما القوالب التحريرية الأكثر استخداماً بمواقع الصحافة الريادية العربية والأمريكية؟
4. ما أبرز أساليب تصميم مواقع الصحافة الريادية على مستوى الواجهة الرئيسية واتجاهها؟
5. إلى أي مدى وظفت مواقع الصحافة الريادية قيد الدراسة العناصر التفاعلية والوسائط المتعددة؟
6. ما أهم سمات المنهج المقترح لطلاب الإعلام في الصحافة الريادية من منظور التجارب الدولية؟

### ثانيا: نوع الدراسة ومنهجها:

(أ) نوع الدراسة: تُعدُّ الدراسة من الدراسات الوصفية الراصدة لملامح إنتاج الصحافة الريادية على مستويات التحرير والتصميم بموقعي الدراسة وتقديم منحنى تفسيري لتجليات ريادة الأعمال وفرص العمل المستقلة وكيفية التسويق للأفكار الإبداعية بتلك المواقع، ومحاولة وضع تصور لمنهج مقترح لطلاب الإعلام يروِّج لثقافة ريادة الأعمال الصحفية وأساليب الكتابة حولها والتعريف بال نماذج الناجحة لروادها وسبل تحقيق الربح.

(ب) منهج الدراسة: تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي كمطلب منهجي يتلاءم مع طبيعة الدراسة، عبر أسلوب تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي، وكذا أسلوب المقارنة؛ لاكتشاف أوجه الشبه والاختلاف بين مواقع الصحافة الريادية العربية والأمريكية على مستوى التحرير والتصميم.

### ثالثا: مجتمع وعينة الدراسة:

يحدد مجتمع الدراسة في مواقع الصحافة الريادية العربية والأمريكية، وقد تم تحليل مضمون المواد التحريرية بواقع (311) مادة صحفية والتي قُسمت بواقع (163) مادة لموقع رائد أعمال مصر، وكذا (148) مادة لموقع allbusiness، فضلا عن تحليل أساليب تصميم واجهات كلا الموقعين، وذلك في الفترة من 2022/9/1 حتى 2022/9/30 ولمدة شهر كامل بأسلوب المسح الشامل.

### رابعا: أدوات الدراسة:

لقد اعتمد الباحث في بناء أداة تحليل المضمون على القراءة المتعمقة للدراسات المماثلة للدراسة الحالية؛ لاستقاء مؤشرات التحليل وصولا لصياغة فئات كمية وكيفية قابلة للعد والقياس، كما تم إجراء تحليل استطلاعي لبعض المواد الصحفية بموقعي الدراسة، فضلا عن إجراء الصدق والثبات للأداة حيث تم عرض صورتها الأولية على السادة المحكمين (\*\*). وإجراء التعديلات المطلوبة، حيث اتفقوا بنسبة (89%) على صلاحيتها للتطبيق، ولحساب الثبات تم الاستعانة باثنين من الباحثين (\*\*\*) وإعادة تحليل 10% من المواد الصحفية قيد التحليل بعد مرور أسبوعين، وقد استخدم الباحث معادلة هولستي وفقاً للخطوات الآتية:

\* إذا رمزنا للمحللين بالرموز (أ، ب، ج) تكون حالات الثبات كالتالي: (أ، ب، ج).

$$\boxed{\text{ثبات أ ب}} = \frac{2 \times \text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق}}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{143 \times 2}{311} = 0,919.$$

$$\boxed{\text{ثبات أ ج}} = \frac{2 \times \text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق}}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{141 \times 2}{311} = 0,906.$$

$$\boxed{\text{ثبات ب ج}} = \frac{2 \times \text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق}}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{136 \times 2}{311} = 0,874.$$

☒ ترتيب الوسيط =  $\frac{1+n}{2} = \frac{1+3}{2} = 2$ ، وبترتيب قيم الوسيط تنازلياً أو تصاعدياً، تصبح قيمته = 0,906 وهي قيمة تدل على ثبات الأداة وصلاحيتها للتطبيق.

\* نتائج الدراسة:

جدول (1) موضوعات الصحافة الريادية العربية والأمريكية بموقعي الدراسة

الإجمالي			allbusiness			راند أعمال مصر			الموقع
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
4	17	53	4	11.4	17	2	22.1	36	نشر ثقافة ريادة الأعمال ومستجداتها ودورها المجتمعي
2	23.4	73	1	36	53	4	12.3	20	أفكار إبداعية وابتكارات ومقترحات للاستثمار المهني
3	21.5	67	2	26.4	39	3	17.2	28	التمويل والشراكة والرعاية للمشروعات الناشئة
7	2.5	8	6	2	3	7	3.1	5	تمكين ريادة الأعمال النسوية
1	24.1	75	3	14.2	21	1	33.1	54	ريادة الأعمال التكنولوجية
6	3.5	11	7	1.3	2	6	5.5	9	ريادة الأعمال الاجتماعية
5	8	24	5	8.7	13	5	6.7	11	قصص نجاح لرواد الأعمال وشركات ريادية
-	100	311	-	100	148	-	100	163	الإجمالي

بالنسبة لموضوعات ريادة الأعمال اهتم موقع راند أعمال مصر بموضوعات ريادة الأعمال التكنولوجية Technopreneurism فتصدرت الترتيب الأول بنسبة 33.1%؛ كونها عاملاً فعالاً في تعزيز اقتصاد السوق التنافسي للقرن الحادي والعشرين بكافة المجالات، ويُطلق عليها مسميات عدة أهمها ريادة الأعمال الرقمية Digital Entrepreneurship، أو الإلكترونية E-entrepreneurship أو السيبرانية Cyber-Entrepreneurship والتي تتعلق بالاستفادة من ملامح التقدم التكنولوجي في تشكيل مستقبل المهن وتوفير العديد من الفرص التجارية غير المسبوقة، وكذا دعم المدفوعات والتجارة الإلكترونية والتحول الرقمي والتسويق الإلكتروني والذي يرتبط بشكل وثيق بريادة الأعمال، وتجلي ذلك في " تعيين شركة NetDragon Websof روبوت "تاج يو" رئيساً تنفيذياً- طرح مايكروسوفت نظارتها بتقنية الواقع المختلط "هولولنز 2" في الإمارات"<sup>(55)</sup>، وفي المقابل ركز موقع allbusiness على موضوعات تتناول الأفكار الإبداعية والابتكارات ومقترحات للاستثمار المهني بنسبة 36%؛ كون الريادة تعتمد على مبدأ ابتكار أفكار ونماذج أعمال ريادية وفتح أسواق متنوعة تنطلق إليها اقتصاديات العصر الرقمي لتلبية متطلبات المستهلكين، فضلاً عن الابتكار التنظيمي للصناعات؛ بغية تحقيق منافع اجتماعية واقتصادية كأدوات قوية لاستدامة الاقتصاد، وتجلت في "فكرة الاستقالة الهادئة quiet quitting وكيفية فهمها وإدارتها في مكان العمل- طرق مبتكرة تُمكن القادة من تحسين مكان العمل للموظفين- أفكار للعمل من المنزل بنجاح- تاجر الخيارات Options Trader خطر أم ذكي؟"<sup>(56)</sup>، وجاءت النتائج متفقة مع دراسات Anna Iyaloo Namwandi (2019)<sup>(58)</sup>، Frida Jernberg, et.al. (2020)<sup>(57)</sup>، Philip T. Roundy and Arben Asllani (2018)<sup>(59)</sup> في هيمنة موضوعات ريادة الأعمال الرقمية والاستثمار المهني والأنشطة التسويقية على الخطاب الإعلامي نحو ريادة الأعمال، وكذا أكدت دراسة Lanre Amodu, et.al. (2016)<sup>(60)</sup> على اهتمام 40.3% من القصص الخبرية بالصحف النيجيرية بموضوعات الابتكار بالمؤسسات الناشئة.

**وبالترتيب الثاني** جاءت فئة موضوعات نشر ثقافة ريادة الأعمال ومستجداتها ودورها المجتمعي بموقع رائد أعمال مصر بنسبة 22.1%؛ استجابة لحرص القيادات السياسية والمجتمعية على تحويل المجتمعات النامية إلى مجتمعات رائدة تعظم مكتسباتها الاقتصادية عبر إقامة الفعاليات والأنشطة والمبادرات وتنظيم المعارض وورش العمل للتدريب على ريادة الأعمال وتبادل الخبرات لنشر ثقافة العمل الحر وإشراك المجتمع المحلي في عملية توظيفها كأهم ركائز الصحافة الريادية أو المبادرة التي تستهدف توجيه النصائح للرواد ومعرفة سبل الاستعداد للتغيرات الاقتصادية المضطربة، وتقديم المقترحات لتعزيز الاستثمار المهني والتي أثرت على استصواب القراء لجدوى ريادة الأعمال وتأجيج نواياهم الريادية، وتجلي ذلك في "إطلاق وزارة التخطيط ورواد 2030 للملتقى السنوي الثالث للشركات الناشئة في مصر- لماذا نحتاج ريادة الأعمال في الوقت الراهن؟" (61) ويتفق ذلك مع نتائج دراستي **Min Hang (2020)** (62) و **Datis Khajeheian (2017)** (63)، **منصور نايف ومجد فتحى (2015)** (64) في تزايد الاهتمام البحثي حول البناء المفاهيمي لريادة الأعمال ومجالاتها وتنامي دور المنصات الاجتماعية في تعزيز انتباه رواد الأعمال والأكاديميين نحوها ونشر ثقافتها داخل قطاعات المجتمع؛ بوصفها عامل استقرار اقتصادي واجتماعي يسهم في تكوين إدراكات إيجابية واستعدادات تنموية لدى شرائح المجتمع لاسيما الشباب كونهم رواد الأعمال في المستقبل، وفي المقابل ركز موقع allbusiness على موضوعات التمويل والشراكة والرعاية بنسبة 26.4% من خلال إيضاح أبرز الهيئات والشركات الممولة للمشروعات الريادية الصغيرة والمتوسطة، وكذا إنشاء حاضنات أعمال وتوطين الصناعات المحلية لتحقيق التنمية المستدامة عبر منح المنتجات ميزات تنافسية والتسويق للعملاء والمستثمرين، وتمثل ذلك في "البلدان الأكثر ملائمة لريادة الأعمال التجارية في أمريكا اللاتينية" (65).

**وبالنسبة للترتيب الثالث** جاءت فئة موضوعات التمويل والشراكة والرعاية بنسبة 17.2% بموقع رائد أعمال مصر وتجلت في "عقد الاتفاقات وبروتوكولات التعاون كملتقى الشركات الناشئة السنوي الثالث بمقر جريك كامبس لرعاية الأفكار الريادية وحجم التمويل والخدمات اللوجستية- مبادرة رواد النيل التابع للبنك المركزي لتطوير الأعمال الناشئة- توقيع شركة أورنج مصر اتفاقية شراكة مع منصة TOD الرقمية" (66)، ويتفق ذلك مع دراسة **بوطغان حياة وبن كاشر نور الهدى (2016)** (67) في بروز سيناريو التعاون بين المؤسسات الإعلامية التقليدية والرقمية وتبني استراتيجيات إعادة ابتكار المحتوى وتنوعه ليلائم المنصات الإخبارية والاعتماد على الاشتراكات والمنح والدعم المالي من قبل الأفراد والمؤسسات، وعلى النقيض اهتم موقع allbusiness بموضوعات ريادة الأعمال التكنولوجية بنسبة 14.2% وتمثلت في "الاهتمام بمواقع الدفع والتسوق الإلكتروني وتطور المنصات الرقمية كاليوتيوب وسناب شات والخدمات الرقمية بمجالات العمل الريادي أو تقديم شركة safehub الدعم التكنولوجي للشركات الناشئة لمواجهة الكوارث الطبيعية - أسماء نطاقات الإنترنت الأكثر قيمة للعمل الريادي" (68)، وجاءت باقي الفئات الفرعية الأخرى بمراتب متأخرة.



وقد لاحظ الباحث التباين الكلي في تناول كلا الموقعين لموضوعات زيادة الأعمال بجميع الفئات الفرعية فيما عدا اتفاقهما في فئة قصص نجاح رواد الأعمال وشركات ريادية ناشئة فجاءت بالترتيب الخامس بنسب 6.7%، و8.7% على التوالي؛ حيث تسهم تجارب رواد الأعمال الملهمة في تفعيل المزايا التنافسية بين الرواد وتشجيع الآخرين على دخول عالم الريادة وإبراز محطات النجاح والفشل للشركات الناشئة مع استخلاص كل ما يفيد الأجيال المقبلة، وكذا رفع مستوى الخبرة عند الرياديين والطامحين للعمل الحر وتجلت تلك الفئة بموقع رائد أعمال مصر في "وليد حسونة الرئيس التنفيذي لشركة فاليو للتمويل الاستهلاكي ونائب رئيس مجلس إدارة شركة EFG-EV لرأس المال المغامر- تجربة الشركة المصرية لمستحضرات التجميل [إي سي سي] واستحوادها على حصة أغلبية في تسويق وبيع مستحضرات التجميل المصرية برأسمال قيمته 5 مليون دولار- قصة نجاح هدير شلبي رائدة أعمال والمدير التنفيذي لشركة طلبات مصر"<sup>(69)</sup>، وتجلت تلك الفئة بموقع allbusiness في "قصة نجاح jack owoc الرئيس التنفيذي لشركة bang - قصة نجاح مؤسسي سناب شات Jeff Bezos - bobby toas and evan Spiegel مؤسس شركة أمازون"<sup>(70)</sup>، واتفقت النتائج مع دراسة Anna Lindbäck, et.al., (2020)<sup>(71)</sup> في تمثيل رواد الأعمال الذكور وقصص نجاحهم بمجلة الأعمال السويدية Affarsvarlde وعوامل نجاحهم المرتبطة بشخصية مدفوعة، ونشاط ترفيهي رفيع المستوى، وأسرة داعمة، والتركيز على التدابير المالية والنظرة العالمية، واختلفت النتائج مع دراسة Lanre Amodu, et.al. (2016)<sup>(72)</sup> في اهتمام القصاص الإخبارية بالصحف النيجيرية بأخبار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بواقع 40.3% كما ركزت أيضا على رواد الأعمال النيجيريين بنسبة 32.7%، ولوحظ انخفاض تغطية تلك الصحف لموضوعات الدعم الحكومي وكذا الشراكات والرعاية بتلك الصحف بواقع 9.6% و4.9% على التوالي.

جدول (2) وظائف مضامين الصحافة الريادية العربية والأمريكية بموقعي الدراسة

وظائف المضامين	راند أعمال مصر			allbusiness			الإجمالي		
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
إعلامية	48	25.8	2	5	3.1	6	53	15.3	3
تحليلية وتفسيرية	34	18.2	3	43	27	2	77	22.3	2
استشرافية	2	1	7	8	5	5	10	2.9	5
نقدية	7	4	6	2	1.2	7	9	2.6	6
ترويجية	60	32.3	1	21	13.1	3	81	23.4	1
توجيهية	12	6.4	5	69	43.1	1	81	23.4	1
أكثر من وظيفة	23	12.3	4	12	7.5	4	35	10.1	4
الإجمالي	186	100	-	160	100	-	346	100	-

تشير النتائج إلى تصدُر الوظيفة الترويجية بمضامين موقع رائد أعمال مصر الترتيب الأول بواقع 32.3% والتي ترتكن لإبراز الاستراتيجيات الحكومية والخاصة الداعمة لمجالات زيادة الأعمال وتمويلها والتركيز على أنواع الرواد وسماتهم والتسويق لمشروعاتهم وأفكارهم وعلاماتهم التجارية الخاصة وإنشاء طرق فعالة للتفاعل مع العملاء، وتمثلت في (الترويج لفكرة الاستثمار الملائكي في مصر- مبادرات البنك المركزي المصري

لتوطين الصناعات المحلية وتحقيق الشمول المالي- التسويق للخدمات التكنولوجية لشركة جولف كابيتال وشركة إيدو العراقية- إطلاق منصة شروة تطبيق للتسوق الإلكتروني التشاركي<sup>(73)</sup>، فيما ركزت مضامين موقع **allbusiness** بنسبة 43.1% على تحقيق الوظيفة التوجيهية؛ لتقوم بمهمة التأثير في جمهور متنوع ومتفاوت ومحاولة إيجاد اتفاق عام بينهم حول أهمية قيادة الأعمال وتعظيم استفادتهم من آراء ونصائح الخبراء المقدمّة في مجالاتها وتحسين ممارساتهم المعرفية والعملية في بدء مشروعاتهم الريادية، وتجلت في "توجيه أمهات الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة لكيفية بدء أعمال تجارية- سبل تحسين صفحات الويب لزيارة المحتوى- الإشارة لمصادر التمويل والمدن الأكثر ملائمة لبدء المشروعات الريادية وأهم رواد الأعمال في شتى المجالات)<sup>(74)</sup>، وتتفق النتائج مع دراستي **Tim P.Vos and jane B.Singer (2016)** <sup>(75)</sup> **Maggie Reid (2018)** <sup>(76)</sup> في تركيز خطاب صحافة قيادة الأعمال على الترويج والتوجيه نحو مجالات قيادة الأعمال والتأكيد على أهميتها للبقاء في العصر الرقمي كشكل من أشكال رأس المال الثقافي، كما أن الصحفيين الناشئين يسعون بشكل دائم صوب عمليات تسليع الذات والعلامات التجارية الشخصية والحصول على الاعتراف من قبل الجماهير في محاولات لبناء حياة مهنية مستدامة.

وفي الترتيب الثاني جاءت الوظيفة الإعلامية بنسبة 25.8% في راند أعمال مصر لتقديم المعلومات اللازمة لرواد الأعمال الناشئين ومحاولة تقليل مخاوفهم نحو بدء أعمالهم التجارية الخاصة عبر نقل وتوثيق التجارب والتحديات والفرص التي تواجه رواد الأعمال الناجحين، وكذا التركيز على المبادرات وبروتوكولات التعاون وحاضنات الأعمال المعززة لرياد الأعمال ونموها والمحقة للتنمية المستدامة وتمثلت في "شركة «EFG-EV» لرأس المال المغامر واستثماراتها في 18 شركة ناشئة- إطلاق مبادرة رواد النيل برنامجاً لتعميق التصنيع المحلي والتوطين التكنولوجي بالتعاون مع بنكي مصر والتنمية الصناعية"<sup>(77)</sup>، فيما ركز موقع **allbusiness** على الوظيفة التحليلية والتفسيرية بنسبة 27%، فركزت المضامين على الاستعانة بآراء الخبراء ورواد الأعمال وبيان المحفزات والمعوقات التي تواجههم ومصادر أفكارهم الإبداعية وخطوات نجاح مشروعاتهم الريادية وكيفية تطوير فكرة المشروع لنموذج عمل تجاري ناجح وسبل التعرف على العملاء المستهدفين واحتياجاتهم واستراتيجيات الوصول إليهم وقنوات التوزيع، وبذلك تصبح المواد التحريرية أكثر مصداقية وعمقا في الطرح بما يزيد من إقناع الجمهور بالمعلومات المقدمة، وهذا ما يتوافق مع اعتمادها على المقالات كأبرز الفنون التحريرية، وتجلي ذلك في (كيفية تحسين صفحات الويب الخاصة بك لزيادة التحويل- كيفية تحقيق الدخل من إنشاء المحتوى كجزء من الاقتصاد الخلاق- توضيح مكان الاختلاف بين راند الأعمال والموظف- كيف تعمل العلامات التجارية google-nike-dove-coca cola على إنشاء إعلانات حساسة ثقافياً)<sup>(78)</sup>

وفي الترتيب الثالث، ركز موقع راند أعمال مصر بواقع 18.2% على تحقيق الوظيفة التحليلية والتفسيرية، مثل: [تقديم لمحة عن شركات قيادة الأعمال في السوق المصرية وخدماتها وما تسهم به حاضنات الأعمال في دعم الشركات الناشئة مثل حاضنة

كلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة القاهرة - حجم التمويلات الممنوحة لقرابة 1.6 مليون مشروع صغير ومتناهي الصغر خلال 8 سنوات- الإشارة لأسباب أهمية زيادة الأعمال في المرحلة الراهنة لتنويع مصادر الدخل وتحقيق التنمية الاقتصادية<sup>(79)</sup>، فيما ركز موقع **allbusiness** على الوظيفة الترويجية بنسبة 13.1% لقصص النجاح للشركات الريادية ورواد الأعمال مثل "قصص نجاح jeff Bezos الرئيس التنفيذي لشركة أمازون- Roman Karanof مؤسس شركة Able لربط الأشخاص بالموردين الصحيين، والإشارة لقصة نجاح اليوتيوب، استثمارات رأس المال والقطاعات المستهدفة والتسويق للعملاء والخطط التوسعية للشركات الريادية"<sup>(80)</sup>، وجاء باقي الوظائف بمراتب متأخرة.

وقد لاحظ الباحث التباين الجزئي بنتائج كلا الموقعين فيما عدا اتفاقهم في تحقيق مضامينها لأكثر من وظيفة فجاءت بالترتيب الرابع بنسب 12.3%، 7.5% على التوالي وتمثلت في "تعرف على أهم حاضنات الأعمال الداعمة للشركات الناشئة في مصر"<sup>(81)</sup> حيث الإشارة لأهم حاضنات الأعمال وكذا توجيه الرياديين لمصادر التمويل واستشراف رؤية الدولة لزيادة الشركات الناشئة، وبموقع **allbusiness** "5 طرق يمكن للمسوقين من خلالها مواجهة تحديات موسم التسوق بعطلة 2022"<sup>(82)</sup> ويشير النموذج لاستشراف مستقبل المبيعات والإعلانات لشركات جوجل وأمازون خلال عطلة أعياد الميلاد، والتوجيه لأهم تحديات الشركات الناشئة وكيفية مواجهتها، وكذا تفسير استراتيجيات الجهات التسويقية لتحقيق النجاحات وتحليل حركة المسوقين على مستوى العالم وعروضهم الترويجية.

### جدول (3) مصادر المعلومات بالصحافة الريادية العربية والأمريكية بموقعي الدراسة

الموقع	راند أعمال مصر			allbusiness			الإجمالي		
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
مندوب صحفي	5	2.5	9	9	5.6	6	14	3.9	9
خبراء ورواد أعمال	3	1.5	11	53	34	1	56	16	2
صحف عربية وعالمية	6	3	8	2	1.3	10	8	2.2	11
مواقع وصفحات إلكترونية ذات صلة	12	6.1	7	32	20.2	2	44	12.4	3
دراسات وأبحاث	4	2	10	7	4.4	7	11	3.1	10
مؤسسات حكومية وخاصة	15	7.6	6	16	10.1	4	31	9	6
وثائق وتقارير	22	11.2	4	5	3.1	8	27	7.6	7
الموقع الصحفي الريادي ذاته	38	19.4	2	3	1.8	9	41	11.5	5
مسؤولين	18	9.2	5	0	0	-	18	5	8
	40	20.4	1	21	13.2	3	61	17.2	1
أكثر من مصدر	33	17	3	10	6.3	5	43	12.1	4
الإجمالي	196	100	-	158	100	-	354	100	-

يتضح تبين كلا الموقعين في مصادر المعلومات التي اعتمدا عليها في تقديم موضوعات ريادة الأعمال، فاهتم موقع راند أعمال مصر بمسئولي القطاع الخاص بنسبة 20.4% وبالترتيب الأول؛ كونهم شركاء في عملية التنمية ويسعون للتفكير خارج الصندوق ويقدمون المعلومات من واقع خبراتهم العملية بما يُعزز الانتقال من مجتمع وظيفي لمجتمع قادر على خلق فرص العمل، وهذا ما يجعل ريادة الأعمال سبيلاً لأن يصبح كل فرد قائد

نفسه ومديرها، فهي تتيح مساحة كبيرة من الحرية وإمكانية الابتكار وتحقيق أعلى أرباح ممكنة دون الحاجة للعمل عند الآخرين وتحت قيادتهم، وتجلى ذلك في (هبة لبيب المدير التنفيذي لمبادرة رواد النيل- هبة مدحت المؤسس والمدير التنفيذي لحاضنة أعمال كلية الاقتصاد والعلوم السياسية- نضال عصر الرئيس التنفيذي والعضو المنتدب للبنك المصري الخليجي Eg bank- أحمد ماهر الرئيس التنفيذي لشركة الدكان- أزيد حسين الرئيس التنفيذي لشركة إيدوبا العراقية لحلول التعليم الإلكتروني- وليد حسونة الرئيس التنفيذي لشركة فاليو للاستثمار)<sup>(83)</sup>، بينما اهتم موقع allbusiness بالخبراء ورواد الأعمال بنسبة 34% باعتبارهم المسؤولين عن صنع أشياء جديدة في معرض بحثهم عن الربح وأنهم قادرون على التعامل مع عدم اليقين وتحمل المخاطر العالية؛ أملا في الحصول على المكافآت، كما أنهم نماذج يُحتذى بها في اتخاذ القرارات بشأن كيفية إنشاء مشروعات ريادية ناجحة وسبل تحديد أفراد فريق العمل بكل دقة، وكذلك تحديد نوعية العمل المناسبة لكل فرد، وبيان سبل التغلب على العوامل المثبطة لمشروعات الرياديين وتحفيزهم على الاستمرارية، وكذا تقديم مقترحات وإعداد الدراسات الاستشارية وطرح أفكار إبداعية للارتقاء بالمجتمع، وتمثلت تلك الفئة في "Nellie akalp خبيرة ورائدة أعمال بشركة corp net.com- Jennifer terney مديرة العمليات شركة full velocity consulting"<sup>(84)</sup>.

**وبالترتيب الثاني** جاءت فئة الاعتماد على الموقع الصحفي الريادي ذاته كمصدر للمعلومات برائد أعمال مصر بنسبة 19.4%؛ نظرا لتزايد المخاوف المعبر عنها مؤسساتيا ومجتمعيا من التدفق الهائل للمعلومات عبر ناشرين أو محررين لا يحتكمون للتقاليد الإعلامية الكلاسيكية المتعارف عليها مهنيا وأخلاقيا وتراتبيا محدثة بذلك تصدعا في الحقائق بشكل مخيف في كثير من الأحيان، وأصبحت مواقع الصحافة الريادية ذاتها مصدرا إعلاميا وتملك من المعلومات والمصادر ما لا تملكه الوسائل الأخرى سعيا نحو تحقيق صلة وثيقة بين المتلقي والموقع قد تنتج عنها بمرور الزمن تغطية إخبارية موضوعية لا تغفل ما يستحق النقد وتقديم المعلومات التي يبحث عنها<sup>(85)</sup>، في حين اهتم allbusiness باستقاء معلوماته وتوثيقها من مواقع وصفحات إلكترونية ذات صلة لتقديم موضوعاته حول ريادة الأعمال بواقع 20.2% سواء كانت للمواقع الرئيسية لنشر المعلومات أو صفحات التواصل الاجتماعي أو مواقع لموضوعات ذات صلة أو مواقع لمسؤولين أو خبراء؛ اتساقا مع التحولات الرقمية العالمية والمواقع الاقتصادية المتغيرة الذي أدى بدوره لتغيير الممارسات ونماذج الأعمال الصحفية عبر الوسائل الجديدة والتي تلبي مطالب المستخدمين في متابعة تفاصيل الموضوعات التي يريدونها، وإضافة معلومات ذات صلة بمنصات رقمية أخرى ترتبط بالموقع بما يوفر الوقت والجهد في البحث ويحقق جذبا لعدد أكبر من المتصفحين والتواصل معهم، وتمثل ذلك في "موقع لمجلة forbes - موقع مجلس رواد الأعمال الشباب Young Entrepreneur Council أو مواقع لشركات ريادية أو صفحات للخبراء"<sup>(86)</sup>.

**وبالترتيب الثالث** اعتمد موقع رائد أعمال مصر على أكثر من مصدر في تقديم المعلومات بنسبة 17% بشكل يظهر الثراء المعلوماتي لموضوعات الموقع وقدرته على جمع المعلومات من مصادر متنوعة واستعراض الموضوعات من زوايا مختلفة، وتجلى ذلك في الاعتماد على الموقع ذاته، وكذا محمد إسماعيل الخبير الاقتصادي- هدير شلبي رائدة

أعمال- إحصائيات وتقارير المركز الإعلامي لمجلس الوزراء ونتائج استبيان لشركة أكويكس الإماراتية- تقرير ومضة عن الشركات الناشئة بمنطقة الشرق الأوسط- مسؤولين حكوميين مثل شريف لقمان وكيل محافظ البنك المركزي المصري للشمول المالي- تيري بيرتون رئيس الصناعة في الاتحاد الأوروبي<sup>(87)</sup>، فيما اهتم موقع allbusiness بتقديم المعلومات من خلال مسؤولين في القطاع الخاص بنسبة 13.2% وهذا ما يتفق مع التوجه نحو تكوين مشروعات ريادية، فالمسؤولون عنها باتوا مصدرا رئيسا للمعلومات؛ كونهم الأجدر على معرفة مكامن الفائدة والخطر في تنفيذها وبشكل يقدم خبرات ثرية وواقعية للطمحين نحو محاكاة تلك المشروعات، ومن أبرز هذه المصادر ( Adan C. Bandel العضو المنتدب لشركة bandelli&associate للخدمات الاستشارية للقيادة – jack owoc رائد أعمال ورئيس شركة bang -dayer bill نائب الرئيس التنفيذي للخدمات المضيفة لشركة Taos)<sup>(88)</sup>.

بينما في الترتيب الرابع جاءت فئة وثائق وتقارير بموقع رائد أعمال مصر وفئة المؤسسات الحكومية والخاصة كمصدر للمعلومات بموقع all business بنسب 11.2%، 10.1% على التوالي وتمثلت في الموقع الأول بتقرير مؤسسة شركة الاستشارات الإدارية ماكنزي في نيويورك عن هيمنة الذكاء الاصطناعي على المهن التقليدية- تقرير ومضة عن الشركات الناشئة في الشرق الأوسط- تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال الصادر عن كلية إدارة الأعمال بالجامعة الأمريكية- بيان مؤسسة british international investment بالمملكة المتحدة- تقرير اللوبي الأوربي لمشغل الاتصالات ETNO مايو 2022<sup>(89)</sup>، وجاءت المؤسسات الحكومية والخاصة كمصدر للمعلومات مثل "مجلس رواد الأعمال الشباب Young Entrepreneur Council"<sup>(90)</sup>، وجاءت باقي الفئات بمراتب متأخرة، واختلفت النتائج مع دراسة Bilal Worku (2017)<sup>(91)</sup> في أن معظم القصص الإخبارية بهيئة الإذاعة الإثيوبية EBC عن ريادة الأعمال هي أحداث مصادرهما مسؤولون حكوميون.

جدول (4) الفنون التحريرية المستخدمة في الصحافة الريادية العربية والأمريكية بموقعي الدراسة

الإجمالي			allbusiness			رائد أعمال مصر			الموقع	
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	الفنون التحريرية	
3	14	43	-	0	0	2	26.4	43	الخبر	الإخبارية
2	29.2	91	2	25	37	1	33.1	54	التقرير	
5	7	22	-	0	0	3	13.4	22	القصة الإخبارية	
4	8	25	3	4	6	4	11.6	19	الحديث الصحفي	الاستقصائية
7	2	6	-	0	0	7	3.6	6	التحقيق الصحفي	
1	36.3	113	1	69	102	5	7	11	المقال الصحفي	مواد الرأي
6	3.5	11	4	2	3	6	4.9	8		الإعلانات
-	100	311	-	100	148	-	100	163		الإجمالي

تشير النتائج لاختلاف الفنون التحريرية المستخدمة بموقعي الصحافة الريادية العربية والأمريكية قيد الدراسة، حيث انصب جل اهتمام موقع رائد أعمال مصر بتوظيف الأشكال الإخبارية؛ حرصاً من قِبَل الموقع على التزام الموضوعية والمعلومات التفصيلية حول ريادة الأعمال كنمط مستحدث في البيئة العربية، فجاءت التقارير الصحفية بنسبة 33.1% بالترتيب الأول؛ كونه فناً صحفياً يجمع بين المادة الإخبارية الحديثة والمنظور التاريخي والرؤية التحليلية للكاتب، وقد لاحظ الباحث تركيز الموقع على تقديم تقارير حول التقارير الرسمية مثل "التقرير الذي أعدته شركة الاستشارات الإدارية ماكنزي حول سيطرة الذكاء الاصطناعي والروبوتات على المهن بالسنوات القادمة، تقرير منصة ومضة عن الشركات الناشئة وتمويلها- تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال بكلية إدارة الأعمال بالجامعة الأمريكية حول واقع ومستقبل ريادة الأعمال في مصر"<sup>(92)</sup>، ثم جاء الخبر والقصة الإخبارية بنسب 26.4%، 13.4% بالترتيب الثاني والثالث على التوالي؛ لمواكبة التطور المستمر واللحظي بهذا المجال تحقيقاً لمبدأ المصادقية والواقعية، وتجلي ذلك "حاضنة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة القاهرة تحتفل بتخريج 7 شركات ناشئة جديدة- المركزي يزيد من مراكز خدمات تطوير الأعمال إلى 100 مركز- رائدات الأعمال الفائزات بمسابقة Visa She's Next- تعاون شركة هواوي مع Falak Startups لتطوير النظام البيئي لريادة الأعمال في مصر"<sup>(93)</sup>، وتتفق النتائج مع دراسة Jonathan Levie, et.al., (2010)<sup>(94)</sup> إلى أن التغطية الإعلامية الإخبارية الإيجابية لرواد الأعمال وحملات المشاريع تسهم في فعالية مبادرات السياسة المصممة لتوفير مهارات المؤسسات ودعم الشركات الناشئة والتي تتطلب الطموح والقدرة على العمل.

فيما اهتم موقع allbusiness بالتنوع في الفنون التحريرية بمضامين ريادة الأعمال ما بين مواد الرأي كالمقال الصحفي لاسيما التحليلي بنسبة 69% بالترتيب الأول، والتي تعمق الحقائق والأفكار المقدمة حول ريادة الأعمال والابتكار كخارطة طريق لأصحاب المشاريع والمبتكرين لتحقيق النجاح في السوق التنافسي، وكذا تقديم المعلومات بطرق جذابة ومبتكرة في الأسلوب والطرح، وتجلي ذلك في "مقال Mike Kappel هل

لديك عمل أو هواية؟ كيف تكتشف ولماذا هي مهمة؟" ومقال Jennifer Tierney حول "كيف تنجو من التضخم كشركة صغيرة؟"<sup>(95)</sup>، تلاها الفنون الإخبارية كالتقارير الصحفية بنسبة 25%، اتساقا مع طبيعة المتلقي الذي يبحث عن المعلومات ويحتاج لمزيد من العمق في المعرفة المتخصصة حول ريادة الأعمال، وتجلت في "موقع سناب شات واليوتيوب وبدائيتهم ونجاحاتهم المستمرة ومن أين جاءت فكرتهم؟ ومن هم ملاك تلك المواقع"<sup>(96)</sup>، تلاها الفنون الاستقصائية كالأحاديث الصحفية بنسبة 4% بالترتيب الثالث وتمثل ذلك في "حوار مع Andy Thomas الرئيس التنفيذي لشركة Safe hub لمعرفة كيفية تغيير التكنولوجيا لعبة إدارة المخاطر والكوارث وكيف حسنت إجراءات استمرارية الأعمال للعملاء ورواد الأعمال الحاليين وكيف تؤثر على معاملات التأمين"<sup>(97)</sup>، وجاءت باقي الفئات الأخرى بمراتب متأخرة، ولم تحظ باهتمام كبير بكل الموقعين.

#### جدول (5) الأساليب التحريرية لموضوعات الصحافة الريادية العربية والأمريكية بموقعي الدراسة

الإجمالي			allbusiness			رائد أعمال مصر			الموقع
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	الأساليب التحريرية
2	29	100	5	7.3	13	1	51.7	87	موضوعي
3	11.6	40	4	12	21	3	11.3	19	وصفي
1	33.5	116	1	46.6	83	2	19.6	33	سردى وقصصي
4	11.2	39	3	14	25	4	8.3	14	أسلوب الكتل النصية
7	0.6	2	-	0	0	7	1.2	2	الكروولوجي (التتابع الزمني)
6	4	14	6	3.3	6	5	5	8	الإنفوجرافيك
5	10.1	35	2	16.8	30	6	2.9	5	يجمع بين أكثر من أسلوب
-	100	346	-	100	178	-	100	168	الإجمالي

توضح النتائج التباين الكلي بين كلا الموقعين في الأساليب التحريرية المستخدمة في صياغة موضوعات ريادة الأعمال، فاهتم موقع رائد أعمال مصر بتوظيف الأسلوب الموضوعي في الترتيب الأول بنسبة 51.7%؛ ويتسق ذلك مع تركيز الموقع على تقديم الأشكال الإخبارية التي تركز للموضوعية في صياغتها؛ لتحقيق مزيد من المصداقية لدى المتلقيين ومن أبرز الأمثلة "مايكروسوفت تدعم الشركات في الإمارات لـ «هولولنز2» لدعم الواقع المختلط وتقديم تطبيقات الأعمال دايناميكس 365"؛ لتعزيز القيمة المؤسسية بالقطاعات الرئيسية وضمان مستويات الموثوقية والأمان وقابلية التوسع بالاعتماد على منصة "مايكروسوفت أزور"<sup>(98)</sup>، وجاء الأسلوب السردى القصصي بنسبة 19.6% وهو أحد الأساليب التي تشكل مستقبل التسويق من خلال التركيز على معالجة المحتوى كوسيلة لتوفير قيمة للمستهلكين عبر التسويق لأفكار ومنتجات الشركات الناشئة ونجاحات رواد الأعمال واستخلاص كل ما يفيد الأجيال المقبلة وتوفير مصادر معرفية موثوقة تسهم برفع مستوى الخبرة عند الرياديين والطامحين نحو التوسع من أصحاب المنشآت الصغيرة والمتوسطة وتجلي ذلك في "تقديم تجربة شريف عبده في مجال خدمة العملاء والاتصالات كرئيس للعمليات التجارية بفودافون وصولاً لمدير عام لشركة zeal pay المتخصصة في مجال تحليل بيانات المعاملات المالية- تطور فكرة الاستثمار الملائكي ومجالاتها وإمكانيات

تطبيقها"<sup>(99)</sup>، وبالترتيب الثالث جاء الأسلوب الوصفي بنسبة 11.3% لتوصيف واقع ريادة الأعمال ورصد ملامحها ومستجداتها بالبيئة العربية وإظهار السمات الشخصية لرائد الأعمال ليس فقط للتعريف بها، بل لتأهيل الجمهور على اكتسابها، وتجلي ذلك في "توصيف واقع المهن في إطار توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والروبوتات ومحاولة استشراف مستقبلها- بيان إمكانات هواتف آيفون 14 المتصلة بقمر ستارلينك الصناعي- نجاحات شركة الدكان ومنصاتها للتجارة الإلكترونية"<sup>(100)</sup>

وبالنسبة لموقع allbusiness فقد ركز على الأسلوب السردي والقصصي في تقديم موضوعاته بالترتيب الأول وبنسبة 46.6% لتقديم التفاصيل بأسلوب مشوق يستقطب المتلقي لمتابعتها ولكونه أكثر الأساليب أهمية وملائمة للتسويق وتحقيق مزيد من الانتشار والترويج لريادة الأعمال ومستحدثاتها والتسويق وبناء العلامات التجارية الخاصة، وتمثل ذلك في "تقديم العديد من القصص حول نجاح bill brayer نائب الرئيس التنفيذي لشركة الخدمات المهنية- قصة إنشاء اليوتيوب- نداعيات Amazon's Prime Day وانعكاساته على سلاسل التوريد وتحديات التسويق المتنوعة 2022 وسبل مناهضتها"<sup>(101)</sup>، وبالترتيب الثاني ركز الموقع على الجمع بين أكثر من أسلوب بنسبة 16.8%؛ لابتكار طرق جديدة في سرد القصص حول ريادة الأعمال بشكل يدفع الشركات الناشئة لاستغلال سوق جديدة لم تُعزّه الشركات الكبرى اهتماما والاتجاه عادة للدخول في السوق بتقنيات مبتكرة ومنتجات وخدمات أكثر تطلبا للعملاء الذين تغفلهم الشركات الكبرى وبسعر أقل، ثم تواصل عملها بثبات حتى يتم تقديم الأداء الذي يتوقعه العملاء الرئيسيون، وتمثل ذلك في "كيفية بدء مشروع تجاري بنجاح خلال فترة الركود" حيث تم توصيف ماهية الركود وتحدياته وكيفية تجاوزه واستعراض خطوات بدء عمل تجاري في فترات الركود وتداعياتها من خلال الأسلوب الكرونولوجي وكذا الأسلوب السردي القصصي المتمثل في حكي قصة رائدة الأعمال Nellie akalp كاتبة الموضوع، وبالترتيب الثالث جاء أسلوب الكتل النصي بنسبة 14% حيث يرتكز لعرض المادة الصحفية على شكل كتل أو وحدات وكل منها بحجم شاشة واحدة ومرتبطة بوصلات تنقل المستخدم بشكل خطي فيما بينها-التالي والسابق- وكل وحدة منها امتداداً للسابق وتمهيداً للتالي، وكذا إتاحة وصلات خارجية تنقل لصفحات ومواقع أخرى<sup>(102)</sup>، وجاءت باقي الأساليب بمراتب متأخرة.

#### جدول (6) أساليب تصميم واجهات مواقع الصحافة الريادية العربية والأمريكية عينة الدراسة

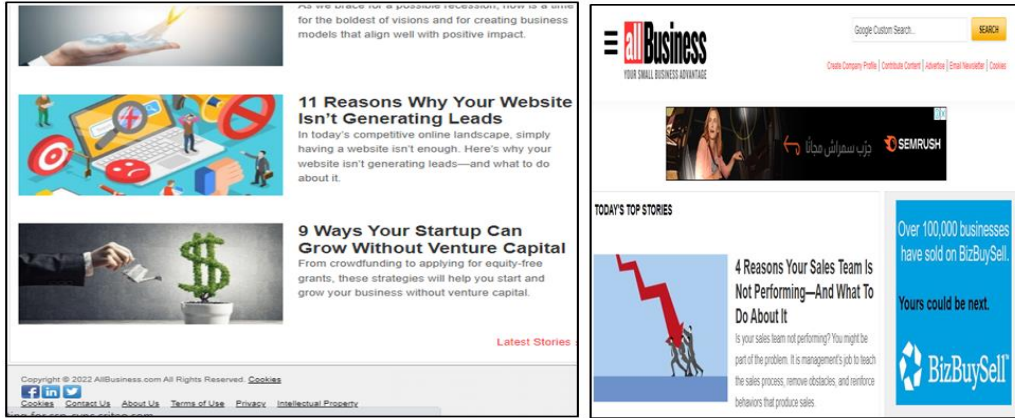
allbusiness	راند أعمال مصر	الموقع	
		أساليب التصميم واتجاهها	
متاح	غير متاح	أسلوب الوحدات الإلكترونية	الواجهات الرئيسية
غير متاح	متاح	أسلوب البوابة	
غير متاح	غير متاح	الأسلوب المختلط	
غير متاح	غير متاح	رأسي	اتجاه أساليب التصميم
غير متاح	غير متاح	أفقي	
متاح	متاح	يجمع بين الاثنين	



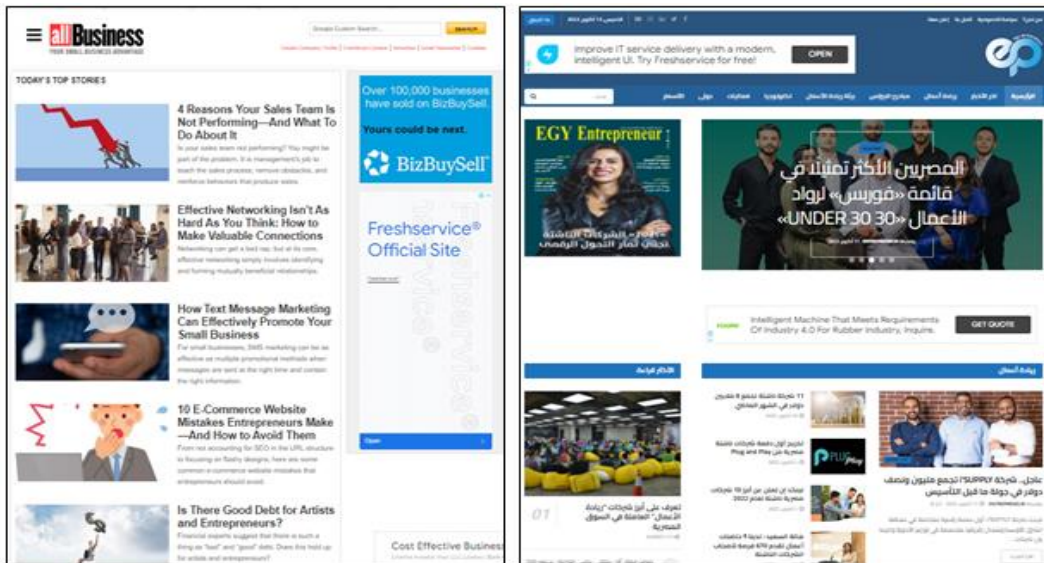
يشير الجدول السابق لتنوع الأسلوب التصميمي لواجهات موقعي الدراسة، حيث اعتمد موقع رائد أعمال مصر على أسلوب البوابة كأحد الأساليب الحديثة المستخدمة بغالبية المواقع الصحفية والتي تتعامل مع تدفق الأخبار والمعلومات التي يصعب حصرها في تصنيف أو صفحة واحدة، ويتيح هذا الأسلوب إمكانية وضع الإعلانات على الصفحة الرئيسية، وكذا تقديم الروابط التشعبية، والعناوين الخاصة بالأبواب والمواد الصحفية المنشورة بالصفحات الداخلية، مع عدم تقديم أي تفاصيل لمضامين تلك المواد على الواجهات الرئيسية.



بينما اعتمد موقع **allbusiness** على أسلوب الوحدات وهو الأكثر رواجاً لدى مصممي المواقع الأجنبية، ويُيسر عمليات تصفح المستخدم من خلال إتاحة عناوين ومقدمة موجزة حول الموضوعات مع الصور الصغيرة المعبرة عن الحدث مع نشر التتيمات بالصفحات الداخلية، كما يتيح روابط للاستزادة بالمعلومات ذات الصلة بالموضوع، فضلاً عن تقديم قوائم جانبية لتصفح التنبؤيات المتنوعة للموقع، أو القوائم المنسدلة التي تدرج الفهرس الخاص بالصحيفة، واتفقت تلك النتائج مع دراسة مأمون محمد إسلام وتومي فضيلة (2022)<sup>(103)</sup>.



وبالنسبة لاتجاه أساليب تصميم الواجهات الرئيسية فقد تبين اتفاق موقعي الدراسة على الجمع بين الاتجاهين الرأسي والأفقي معا في تقديم الموضوعات بما يتلاءم مع حجم الشاشة واستيعاب أكبر عدد من الموضوعات ويعطي ترابطا بينها ويؤدي لسهولة تصفحها مع وجود زر التحريك الأفقي والرأسي للموضوعات وبشكل يتلاءم مع برامج التصفح، وهذا ما يختلف مع دراسة مأمون محمد إسلام وتومي فضيلة (2022)<sup>(104)</sup> في اعتماد الصحف الجزائرية الإلكترونية على الاتجاه الرأسي في إخراج صفحاتها الرئيسية.



جدول (7) العناصر التفاعلية بمواقع الصحافة الريادية قيد الدراسة

العناصر التفاعلية ومدى إتاحتها	الموقع	رائد أعمال مصر	allbusiness
المعلوماتية	محركات البحث	بسيط - داخلي	بسيط - داخلي وخارجي
	الأرشيف	متاح لمدة ثلاث سنوات	متاح لمدة ثلاثة شهور
	خريطة الموقع	توجد أعلى الصفحة الرئيسية بكل المواقع	
	الكلمات النشطة (أشخاص- أماكن- من نحن- الخصوصية وشروط	متاحة بموضوعات كلا الموقعين	
التواصلية	البريد الإلكتروني للموقع	متاح أعلى وأسفل الصفحة	متاح أسفل الصفحة
	النشرات البريدية	متاح بكل المواقع	
	خدمة اتصل بنا contact us	متاح بمنتصف الصفحة	متاح أعلى الصفحة
	خدمة اكتب معنا- أعلن معنا	متاح بكل المواقع	
المساعدة	التعليق على الموضوعات	متاح	غير متاح
	حسابات الموقع عبر مواقع التواصل	متاح	متاح
	الحسابات الشخصية للكاتب عبر مواقع	متاح	متاح
	الروابط (داخلية وخارجية)	متاح	متاح

أولاً: بالنسبة للعناصر التفاعلية المعلوماتية

(أ) محركات البحث: اهتم موقع رائد أعمال مصر بمحركات البحث البسيطة والداخلية، بينما جمع موقع allbusiness بين محركات البحث البسيطة الداخلية والخارجية معا والتي تساعد في اكتشاف عناوين URL على الموقع الإلكتروني وتعطي خيارات أكثر تنوعا ودقة للمستخدم وفرصة لاختيار مكان البحث وإتاحة نتائج أقل، واتفقت النتائج جزئيا مع دراستي ماجد فضل صقر (2014)<sup>(105)</sup> وأحمد محمد إبراهيم (2008)<sup>(106)</sup> فتوصلت الأولى إلى حرص الصحف الفلسطينية الإلكترونية على استخدام محركات البحث بكافة صورها بواقع 50%، واستخدمت الحياة وفلسطين البحث المتقدم، وغابت محركات البحث الخارجي عبر الإنترنت عن المواقع قيد الدراسة، وأشارت الدراسة الثانية إلى أن 87% من المواقع العربية توفر محركا للبحث الداخلي، فيما وفر موقع <http://www.4uarab.com> فقط محركات بحث داخل الموقع وخارجه بنسبة 2%.



(ب) الأرشيف: اهتم موقعاً الدراسة بتقديم مدى زمني لإتاحة الموضوعات المنشورة، فكانت متاحة لمدة ثلاث سنوات بالموقع الأول، وثلاثة شهور بالموقع الثاني وفقاً لنظام الأرشيف الرقمي القائم على عملية تسجيل وفهرسة الموضوعات وترتيبها بتصنيفات المواقع المتنوعة وفقاً لتاريخ نشرها بما يتلاءم مع إمكانيات كل موقع والمساحة المخصصة له عبر الإنترنت ولغات البرمجة المستخدمة في تكويد موضوعاته، فضلاً عن ربط البيانات الببليوجرافية للمقالات والأخبار بالصورة الإلكترونية المصاحبة لها، ويمكن الوصول لتلك الموضوعات عبر نافذة البحث الرئيسية التي تظهر بجميع صفحات الموقعين، وتتفق النتائج مع دراستي ماجد سالم تريان (2017)<sup>(107)</sup> ونجوى عبد السلام (2001)<sup>(108)</sup> في أن 46.6% من المواقع الإخبارية تقدم لمستخدميها خدمة الأرشيف، كما تقدم أرشيفاً بمدى زمني يصل لأكثر من ست سنوات.

(ج) خريطة الموقع **sitemap**: متاحة بكلا الموقعين أعلى الصفحة الرئيسية، وهي أحد أشكال التنقل والإبحار بتلك المواقع، وتقدم فهرسة للموضوعات والملفات الأكثر تخصصاً وفقاً لتصنيفات متنوعة تلائم طبيعة كل موضوع وتمكّن المستخدمين من سهولة تصفحها، وتختلف النتائج مع دراسة ماجد سالم تريان (2017)<sup>(109)</sup> أن المواقع الإخبارية قيد الدراسة لم تُتَّخَ خريطة الموقع لبيان كيفية استخدامها على الرغم من أهميتها في سهولة الحصول على المعلومات، والتعرف على أقسام الموقع وهيكله.

(د) الكلمات النشطة: اعتمد كلا الموقعين عليها لتحسن من جودة الموقع وتحقيق استزادة بالمعلومات حول الموضوع، ولاحظ الباحث توظيفها بموقع رائد أعمال بواقع (524) مقابل (344) بموقع **allbusiness**.

(هـ) خدمات من نحن أو **about all business** وسياسة الخصوصية وشروط الاستخدام: وهي متاحة أعلى وأسفل واجهة موقع رائد أعمال مصر، وأسفل الصفحة الرئيسية بموقع **allbusiness** وتسهم في التعريف بهوية كل موقع وضوابط استخدامه في التعليق والتفاعل، وكذا إعطاء بعض الإرشادات التي تحافظ على خصوصية البحث والاستخدام بما يعزز من ارتباط المستخدمين بها.



وقد لاحظ الباحث تفرد موقع رائد أعمال مصر بتقديم خدمة الاشتراك في التنبيهات اللحظية عند رفع منشورات جديدة بالموقع.

الرئيسية
اخر الاخبار
ريادة أعمال
مبادئ البيزنس
بيئة ريادة الأعمال
تكنولوجيا
فعليات
دولى

احصل على تنبيهات لحظية عبر جهازك عند رفع منشورات جديدة بالموقع. اشترك الان!

اشترك

ثانيا: بالنسبة للتفاعلية التواصلية: تمثلت في:

(أ) البريد الإلكتروني والنشرات البريدية: وقد أتاحت بكلا الموقعين، ولوحظ مجيء النشرات البريدية (بمنتصف الصفحة الرئيسية بموقع رائد أعمال- وأعلى الصفحة بموقع allbusiness) ويرى الباحث أن تلك الخدمة تسمح بالتواصل مع المستخدمين وخاصة ممن لا تتاح لهم فرصة تصفح الموقع، وتقدم لهم ملخصا عن الأحداث المنشورة عبر الموقع وللاستزادة حولها يمكنهم اللجوء للموقع الأساسي، واتفقت النتائج مع دراسة ماجد فضل صقر (2014) (110) في إتاحة مواقع الصحف الفلسطينية لخدمة القوائم البريدية بنسبة 25%.

### Email Newsletter

EMAIL ADDRESS:

SIGN UP

### اشترك في نشرتنا البريدية

سجل بريدك الإلكتروني للاشتراك في قائمتنا البريدية

اشترك

(ب) خدمة اتصل بنا أو **contact us**: وتمثلت في (عنوان الموقع- موبايل للاتصال- صندوق البريد بموقع allbusiness)؛ كسبيل للتواصل مع المستخدمين والخبراء ورواد الأعمال، وسهولة إرسال واستقبال الرسائل الرقمية وسبيلا مهما في اكتساب مستخدمين جدد، ولتعزيز مزيد من التفاعل عن طريق نشر موضوعات وصناعة محتوى خاص بالشركات الريادية أو المعلنين للترويج لمنتجاتهم وخدماتهم أو أفكارهم عبر خدمات اكتب معنا أو أعلن معنا بكلا الموقعين.



YOUR SMALL BUSINESS ADVANTAGE

Experts Getting Started Sales & Marketing Finance Staffing & HR

### Contact Us

AllBusiness.com  
1111 Bayhill Drive  
Suite 220  
San Bruno, CA 94066  
(650) 280-3170

الرئيسية > اتصل بنا

## اتصل بنا

إذا كنت بحاجة إلى مزيد من المعلومات أو لديك أية أسئلة عن موقع EGY Entrepreneur، لا تردد في الاتصال بنا عن طريق نموذج الاتصال، أو بالدخول إلى تنويب اتصل بنا.

**Contact Info**

P. (0100) 934 1687  
Email: info@egyentrepreneur.com

**Headquarters**

No.4, 151 street, Maadi, Cairo



(ج) التعليق على الموضوعات: تباين الموقعان في مدى إتاحة خدمة تعليق المستخدمين على الموضوعات والتي تفرّد بها موقع رائد أعمال مصر.

**اترك تعليقا**

لن يتم نشر عنوان بريدك الإلكتروني. الحقول الإلزامية مشار إليها \*

\* التعليق

\* الاسم

\* البريد الإلكتروني

\* الموقع الإلكتروني

احفظ اسمي، بريدي الإلكتروني، والموقع الإلكتروني في هذا المتصفح لاستخدامها المرة المقبلة في تعليقي.

(د) حسابات مواقع التواصل الاجتماعي: لتحقيق مزيد من التواصل مع موقعي الدراسة فقد أتاحت أيقونات لحساباتهم عبر موقع التواصل أعلى وأسفل الموضوعات وبجوانب متعددة بالصفحات الرئيسية والداخلية، وكذا داخل الموضوعات بموقع allbusiness، فضلا عن إتاحة روابط للصفحات الشخصية profiles للكتاب فتميز موقع رائد أعمال مصر بتوظيف حسابات عبر linked in- twitter- Facebook- whatsapp- YouTube، وأضاف allbusiness منصة pintrest؛ للوصول لأكبر عدد من الجماهير وإتاحة خبرات متنوعة لمشاهدة وتلقي الموضوعات بما يلائم طبيعة كل منصة ويوسع من قاعدة مستخدميها، واتفقت النتائج مع دراسات وائل أبو قفة وأمين منصور (2020) (111)، رضا الزهار (2018) (112)، أنس اليازوري (2017) (113) ماجد سالم تريان (2017) (114) أن المواقع أتاحت إرسال الموضوعات عبر منصات التواصل الاجتماعي وإمكانية مشاركة المستخدمين للمحتوى واختلفت معها جزئيا في إتاحة التعليقات.

**Expert Profile**

**Nellie Akalp**

Areas of Expertise: Business Incorporation  
Website: <https://www.corpnet.com>

[t](#) [i](#) [p](#) [f](#)

Nellie Akalp is a passionate entrepreneur, business expert, professional speaker, author, and mother of four. She is the Founder and CEO of CorpNet.com, a trusted resource and service provider for business incorporation, LLC filings, and corporate compliance services in all 50 states. Nellie and her team recently launched a partner program for legal, tax and business professionals to help them streamline the business incorporation and compliance process for their clients.

Latest Stories >

Copyright © 2022 AllBusiness.com All Rights Reserved. [Cookies](#)

[f](#) [i](#) [t](#) [p](#) [f](#)

[Cookies](#) [Contact Us](#) [About Us](#) [Terms of Use](#) [Privacy](#) [Intellectual Property](#)

02 حين نطق أول هتاف عالمي لتفاتيح حضور 200 ألف طاقم

03 تفتح على أفق جنتان العمل لخدمة اللواتج اللطائف في مصر؟

04 ما هي السموات المعنوية والمعنوية بالفين الجديد

05 «أعدت لوك طينيت» بفتح صانعة الصناديق المعنوية للفتاة

نشرتك

المصريين الأكثر تمثيلا في قائمة «فوربس» لرواد الأعمال «UNDER 30»

لرواد الأعمال - كل ما تريد معرفته عن الجولات التمويلية

تألفنا

[t](#) [i](#) [p](#) [f](#)

وقد لاحظ الباحث تفرُّدَ موقع رائد أعمال بتقديم معلومات عن عدد المشاركات والمشاهدات لكل موضوع أسفل العنوان الرئيس والتعليقات أسفل الموضوع، وهذا ما يعطي مؤشرات حول أهمية الموضوع ومدى قدرة الموقع على اجتذاب أكبر عدد من المستخدمين للاستفادة من خدماته، وتشير إلى مستوى التفاعل مع الموقع، وهي دليل على أهمية ما يقدمه من معلومات.



أخرى دون تقليص المساحة المخصصة له، وتزيد من عدد زواره وتدعم ترتيبه بمحركات البحث، وتجلى ذلك في إتاحة روابط [لمصادر وقوى فاعلة- لمعلومات ومنشورات ذات صلة بالموضوع والموضوعات الأكثر رواجاً أو تعليقا- آخر الأخبار- مواقع مؤسسات وشركات خدمية- روابط إرشادية (السابق والتالي)]، وقد لوحظ تنوع توظيف تلك الروابط فاهتم موقع رائد أعمال مصر بالروابط الخارجية بواقع (228) على الداخلية والتي بلغ عددها (56) رابطة، وتجلت الروابط الخارجية في "خدمات لإنشاء متجر عبر الإنترنت zoho start up with out border- beauty world middle east - مواقع استطلاعات رأي بمواقع خارجية<sup>(115)</sup>، مقارنة بالروابط الداخلية ومن أبرزها رابط داخلي للأخبار ذات الصلة بالموضوع وتحميل المزيد من الموضوعات- والروابط الإرشادية كالسابق والتالي- رابط لمنصة للإيجار <https://112egar.com> بجميع صفحات الموقع".

**أخبار ذات صلة**

- صندوق النقد الدولي: الاقتصاد المصري يواصل تحقيق معدلات نمو مرتفعة ومؤشراته تواصل التحسن
- عاجل -الدين الخارجي يتراجع إلى 155.7 مليار دولار نهاية يوليو الماضي
- لينكد إن تعلن عن أبرز 10 شركات مصرية ناشئة لعام 2022

**تقنية الذكاء الصناعي**

وتعمل الشركة من خلال تقنية الذكاء الصناعي على تبسيط عمله الأتوماتيكية التي تمكن الشركات من العثور على منطلقات التوظيف الأساسية في مكان واحد.

وتقدم الشركة اثنين من الحلول الأساسية المدعومة بالذكاء الصناعي، وهما منصة توظيف EVA-REC الحائزة على جوائز وبرامج مقابلات الفيديو EVA-55E55. وفي حين تساعد منصة EVA-REC الشركات على تبسيط متطلبات التوظيف مثل إنشاء الطلبات، وأتمتة نظام العمل، والاختيار بين السير الذاتية، ووضع قائمة مختصرة للمرشحين، وإرسال العروض، يساعد برنامج إجراء المقابلات بالفيديو EVA-55E55 الشركات على تحديد فترات المرشحين ومهاراتهم ومدى خفاءاتهم للناقص.

وتضم الشركة الناشئة في محافظه عملاتها أكثر من 150 شركة بما في ذلك العلامات التجارية الرائدة مثل سامسونج، والبنك العربي، ومجموعة مستشفيات د سليمان الحبيب الطبية، وجامعة الملك عبد الله للعلوم والتكنولوجيا، وأكاديمية STC، وغيرها. بالإضافة إلى أنها دمجت نفسها مع مزودي التكنولوجيا من أمثال شركة البرمجيات SAP، وأوراكل، وروم، وغيرها.

وتسهر الشركة إلى أنها ساعدت الشركات في جميع أنحاء العالم على إجراء أكثر من 3 ملايين تقسيم من خلال الفيديو، وحصلت دقة حوارات الذكاء الصناعي من 65% إلى 94% على مدار 3 سنوات.

الوسيط: Global Ventures | إيجي انترينيتور | الشركات الناشئة في السعودية | دولة نموية | شركة "إيليا توست"

**الأخبار** | **تعليقات** | **الأخبار رواجنا**

**تعرف على أبرز شركات "ريادة الأعمال" العاملة في السوق المصرية**  
26 مايو 2020 - UPDATED ON 31 مارس 2020

**خبيرون تطلق أول ملقى عالمي الأعمال بحضور 200 ألف شخص**  
9 نوفمبر 2020

**تعرف على أهم حصائل الأعمال الداعمة للشركات الناشئة في مصر؟**  
2 يونيو 2020

**ما هي المشروعات الصغيرة والمتوسطة بالتقانة الحديثة**

**الإمارات تطلق مبادرة «مليون رائد أعمال عربي»**  
«هايكروسوفت» تطلق البرنامج العالمي لريادة الأعمال لتخفيف الشباب

**خريدي أجريكون مصر تطلق مبادرة لدعم رواد الأعمال**  
تضمن مؤسسة خريدي أجريكون مصر للتقنة بوتونكول تعاون مع جامعة الأعمال ودعم من الحكومة المصرية مع إطلاق مبادرة.

**مسارات جديدة للشباب**  
كار ماهر جديد

بينما اهتم موقع **allbusiness** بالروابط الداخلية بواقع (286) بشكل يفوق الروابط الخارجية (195) حيث ظهرت الأولى متمثلة في صفحات تعريفية وبلوجرافيا للخبراء ورواد الأعمال بكافة التخصصات من كتاب الموقع وتوصيف مختصر عنهم وروابط للاستزادة حول الموضوعات وروابط للقصاص السابقة latest stories .






### Expert Profile

**Maura Schreier-Fleming**  
Areas of Expertise: Selling, sales strategy, selling skills, consultative selling  
Website: <http://www.bestatselling.com>

[Twitter](#) [LinkedIn](#)

Maura Schreier-Fleming is president of **Best@Selling**, a sales training and sales consulting company. She works with business and sales professionals to increase sales and earn larger profits. She is the author of *Real-World Selling for Out-of-this-World Results* and *Monday Morning Sales Tips*. Maura focuses on sales strategies and tactics that lead to better sales results. Maura is a sales expert for **WomenSalesPros**. She is part of their group of top sales experts who inspire, educate, and develop salespeople and sales teams. She speaks internationally on influence, selling skills, and strategic selling at trade association and sales meetings, demonstrating how her principles can be applied to get results. She successfully worked for over 20 years in the male-dominated oil industry with two major corporations, beginning at Mobil Oil and ending at Chevron Corp. She was Mobil Oil's first female lubrication engineer in the U.S. and was one of Chevron's top five salespeople in the U.S. having sold over \$9 million annually. Maura writes several columns to share her sales philosophies. She's been quoted in the *New York Times*, *Selling Power*, and *Entrepreneur*.

[Latest Stories »](#)




YOUR SMALL BUSINESS ADVANTAGE

Google Custom Search...


[Create Company Profile](#) | [Contribute Content](#) | [Advertise](#) | [Email Newsletter](#) | [Cookies](#)

[Experts](#) | [Getting Started](#) | [Sales & Marketing](#) | [Finance](#) | [Staffing & HR](#) | [Ops](#) | [Tech](#) | [Business Directory](#) | [Business Resources](#)

### Meet our Experts

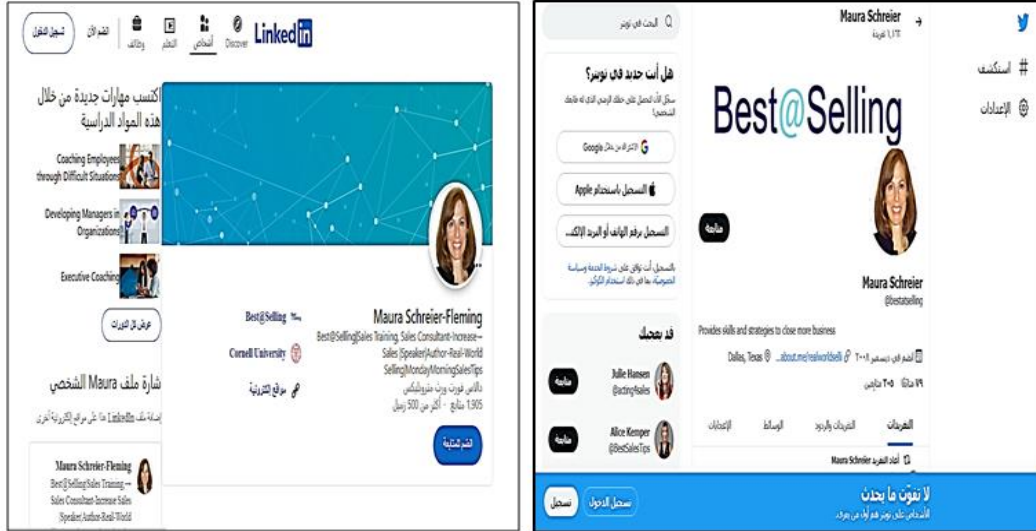


**Nellie Akalp**  
Nellie Akalp is a passionate entrepreneur, business expert, professional speaker, author, and mother of four. She is the Founder and CEO of **CorpNet.com**, a trusted resource and service provider for business incorporation, LLC filings, and corporate compliance services in all 50 states. Nellie and her team recently launch...



**Hafiz Muhammad Ali**  
Hafiz Muhammad Ali is a serial entrepreneur and the author of *Digital Passport*. He is Founder and Advisor at **Omnicores**, a location-independent healthcare digital marketing agency that helps businesses through **Internet Marketing Services**. Muhammad is a **Digital Marketing Career & Leadership Expert** who consults both aspi...

فيما تجلت الروابط الخارجية في روابط لصفحات الشركات الريادية ومواقع لهيئات حكومية وتمويلية وروابط لصفحات الخبراء عبر مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها مثل: "ملف الخبيرة ماورا شراير فليمينغ maura schreier عبر تويتر ولينكد إن، وهي رئيسة Best @ Selling، وهي شركة استشارات للتدريب على المبيعات وخبيرة مبيعات في WomenSalesPros."



جدول (8) توظيف الوسائط المتعددة بالصحافة الريادية العربية والأمريكية بموقعي الدراسة

الإجمالي			allbusiness			راند أعمال مصر			الموقع	
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	الوسائط المتعددة	
3	6.4	23	-	0	0	3	13	23	إخبارية	الثابتة
1	44	158	1	50	89	1	38.3	69	صور شخصية	
2	32.1	115	2	34.2	61	2	31	54	موضوعية	
10	0.5	2	-	0	0	9	1.1	2	رسوم توضيحية	
4	6	21	3	10	17	8	2.2	4	شعارات ولوجوهات	
5	4	14	4	3.3	6	4	4.4	8	إنفوجرافيك	
8	1.4	5	-	0	0	7	2.7	5	إعلانية	
7	2	7	-	0	0	5	3.9	7	صور متحركة	الفيديو
9	0.8	3	6	0.5	1	9	1.1	2	مقاطع صوتية (أحاديث مباشرة- حوار)	
6	2.8	10	5	2	4	6	3.3	6		
-	100	358	-	100	178	-	100	180	الإجمالي	

في إطار اقتصاديات العصر الرقمي والذي يتطلب نماذج توظيف جديدة وإعادة ابتكار محتوى يتناسب مع منصات النزود بالمعلومات وتبني استراتيجيات التنويع وتطوير عروض جديدة للمحتوى متعدد الوسائط عبر مواقع الصحافة الريادية؛ لاخترق سوق الأخبار الاستهلاكية ذات القدرة التنافسية العالية مستهدفة بذلك جمهور الإنترنت، اتفق موقعا الدراسة في اعتمادهما على الصور الشخصية في تقديم موضوعات ريادة الأعمال، فتصدرت الترتيب الأول بنسب 38.3%، 50%؛ كونها ضرورية في الأخبار لتغطية الحدث ومصدراً للمعلومات والتصريحات لمسؤولين أو للشخصيات صانعة الأحداث، وكذا الأحاديث

الصحفية التي يقوم الصحفي بها، وأيضا للإشارة لكتاب المقالات الصحفية، فتجلت بالموقع الأول في "منى ذو الفقار رئيس الاتحاد المصري لتمويل المشروعات المتوسطة والصغيرة- محمد عباس المدير التنفيذي لمبادرة رواد النيل- هالة السعيد وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية- شريف لقمان وكيل محافظ البنك المركزي المصري للشمول المالي- سمير العليلى رئيس جمعية ملائكة الأعمال"<sup>(116)</sup>، وتجلت بموقع allbusiness في صور الخبراء وكتاب موضوعات ريادة الأعمال مثل "Roman Taranove الرئيس التنفيذي لمنصة able- jeff Bezos مؤسس شركة أمازون- Nellie akalp رائدة أعمال والرئيس التنفيذي لشركة "corpnet"<sup>(117)</sup>.

وبالترتيب الثاني جاءت الصور الموضوعية بنسب 31%، 34.2% بموقعي الدراسة، حيث تعطي للمواد الصحفية متممات للمعلومات، وتعطي قوة للمادة التحريرية وقدرات تأثيرية تجعل الإنسان شاهد عيان على الأحداث ومشاركا فيها، وانفقت النتائج مع دراستي وائل أبو قفة وأمين منصور وافي (2020)<sup>(118)</sup>، رضا الزهار (2018)<sup>(119)</sup> بأن الصور الشخصية للكاتب بنسبة 63%، 91.8% بموقعي الدراسة -معا وشهاب- هي الأكثر توظيفا بمواد الرأي نحو القضية الفلسطينية، وجاءت الصور الموضوعية بالترتيب الثاني بنسب 6.6%، 0.8%، وانفقت النتائج مع دراستي مأمون محمد إسلامي وتومي فضيلة (2022)<sup>(120)</sup>، ماجد فضل صقر (2014)<sup>(121)</sup> في حرص الصحف الفلسطينية الإلكترونية على إرفاق الصور لاسيما الموضوعية والشخصية بنسب 85.15%، 14.84% بالمواد التحريرية وبشكل يفوق الوسائط المتعددة الأخرى والتي تم إغفالها من قبل مواقع الصحف الجزائرية في تقديم المضمون حول الأحداث، واختلفت النتائج مع دراسة عز الدين الرنتيسي (2017)<sup>(122)</sup> بأنه يوجد فيديو بنسبة 11.2%، وكذلك النص المتشعب بنسبة 1.3% مصاحبا للمقالات التحليلية قيد الدراسة، وتجلت الصور الموضوعية بالموقع الأول في صورة "المصنع دلمار للزجاج المعماري- صورة لأحد مقرات البنك الأهلي"<sup>(123)</sup> وتوظيفها كخلفية للعنوان الرئيس للموضوع.



وتجلى هذا النمط من الصور بموقع allbusiness في "صورة للتسوق عبر الإنترنت- صورة للقيادة الفعالة في أماكن العمل- كيف تصنع قناة يوتيوب ناجحة عبر الإنترنت"<sup>(124)</sup>



وفي الترتيب الثالث تفرد موقع رائد أعمال مصر بنشر الصور الإخبارية بنسبة 13% لمتابعة الأحداث ومستجداتها وتعريف الجمهور المستهدف بأماكن وزمن وقوعها، وتجلت في "صورة توقيع 5 بروتوكولات تعاون لدعم ريادة الأعمال بالملتقى السنوي الثالث للشركات الناشئة"<sup>(125)</sup>، بينما اهتم موقع allbusiness بالشعارات واللوجوهات الخاصة بالموقع ذاته أو الهيئات الدولية المهمة بريادة الأعمال مثل "مجلس رواد الأعمال الشباب" بنسبة 10% ؛ حيث تشكل صورة ذهنية عن الشركات الريادية وتحقق ميزة تنافسية لها وتعزز مكانتها لدى الأفراد<sup>(126)</sup>، وجاءت الفئات الأخرى بمراتب متأخرة.



### \*النتائج العامة ومناقشتها:

لعل الاعتراف المتزايد بريادة الأعمال وما أحدثته من تغييرات بمجال الصحافة وممارساتها على غرار التغييرات بالقطاعات الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية، هذه هي الأبرز ليس فقط في ظهور جهات فاعلة رقمية جديدة على المستوى العالمي، ولكن أيضاً في إعادة صياغة ممارسات الصحافة المعيارية والهيكل التنظيمية وأساليب الإنتاج والتوزيع والتمويل والاستدامة، وقد تناولت الدراسة الحالية ظهور مفهوم جديد في عالم الأعمال وهو الصحافة الريادية وذلك من خلال رصد الممارسات التحريرية بالمواقع الصحفية الريادية – رائد أعمال مصر، allbusiness- وكيفية مساهمتها في إضفاء الشرعية على ريادة الأعمال كشكل من أشكال رأس المال الثقافي والاقتصادي، فأظهرت النتائج الإجمالية تنوع موضوعات ريادة الأعمال بكلا الموقعين ما بين ريادة الأعمال التكنولوجية والأفكار الإبداعية وكذا التمويل والشراكة بنسب متقاربة بلغت 24.1%، 23.4%، 21.5%؛ كونها تجسيدا حقيقيا لمجالات العمل الريادي وسبيلا للبقاء في العصر الرقمي وتحقيق التنمية المستدامة وهذا ما يتسق مع **نظرية الاتصال التنموي** في تركيز نهج الاتصال على المشاركة في الأنشطة التنموية عبر الاعتماد على الذات والاستفادة من الموارد المحلية، ودمج التقليدي مع الأنظمة الحديثة، ومن ثم جاءت الوظائف الترويجية والتوجيهية لتلك المضامين بالترتيب الأول وبذات النسبة 23.4%؛ لتقديم نماذج لأصحاب العمل الحر في إطار مجتمع متطور وحوكمة مستجيبة مرتهلة بتوفير منصة للنقاش مع الجماهير والجهات الفاعلة وتوجيههم صوب تبني الريادية كنموذج أعمال قابل للتطبيق حسبما أشار Rogers (1976)، فضلا عن إيضاح قيمة الصحافة في عرض أبرز الفرص التطويرية للرياديين كالمؤتمرات وورش العمل والمنح التمويلية والمسابقات؛ ليصبح لوسائل الإعلام قوة ودور غير قابل للاستبدال في استبصار مصادر المعرفة الموثوقة من مسؤولي القطاع الخاص والخبراء ورواد الأعمال بنسب 17.2%، 16%؛ لتوجيه الطامحين نحو إيجاد بيئة جديدة للأعمال وتعريفهم بسبل تكوين مشروعاتهم الخاصة وتشكيل هويتهم المهنية الجديدة.

وقد أسفر ظهور الصحافة الريادية عن تحولات خلقت موازية لنمو المشاريع التحريرية الجديدة خارج التراث التقليدي وتقديم محتوى صحفي إبداعي أكثر تفصيلا يتوافق مع مختلف أجناس الكتابة الصحفية وبشكل متسلسل ومشوق للمتلقي حول ريادة الأعمال ويوضح مفاهيمها ويبرز أهميتها ونتائجها على الفرد والمجتمع في المدى القريب والبعيد، وهذا ما يندرج ضمن **المسئولية الاجتماعية للإعلام**.

وقد اعتمد موقعا الدراسة على المقالات والتقارير الصحفية بنسب 36.3%، 29.2%، ويتقاطع ذلك مع الاهتمام بتوظيف الأسلوب السردى والقصصي في عرض الموضوعات بواقع 33.5%؛ كونه من أفضل الطرق لإنتاج وعرض المواد الصحفية بشكل يسهل على الجمهور الوصول للمعلومات التي تشكل عامل جذب لهم، وهذا ما يؤكد على أن الصحافة الريادية ليست مجرد كتابة فحسب، بل سيحتاج الصحفي لامتلاك سمات مندوب المبيعات، ومعرفة أساسيات ريادة الأعمال كالتخطيط ودراسة السوق وتحليل الجمهور، والإلمام بأسس تحرير منتجها الفكري والثقافي بالمنصات التي تتيح الربح من المحتوى طبقا **لنظرية المسئولية الاجتماعية**.

ويمثل العمل الريادي ميدانا خصبا في الاستثمار من قِبَل الأفراد من خلال تجسيد أفكارهم على أرض الواقع كمؤسسات ناشئة ذات ممارسات مبتكرة مستغلة بذلك كافة التقنيات الإعلامية الرقمية لتحديث فارقا في أساليب تصميم واجهات مواقع الصحافة الريادية قيد الدراسة، حيث اعتمد موقع رائد أعمال مصر على أسلوب البوابة، فيما اهتم allbusiness بأسلوب الوحدات، واتفقا في اتجاه أسلوب التصميم الذي يجمع بين الرأسي والأفقي معا؛ لينعكس تأثيره على مستوى التفاعل وجودة المحتوى الريادي وتنوع منصات توزيعه؛ لتحقيق مزيد من الإيرادات عبر تبني مؤشر الابتكار كنموذج أعمال، ولذلك اعتمد موقعا الدراسة على جملة من العناصر التفاعلية التي تنوعت ما بين المعلوماتية والتواصلية والمساعدة، وقد لوحظ اهتمام كلا الموقعين بالصور الثابتة [الشخصية والموضوعية والإخبارية] بواقع 44%، 32.1%، 6.4% مقارنة بالوسائط المتعددة الأخرى.

#### \*مقترحات الدراسة: (تصور لمنهج مقترح في الصحافة الريادية لطلاب الإعلام)

باستقراء الخبراء المتميزة في تدريس تخصص قيادة الأعمال لاسيما كلية babson الأمريكية وتقديمها مقررات تعليمية حولها، انطلاقا من نهجين أحدهما تقليدي قائم على التلقين عبر الأساليب النظرية كالمحاضرات والندوات، ونهج جديد قائم على التعلم عن طريق الأنشطة التطبيقية الموجهة نحو هدف محدد<sup>(127)</sup>، فضلا عن تأكيد دراسات باسنت فتي (2021)<sup>(128)</sup>، ناصر سيد (2020)<sup>(129)</sup>، حبيب الله صالح (2018)<sup>(130)</sup>، محمود سيد (2016)<sup>(131)</sup> على أهمية بناء مناهج قيادة الأعمال وفقا لنموذج (Potter, 5 E) 2008<sup>(132)</sup> والذي يشمل عناصر: البيئة فأى منهج لابد أن يكون قادرا على خلق الوعي بالبيئة المحيطة، وعنصر الاقتصاد الداعم للمشاركين باكتشاف طبيعة الجماعات الاقتصادية والتفاعل داخلها، وكذا رواد الأعمال للاستفادة من تجاربهم، وكذا المشروع كمرتكز رئيس لأي برنامج دراسي لريادة الأعمال، وأخيرا عنصر ممارسة قيادة الأعمال.

وأشارت عزة الحسيني (2015) إلى أن طبيعة مناهج قيادة الأعمال تتضمن: (محور ماذا؟ لتوفير معلومات حول إنشاء وإدارة مشروعات مبتكرة- محور كيف؟ لتحديد وسائل تعليم ريادة الأعمال- محور من؟ رواد الأعمال- محور متى؟ توقيت اتخاذ القرارات الصحيحة بمجالات الريادة)<sup>(133)</sup>، لذا يمكن بناء منهج مقترح لتعليم صحافة ريادة الأعمال لطلاب أقسام الإعلام بالجامعات المصرية وفقاً للخطوات التالية:

#### (أ) مبررات إعداد المنهج:

نظرا للغياب الواضح لمقررات التعليم الريادي بالجامعات المصرية، وتوصيات الدراسات الغربية بضرورة استحداث مناهج تربوية في الصحافة الريادية تستهدف تنمية وعي طلاب الإعلام بريادة الأعمال الصحفية والتطبيق العملي لإدارتها ومبادئ التسويق لمشروعاتها الناشئة واستراتيجيات مواجهة المخاطر والتكيف مع البيئة المتغيرة لسوق العمل الإعلامي، وكذا تهيئة معلمي الصحافة للقيام بدور الميسر في إعداد الصحفي الريادي.

#### (ب) تحديد أسس بناء المنهج: يستند بناء المنهج لعدة أسس هي:

- ازدياد التحديات التي يواجهها طلاب الإعلام بعد التخرج لإيجاد فرص العمل الملائمة.

- تمكين أعضاء هيئة التدريس من الملاءمة بين ريادة الأعمال والممارسات التعليمية؛ لإكساب الطلاب مهارات التفكير الريادي وتوظيف التقنيات في تقديم أشكالٍ إبداعية للإنتاج الصحفي بعيدا عن قيود الإعلام التقليدي.
  - استخدام الوسائط الرقمية لعرض منهج الصحافة الريادية بشكل يلائم مهارات الطلاب وطبيعة المنهج.
- (ج) إعداد الإطار العام للمنهج: يتمثل في النقاط التالية:

### (1) الأهداف العامة للمنهج:

- بناء حراك ريادي بالمجتمع الجامعي لنشر ثقافة العمل الحر وإمام الطلاب بمقومات المشروع الريادي.
- تعزيز الشراكة بين الجامعة وقطاع الأعمال لاستثمار الأفكار الإبداعية للطلاب.
- صقل السمات الريادية لدى الطلاب لمواجهة معوقات إنشاء مشروعات ريادية خاصة.
- إكساب الطلاب مهارات الكتابة الصحفية لموضوعات ريادة الأعمال وفقا للقيم الصحفية والاستقلال المهني.
- الكشف عن تأثير التحولات الرقمية في صناعة الإعلام الإخباري لاسيما بنماذج الأعمال الممولة للصحافة.
- تحديد الأسس التجارية لريادة الأعمال الصحفية كمصادر التمويل واحتياجات الجمهور وتسويق المحتوى.

### (2) الأهداف السلوكية: يكون الطالب قادرا على أن:

- يبحث في جينالوجيا الصحافة الريادية وماهيتها.
  - يقارن بين أنواع ريادة الأعمال الصحفية ويحدد عوامل نجاحها وسمات روادها.
  - يلم بمهارات الكتابة والأشكال الصحفية لتقديم موضوعات ريادة الأعمال عبر المنصات الرقمية.
  - يصمم خططا للبدء في مشروعات صغيرة ومتوسطة مثل مدونة تتم إدارتها كعمل تجاري مستدام.
  - يقدم عرضا تقديميا حول مشروعه كما لو كان يتحدث لمستثمرين محتملين بنهاية الفصل الدراسي.
- (3) محتوى المنهج: تم صياغته في ضوء أبعاد التعليم الريادي؛ للإسهام في تنمية معارف ومهارات التفكير الريادي لدى طلاب الإعلام وتقديم أفكار إبداعية لمشروعات ريادية متناهية الصغر، ومن ثم تقديم هذا المحتوى بطريقة منظمة ومرتجة من المهارات البسيطة للأكثر تعقيدا ويتضح ذلك بالجدول التالي:

جدول (9) يوضح محتوى المنهج المقترح في الصحافة الريادية

مقدمة المقرر				القصول	
الفصل الرابع	الفصل الثالث	الفصل الثاني	الفصل الأول		
المشروعات الصحفية الريادية بين التخطيط والتنفيذ	تحرير وتصميم الصحافة الريادية	المهارات الصحفية وريادة الأعمال	أساسيات الصحافة الريادية	الموضوعات	
كيفية تحليل رائد الأعمال للفرص والمخاطر التي ترتبط بالمشروعات الصحفية الريادية في ضوء النماذج العالمية لرواد الأعمال الصحفيين	موضوعات الصحافة الريادية	ما الفرق بين الصحفي ورائد الأعمال؟	جينالوجيا الصحافة الريادية وماهيتها		
	السمات التحريرية لمحتوى الصحافة الريادية وقيم الحكم عليها	سمات الصحفي الريادي ومهاراته	مرتكزات الصحافة الريادية		مجالات ريادة الأعمال الصحفية
		التحديات التي تواجه الصحفي الريادي للتكيف مع النظام الإيكولوجي الجديد	سمات ريادة الأعمال وأهميتها بالمجال الصحفي		تجارب ريادة الأعمال الصحفية وخصائصها ومستجداتها
التخطيط والتنفيذ لمشروع صحفي ريادي مستدام عبر (تقييم ودراسة جدوى الفكرة- دراسة السوق وتحديد استراتيجيات الوصول للجمهور- إدارة المخاطر المالية والقانونية- تحديد مصادر التمويل- الخطة التسويقية- بناء فريق العمل)	القضايا الأخلاقية التي أثرت عند التقاطعات بين الصحافة والأعمال والتكنولوجيا	ديناميكيات الأعمال والفرص في صناعة الأخبار حول ريادة الأعمال من منظور المنظمات القائمة والناشئة	علاقة الصحافة الريادية بالاقتصاد والإنتاج والتنمية		
	أبرز مواقع الصحافة الريادية وأساليب تصميمها	أدوات الصحفي لتحويل أفكاره لمشروعات ريادية (تحديد مصادر الأفكار الإبداعية- علاقة أنماط التفكير بنجاح المشروعات)			
التعريف بخطة تنفيذ المشروع وإدارته					
الخامس حتى السابع	الثالث والرابع	الثاني	الأسبوع الأول	الأسابيع	
تم تحديد الفصل الدراسي الأول لتدريس المنهج بواقع 7 أسابيع وبإجمالي (28 ساعة) مقسمة إلى [14 ساعة نظرية- 14 ساعة تطبيقية]				البرنامج الزمني	
أسطوانة كتاب المقرر- القراءات الخارجية بالمكتبة الجامعية والإنترنت- التسجيلات الصوتية- مقاطع الفيديو التعليمية لرواد الأعمال والمشروعات الريادية الناشئة عبر اليوتيوب				وسائط التعلم	



<p>الزيارات الميدانية لمشاريع صحفية رياضية- بحث الإنترنت- لعب الأدوار- طرح أفكار إبداعية- عروض بوربوينت وفيديوهات تعليمية- أسلوب التعلم الجماعي- دراسة حالة- تحديد موعد لتسليم المشروع والالتزام به</p>	<p>المناقشة- التعلم القائم على التقصي والاكتشاف- التدريب العملي على كتابة موضوعات صحفية عن ريادة الأعمال</p>	<p>العصف الذهني- إجراء مقابلات مع رواد أعمال للتعرف على تجاربهم- الخرائط الذهنية- أسلوب حل المشكلات- أسلوب التعلم الذاتي- التدريب القصصي</p>	<p>المحاضرة- الاستقصاء من خلال التكيلفات البحثية حول موضوعات صحافة ريادة الأعمال- العصف الذهني والأسئلة الشفهية</p>	<p>استراتيجيات التعلم</p>
<p><b>المعرفة والفهم:</b> معرفة الطالب مفهوم صحافة ريادة الأعمال- إلمام الطالب بطبيعة الأعمال الرائدة ومقوماتها- معرفة سمات الصحفي الريادي- يعرف خطوات إنشاء مشروع صحفي ريادي، <b>المهارات الذهنية والعملية:</b> اكتساب مهارات تخطيط وتنفيذ مشروع صحفي ريادي- يوظف الفنون الصحفية في كتابة موضوعات عن ريادة الأعمال بالمنصات الرقمية- يعالج الطالب متابعة ريادة الأعمال وتقييمها- <b>المهارات العامة والمنقولة:</b> تطوير مهارات الاتصال الفعال- تعزيز تحمل المسؤولية واتخاذ القرار- تعزيز الثقة بالنفس بطرح فكرة جديدة- القدرة على إدارة المخاطر.</p>				<p>مخرجات التعلم (ILO)</p>

**(4) أساليب التقويم في إطار المنهج:** تنوعت ما بين تقويم ميدني من خلال الأسئلة الشفهية يستعين بها عضو هيئة التدريس للتعرف على الخلفيات السابقة للطلاب حول صحافة ريادة الأعمال، **والتقويم البنائي** عبر طرح الأسئلة والمناقشات حول ريادة الأعمال وكيفية إنتاج مشروعات مبتكرة والاستماع للحلول وتصويبها؛ للتأكد من اكتساب الطلاب المعارف والمهارات المرتبطة بكل موضوع وتحديد نقاط القوة والضعف وتقديم تغذية راجعة فورية مثل تزويد الطلاب بنتائج أنشطتهم في المحاضرة والسكاشن العملية، وكذا **التقويم الختامي** من خلال أسئلة تقيس مدى تحقق الأهداف قبل نهاية كل محاضرة والتعرف على ما تم إنتاجه من المشروعات الريادية، **والتقويم النهائي** يرتبط بقياس الخبرات التي تعرّض لها الطالب بموضوعات المنهج وتسليم ما تم إنتاجه من خطط عمل للمشروعات الصحفية الريادية وسبل تنفيذها في نهاية الفصل الدراسي، وكذا إجراء اختبار نظري للمنهج، وتوزع درجات المقرر **(100 درجة) ما بين أعمال السنة والشفوي 20 درجة، العملي 30 درجة، الاختبار النهائي 50 درجة، ويقدر نجاح الطالب بأحد التقديرات التالية:** (ممتاز 85 % فأكثر- جيد جدا 75 % لأقل من 85%- جيد من 65 لأقل من 75%- مقبول 50% لأقل من 65%).

**(د) ضبط المنهج:** تم عرض الإطار العام للمنهج على المُحكّمين من أعضاء هيئة تدريس المناهج وطرق التدريس والصحافة (\*\*\*)؛ واتفقوا على أبعاده بنسبة 87%، وتم إجراء التعديلات المطلوبة وصولاً لشكله النهائي.

**(هـ) إعداد دليل عضو هيئة التدريس لتنفيذ المنهج:**

يُعدُّ دليل المعلم (عضو هيئة التدريس) متممًا للخطوط العريضة لمنهج الصحافة الريادية؛ لتمثل سياقات تعليمية وأنشطة بنائية وتطبيقية معتمدة منهجية النشاط ليكتمل المشهد برُمته، ويأتي دور المعلم مكملاً ورئيساً لتحمل مسؤولية تعميق وعي الطلاب بمفاهيم ريادة الأعمال وتوظيفها بمجال العمل الصحفي، ومن هنا جاءت أهمية وجود إطار عام لهذا المنهج يوضّح مخرجاته، ويتكون هذا الدليل من جزأين هما:

**الجزء الأول: (المقدمة):** تعكس توجهات تربية حديثة مبنية على التعلم العميق وتؤكد على دور المعلم في توظيف استراتيجيات التدريس التي تتواءم مع طبيعة المحتوى المعرفي-التقويم: يقدم للمعلم تغذية راجعة عن الأداء المهاري للطلاب- **نتائج التعلم المتوقعة:** تمثل المهارات والمعارف، والاتجاهات التي يُتوقع أن يمتلكها الطالب بعد مروره بالخبرات التعليمية المصممة في الكتاب المقرر، ويمكن قياسها بأدوات إجرائية متنوعة- **مصفوفة النتائج والتسلسل المفاهيمي:** وتعطي للمعلم صورة جلية حول الخبرات التعليمية السابقة واللاحقة للطلاب- **بنية الكتاب:** شكل توزيع المحتوى المعرفي في فصول المقرر ومحاضراته- **مصفوفة توزيع المحاضرات:** تساعد المعلمين في التخطيط للتعلم المراد إحداثه لدى الطلاب.

**الجزء الثاني:** ويتضمن (الأهداف التفصيلية للمحاضرات- المفاهيم الشائعة- نموذج لكيفية تدريس المحاضرات - أنشطة إثرائية وتدريبات).

المادة الإثرائية		مصفوفة التحليل وفقاً لمستويات الأهداف	
<p><b>جيناالوجيا الصحافة الريادية وماهيتها:</b> مع بداية انخفاض الاقتصاد الأمريكي وبدء الحصار الصحافة المطبوعة ووصولها لمرحلة مخيفة من الركود ظهر هذا الاصطلاح على يد بنجامين فرانكلين عام ١٧٢١ ليشير لصناعة محتوى صحفى إبداعي حول ريادة الأعمال؛ ويروج لأفكار ومنتجات الشركات الناشئة وروادها والتوعية بثقافتها التي تعد فهما جديدا للصحافة بدوام جزئى وترتبط بالمعمل الصحفى المستقل وتطوير نماذج أعمال جديدة.</p> <p>• <b>أهداف الصحافة الريادية:</b> خلق مستقبل مستدام للصحافة يُشكّل من قبل رواد الأعمال كصناع للتغيير، وتعد حلقة وصل بين رواد الأعمال والمستثمرين كونها وسيلة إخبارية وقائمة مراقبة، كما أنها تقدم خطاب ينقل صور ريادة الأعمال ويروج لممارستها، فضلاً عن أنها تميز روح المبادرة لدى الصحفيين الرياديين لإنشاء مشروعاتهم المستقلة وتعلم مهارات نشر التقارير وكيفية جعلها جذابة بصريا، لرسم مستقبل صناعة الأخبار وتحقيق الربح.</p>		<p>المحاضرة الأولى: الصحافة الريادية.. الماهية والتطور</p>	<p>الفصل الأول: أساسيات الصحافة الريادية</p>
		مستويات الأهداف	
معرفة	التعريف بصحافة ريادة الأعمال - تمكين المفاهيم الصحيحة- يرصد جيناالوجيا (تطور) الصحافة الريادية- يحدد أهداف الصحافة الريادية	استدلال	يفسر أهمية العمل الصحفى في إيصال رسالة ريادة الأعمال - يستبط سمات الصحافة الريادية
تطبيق	يقدم تعريفاً إجرائياً للصحافة الريادية- يميز بين المفاهيم المرتبطة بريادة الأعمال الصحفية- يوظف مصطلحات ريادة الأعمال بالمحتوى الريادي		

شكل (٣) يوضح المادة الإثرائية بالمحاضرة الأولى

شكل (٢) يوضح محتوى المحاضرة الأولى بالفصل الأول

<p>ماهية الصحافة الريادية؟</p>	<p>المحاضرة الأولى: الصحافة الريادية: الماهية والتطور</p>
<p><b>هدف النشاط</b> - استنتاج تمريناً شاملاً للصحافة الريادية.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• الوسائل والأدوات: المكتبة- الإنترنت</li> <li>• استراتيجيات التدريس: العصف الذهني- الاستقصاء- التعلم التعاوني.</li> <li>• إجراءات تنفيذ النشاط: توزيع الطلاب في مجموعات- تنفيذ خطوات النشاط والإجابة عن الأسئلة المطروحة ومناقشتها- يمكن إحضار كل طالب بحث مبسط أثناء المحاضرة لتعريفات الصحافة الريادية.</li> </ul> <p>إجابة النشاط: تعرف الصحافة الريادية إجرائياً بأنها صناعة وتقديم محتوى صحفي حول ريادة الأعمال ومجالاتها ويبرز أهميتها ونتائجها على الفرد والمجتمع، ويرؤج للشركات الناشئة وتجارب رواد الأعمال، بما يسهم في تعزيز القدرات التنافسية ورفع مستوى الخبرة لدى الرياديين الطامحين للاستقلال المهني</p>	<p><b>نواتج التعلم</b> - يتوقع أن يكون الطالب قادراً على:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• يعرف صحافة ريادة الأعمال</li> <li>• يميز بين المفاهيم المرتبطة بريادة الأعمال الصحفية</li> <li>• يرصد جينالوجيا (تطور) الصحافة الريادية</li> <li>• يوظف مصطلحات ريادة الأعمال بالمحتوي الريادي</li> <li>• يعدد أهداف الصحافة الريادية</li> <li>• يفسر أهمية الصحافة في تقديم رسالة ريادة الأعمال</li> <li>• يستبط سمات الصحافة الريادية</li> </ul> <p>الخبرات السابقة: رواد الأعمال- ريادة الأعمال</p> <p>أصول التدريس:</p> <p>أ. المفاهيم والمصطلحات: ريادة- رائد أعمال- ريادة أعمال- إعلام ريادي- إقتصاد ريادي</p> <p>ب. استراتيجيات التدريس: محاضرة- الاستقصاء (تكليفات بحثية)- عصف ذهني- أسئلة شفوية</p>

شكل (٥) يوضح أنشطة عامة على المحاضرة الأولى

شكل (٤) نواتج التعلم وأصول التدريس للمحاضرة الأولى

(و) إعداد دليل الطالب: تم بناء الموضوعات المقترحة في ضوء أبعاد تعليم الصحافة الريادية وتنظيمها في الكتاب الجامعي من خلال العناصر التالية: (مقدمة- الأهداف العامة- تنظيم المحتوى بموضوعاته وأهدافه- عرض المحتوى من خلال الوسائط المتعددة والأنشطة التقويمية والإثرائية؛ لتنمية مهارات الطلاب- كما اعتمد على التقويم القبلي في تصميم المواقف التي تقيس الخلفيات السابقة والتقويم التكويني أثناء سير المحاضرات والسكاشن العملية والأنشطة الموازية الفردية والجماعية كأحد أشكال التقويم الذاتي الختامي للموضوعات).

**نشاط (١)** استعرض تعريفات الصحافة الريادية. مقدماً تعريفاً إجرائياً لهذا الاصطلاح؟ (١٠ درجات)

**أبحث**  
في التعريفات المتنوعة للصحافة الريادية لاستخلاص ملاحظتها لوضع تعريف إجرائي

**أفكر**  
في المصطلحات المرتبطة بالصحافة الريادية والفرق بينها؟ ثم إجراء بحثاً علمياً حولها؟

**تدريبات (١٠ درجات)**

س١: أكمل العبارات الآتية:  
يرتبط ظهور اصطلاح الصحافة الريادية بعدة عوامل منها.....و.....و.....  
من أهداف الصحافة الريادية.....و.....

س٢: ضع علامة (✓) أو (x) أمام العبارات التالية:  
١. تركز الصحافة الريادية على العمل الوظيفي بدوام كامل ( )  
٢. ظهر مفهوم الصحافة الريادية عام ١٧٨٠. ( )  
٣. اكتشف بنجامين فرانكلين اصطلاح الصحافة الريادية. ( )

**دليل الطالب. مقرّر الصحافة الريادية**

**المحاضرة الأولى**

الصحافة الريادية.. الماهية والتطور  
يتوقع من الطالب أن يكون قادراً على:  
تعريف الصحافة الريادية  
يميز بين مفاهيم ريادة الأعمال الصحفية  
يستيط سمات الصحافة الريادية ويعدد أهدافها  
يوظف مصطلحات ريادة الأعمال بالمحتوي الصحفي

شكل (٦) يوضح دليل الطالب وأهداف المحاضرة الأولى شكل (٧) أنشطة إثرائية للطالب على المحاضرة الأولى

وفي الوقت الذي تفوقت فيه تقارير إدارة الأعمال بصفحات الصحف العالمية تنامت الحاجة للإعلام المتخصص حول ريادة الأعمال بالبيئة العربية، ويُعزى ذلك للإقبال المتزايد من قبل الأفراد على صحافة ريادة الأعمال كميدان خصب يقدم محتوى صحفياً حول ريادة الأعمال، ويسلط الضوء على قصص نجاح روادها بشتى المجالات، ويوفر مصادر المعرفة التي تسهم في رفع مستوى الخبرة لدى الراغبين في تجسيد أفكار ابتكارية على أرض الواقع كمؤسسات ناشئة ذات ممارسات مبتكرة في العمل الصحفي مستغلة بذلك كافة التقنيات الموجودة بالسوق؛ لتحديث دورها فارقاً في المشهد الإعلامي على مستوى المتابعين ودرجة التفاعل وجودة المحتوى وتنوعه ومنصات توزيعه من جهة، وكذا حجم الإيرادات الناتجة من جهة أخرى، وفيما يلي عرضٌ لمثال توضيحي لأحد فصول المنهج المقترح للصحافة الريادية لطلاب الإعلام بالجامعات المصرية

المحاضرة الأولى	الفصل الأول
<p><b>الصحافة الريادية.. الماهية والتطور</b></p> <p><b>أهداف المحاضرة</b></p> <p>في نهاية المحاضرة يستطيع الطالب أن:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>التعريف بصحافة ريادة الأعمال وتمكين المفاهيم الصحيحة</li> <li>يقدم تعريفاً إجرائياً للصحافة الريادية</li> <li>يميز بين المفاهيم المرتبطة بريادة الأعمال الصحفية</li> <li>يرصد جينالوجيا (تطور) الصحافة الريادية</li> <li>يوظف مصطلحات ريادة الأعمال بالمحتوي الريادي</li> <li>يعدد أهداف الصحافة الريادية</li> <li>يفسر أهمية العمل الصحفي في إيصال رسالة ريادة الأعمال</li> <li>يستبطن سمات الصحافة الريادية</li> </ul>	<p><b>أساسيات الصحافة الريادية</b></p> <p><b>أهداف الفصل</b></p> <p>في نهاية الفصل ينبغي أن يكون الطالب قادراً على:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>يعرف ما المقصود بالصحافة الريادية</li> <li>يحدد مرتكزات الصحافة الريادية</li> <li>يستنتج سمات ريادة الأعمال الصحفية</li> <li>يعدد التجارب الدولية لريادة الأعمال الصحفية</li> <li>يحدد أهمية تفعيل دور الصحافة في تناول موضوعات خاصة برواد الأعمال والنتائج المترتبة على ذلك</li> <li>يرصد علاقة الصحافة الريادية بالإنتاج والاقتصاد والتنمية</li> </ul>

شكل (٩) يوضح أهداف المحاضرة الأولى للمنهج المقترح

شكل (٨) يوضح الفصل الأول للمنهج المقترح

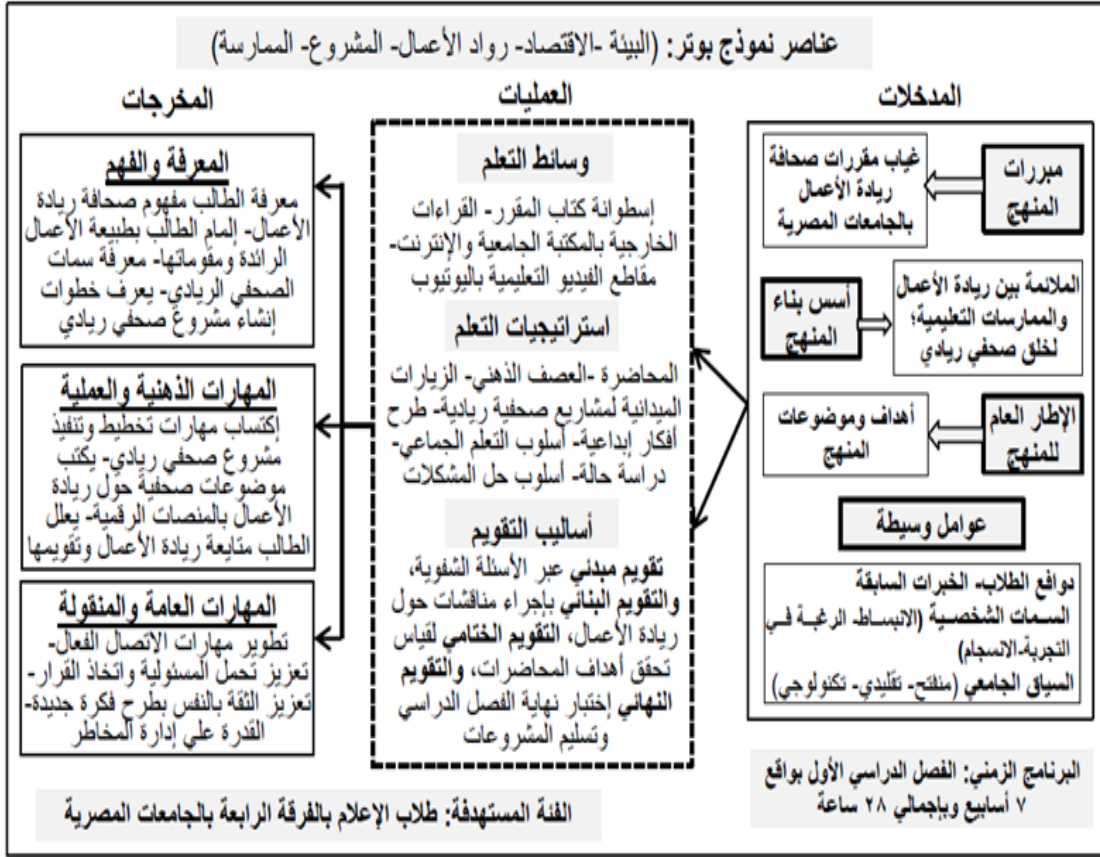
أنشطة وتدريبات
<p><b>نشاط</b></p> <p>استعرض تعريفات الصحافة الريادية، مقدماً تعريفاً إجرائياً لهذا الاصطلاح ؟</p>
<p><b>تدريبات</b></p> <p>س١: أكمل العبارات الآتية:</p> <p>يرتبط ظهور اصطلاح الصحافة الريادية بعدة عوامل منها.....و.....و.....</p> <p>من أهداف الصحافة الريادية.....و.....و.....</p> <p>س٢: ضع علامة (√)، (x) أمام العبارات التالية:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- تركز الصحافة الريادية على فكرة العمل الوظيفي بدوام كامل ( ) .</li> <li>- ظهر مفهوم الصحافة الريادية عام ١٧٨٠ ( ) .</li> <li>- اكتشف بنجامين فرانكلين اصطلاح الصحافة الريادية ( ) .</li> </ul>

شكل (١١) يوضح أنشطة وتدريبات المحاضرة الأولى بالفصل الأول للمنهج المقترح

ما المقصود بالصحافة الريادية؟
<p>مع بداية انخفاض الاقتصاد الأمريكي وبدء انحسار الصحافة المطبوعة ووصولها لمرحلة مخيفة من الركود ظهر هذا الاصطلاح على يد بنجامين فرانكلين عام ١٧٢١ ليشير لصناعة محتوى صحفي إبداعي حول ريادة الأعمال، ويروج لأفكار ومنتجات الشركات الناشئة وروادها والتوعية بتقافتها التي تمد فهماً جديداً للصحافة بدوام جزئي وترتبط بالعمل الصحفي المستقل وتطوير نماذج أعمال جديدة.</p> <p>• <b>وتسهدف الصحافة الريادية خلق مستقبل مستدام للصحافة يُسكّن من قبل رواد الأعمال كصناع للتغيير، وتمد حلقة وصل بين رواد الأعمال والمستهتمين كونها وسيلة إخبارية وقائمة مراقبة، كما أنها تقدم خطاب ينقل صور ريادة الأعمال ويروج لممارساتها، فضلاً عن أنها تعزز روح المبادرة لدى الصحفيين الرياديين لإنشاء مشروعاتهم المستقلة وتعلم مهارات نشر التقارير وكيفية جعلها جذابة بصرياً لرسم مستقبل صناعة الأخبار وتحقيق الربح.</b></p>

شكل (١٠) يوضح محتوى المحاضرة الأولى بالفصل الأول للمنهج المقترح





شكل (١٢) مقترح لمسارات بناء منهج الصحافة الريادية لطلاب

## مراجع الدراسة

- (<sup>1</sup>) محمد علواني . "نشأة ريادة الأعمال.. بحث في جينالوجيا المفهوم"، 2020/11/27، متاح على: <https://www.rowadalaamal.com/%D9%86%D8%B4%D8%A3%D8%A9-%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84-%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D9%81%D9%8A-%D8%AC%D9%8A%D9%86%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7-%D8%A7%D9%84>, Retrieved at:28/10/2022,11:12 A.M.
- (<sup>2</sup>) زايد مراد. "الريادة والإبداع في المشروعات الصغيرة والمتوسطة"، الملتقى الدولي حول المقاولاتية التكوينية وفرص الأعمال بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، (الجزائر: جامعة محمد خضير بسكرة، في الفترة من 6-8 أبريل، 2010)، ص ص: 1-15.
- (<sup>3</sup>) تم الرجوع في ذلك إلى: إسلام النجار. "الإعلام الريادي.. فرص وتحديات"، 14 مارس 2022، متاح على: <https://www.rowadalaamal.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D9%8A/>, Retrieved at:25/10/2022,12:03P.M.
- Hanan Sulaiman."Entrepreneurship Media: Brand Journalism and Verticals", Practice-Analysis of Six Regional Arab Outlets", **Arab Journal for Media and Communication Research**, No(33), April-June 2021,pp:63-65.
- Datis Khajeheian."Media Entrepreneurship: A Consensual Defenition",**AD-Minister**, Vol.(30),No.(30) , 2017,pp:91-113.
- (<sup>4</sup>)See:Olawale Akinselure Franklin."Influence of Entrepreneurial Journalism on Content Creation", **Master Thesis**, (Nigeria: University Of Ibadan, Faculty Of Arts, 2012).
- Tim P.Vos and jane B.Singer. "Media Discourse about Entrepreneurial Journalism :Implications for Journalistic Capital", **journalism Practice**, Vol.(2), No.(54), 2016, PP:93-96.
- (<sup>5</sup>)See:Akinselure Olawale Franklin."Influence Of Enterpreneural Journalism On Content Creation: Astudy Of Select Nigerian Journalists", **Master Thesis**, (Nigeria: University Of Ibadan, Faculty of Arts, Department Of Communication and Language Arts, November, 2012).
- Mohammad Keyhani.Computer Simulation Studies of the Entrepreneurial Market Process, In "**Complexity in Entrepreneurship, Innovation and Technology Research**", (Springer International Publishing ,2016),pp: 117-137.
- Phillip Smith."10 skills that journalists and entrepreneurs have in common: The case for journalists to consider starting something new instead of leaving the profession",7 FEB 2019 ,**Available at:** <https://phillipadsmith.com/2019/02/10-skills-that-journalists-and-entrepreneurs-have-in-common.html>, Retrieved at:6/10/2022,1:54P.M.
- (<sup>6</sup>)Michael DeMasi."Enterpreneural Journalism': Anew Practice Consistent With Historical Norms", **Master thesis**, (Empire State College:State University of New York, 2013).

(<sup>7</sup>)Hanan Sulaiman."Entrepreneurship Media: Brand Journalism and Verticals",Practice-Analysis of Six Regional Arab Outlets", **Op.cit.**, pp:63-65.

(<sup>8</sup>)**See:**Kim Nowacki."Entrepreneurial Journalism: In Search of Something New", **Master thesis**, University Of Southern California:Faculty Of the USC Graduate School,2011).

-Herrman, K."Developing entrepreneurial graduates: Putting entrepreneurship at the Centre of Higher Education",2010, **Available at:** [http://www.ncee.org.uk/image/publication\\_type/pdf.jpg](http://www.ncee.org.uk/image/publication_type/pdf.jpg) **Retrieved at:**18/10/2022,3:09P.M.

(<sup>9</sup>)James Breiner."How J-Schools Are Helping Students Develop Entrepreneurial Journalism Skills" 2013, **Available at:** <https://www.poynter.org/reporting-editing/2013/how-j-schools-are-helping-students-develop-entrepreneurial-journalism-skills/>,**Retrieved at:**10/10/2022,12:12P.M.

(<sup>10</sup>)**See:**Amir Emami and Dimo Dimov."Degree of innovation and the entrepreneurs' intention to create value: a comparative study of experienced and novice entrepreneurs", **Eurasian Business Review**, Vol.(7), 2017, pp:161-182.

-Mohammad Keyhani."Computer Simulation Studies of the Entrepreneurial Market Process", **Op.Cit.**,p:129.

-Datis Khajeheian."Media Entrepreneurship: A Consensual Defenition", **Op.Cit.**, pp:91-113.

(<sup>11</sup>)**See:**Francis Chigunta,et.al.,"**Being "Real" about Youth Entrepreneurship in Eastern and Southern Africa: Implications for Adults, Institutions and Sector Structures**",(Geneva: International Labour Offic(ILO),2005).

- **Lanre Amodu**,et.al.,"**Media Coverage of Entrepreneurial Innovation as a Determinant of Sustainable Development in Nigeria**", **3<sup>rd</sup> International Conference on African Development Issues**, (Ota, Nigeria :Covenant University Press, May 2016),pp:342-345.

-Steven R. Koltai, Victor K. Mallet, and Matthew Muspratt. "Ghana Entrepreneurship Ecosystem Analysis", **Final Report**,(Accra: Koltai & Company, LLC,2013).

(<sup>12</sup>)ماهر الحشوة. "التربية من أجل الريادة في فلسطين -دراسة استكشافية"، ترجمة نزار ملحم،(القدس ورام الله: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية،2012)،صص:26-30.

(<sup>13</sup>)Tae Jun, et.al.,"**The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review**", **Entrepreneurship Theory and Practice**, Vol 38, Issue 2, March 2014,p: 247.

(<sup>14</sup>)Yue Zhang."**Experimenting with new strategies to run a media startup**",**Master thesis**, 2014, **Available at:** <https://mospace.umsystem.edu/xmlui/handle/10355/44651>, **Retrieved at:**13/10/2022,11:17A.M.

(<sup>15</sup>)JL Manfredi Sánchez, et.al.,"**Entrepreneurial journalism: Sports journalism in Spain**", **Revista Latina de Comunicación Social**, Vol.(70),2015, pp:69-90.

(<sup>16</sup>)Hanan Sulaiman."Entrepreneurship Media: Brand Journalism and Verticals",Practice-Analysis of Six Regional Arab Outlets, **Op.cit.**, pp:67-69.



- (<sup>17</sup>)Juho Ruotsalainen,et.al.,."A future of journalism beyond the objectivity–dialogue divide? Hybridity in the news of entrepreneurial journalists", **Journalism**, Vol.(22), No.(9),2021,pp: 2240–2258.
- (<sup>18</sup>)Juho Ruotsalainen and Mikko Villi."Hybrid Engagement: Discourses and Scenarios of Entrepreneurial Journalism", **Media and Communication**, Vol.(6), Issue(4), 2018,PP:79–90.
- (<sup>19</sup>)Freddy Mutiara, Ambang Priyonggo."Analysis Of Sustainability Business Media From Hyperlocal and Enterpreneurial Journalism Perspectives: A Case Study Of D'I'S WAY DAILY", **Journal of Entrepreneurship & Business**, Vol.(1), No.(2), 2020,pp:102-113.
- (<sup>20</sup>)L Martínez-García."The shortcomings of the traditional press, a burden on entrepreneurial journalism", **Revista Latina de Comunicación Social**, Vol.(71), 2016, pp:428 -442.
- (<sup>21</sup>)Tim P. Vos and Jane B. Singer."Media Discourse about Entrepreneurial Journalism: Implications for Journalistic Capital", **Op.cit.**, pp:143-159.
- (<sup>22</sup>)Maggie Reid."Invsting In Yourself: Entrepreneurial Journalism In The Digital Age", **phd dissertation**, (Toronto, Ontario, Canada:University of Toronto, 2018)
- (<sup>23</sup>)Vanessa de Macedo Higgins Joyce ."Independent Voices of Entrepreneurial News: Setting a New Agenda in Latin America", **Palabra Clave**, Vol.(21), No.(3), 2018, pp:710-739.
- (<sup>24</sup>)Amanda Daniëlle Brouwers."Failure and understanding- with in entrepreneurial journalism", **Journal of Media Business Studies** , Vol.(14), Issue 3, 2017.
- (<sup>25</sup>)Akinselure Olawale Franklin."Influence Of Enterpreneurial Journalism On Content Creation: Astudy Of Select Nigerian Journalists", **Master Thesis**, (Nigeria: University Of Ibadan, Faculty of Arts, Department Of Communication and Language Arts, November, 2012).
- (<sup>26</sup>)بوطغان حياة وبين كاشر نور الهدى."الصحافة الريادية ومستقبل غرف الأخبار الرقمية دراسة استشرافية"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، (الجزائر: جامعة 8 مايو 1945 قالمة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016)، ص:87.
- (<sup>27</sup>)Asmaa Mohamed Awadalla." Requirements for Improving Awareness of Entrepreneurship among Students of The Agriculture Faculty, Alexandria University", **Journal of the Advances in Agricultural Researches (JAAR)**, Vol.(27), No.(1),2022,PP:182-192.
- (<sup>28</sup>)موزة بنت عبدالله المقبالية وآخرون." فاعلية تعليم ريادة الأعمال في تعزيز اتجاهات طلاب مؤسسات التعليم العالي نحو ريادة الأعمال بسلطنة عمان"، **المجلة العلمية لكلية التربية**، المجلد السابع والثلاثون، ع.(11) ، (جامعة أسيوط، كلية التربية، نوفمبر 2021)، ص ص: 187-220.
- (<sup>29</sup>)Amparo López-Meri, et.al., "What is Behind the Entrepreneurship Intention in Journalism? Entrepreneur Typologies Based on Student Perceptions, **Journalism Practice**, vol.(15), issue(3), 2021), pp:402-419.
- (<sup>30</sup>)Jane B. Singer and Marcel Broersma."Innovation and Entrepreneurship: Journalism Students' Interpretive Repertoires for a Changing Occupation", **Journalism Practice**, Vol.(14), No.(3), March 2020,pp:319-338.

(<sup>31</sup>)Andreu Casero-Ripollés, et.al., "The Journalists of the Future Meet Entrepreneurial Journalism", **Journalism Practice**, Vol.(10), No.(2), 2016, pp: 286- 303.

(<sup>32</sup>)Cindy Elmore and Brian Massey."Need for instruction in entrepreneurial journalism: Perspective of full-time freelancers", **Journal of Media Practice**, Vol.(13), Issue(2), 2012, PP: 109-124.

(<sup>33</sup>)Pedro Aceituno-Aceituno, et.al., "University training on entrepreneurship in communication and journalism business projects", **Comunicar**, Vol.(XXVI), No.(57), 2018, pp:91-99.

(<sup>34</sup>)Kirsten Sparre and Helle Meibom Færgemann."Towards a Broader Conception of Entrepreneurial Journalism Education Starting with everyday practice", **Journalism Practice**, 2016, Vol.(10), Issue 2, 2016, pp: 266-285.

(<sup>35</sup>)Christopher Buschow, et.al., "Teaching Media Entrepreneurship: How a start-up simulation can increase students' knowledge and encourage them to work in entrepreneurial contexts", **Teaching Journalism & Mass Communication**, Vol.(11), No.(1), 2021, pp. 65-69 .

(<sup>36</sup>)Jeremy Caplan, et.al., "Entrepreneurial Journalism: Teaching Innovation and Nurturing an Entrepreneurial Mindset", **Journalism & Mass Communication Educator**, Vol.(75), No.(1), 2020, pp. 27-32.

(<sup>37</sup>)Jonathan Levie, et.al., "**Impact of Media on Entrepreneurial Intentions and Actions**", (University of Strathclyde: Aston Business School, November 2011).

(<sup>38</sup>)Tae Jun ,et.al., "The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review", **Entrepreneurship Theory and Practice**, Vol.(38), Issue.(2), March 2014, pp: 217-254.

(<sup>39</sup>)Min Hang and Aldo van Weezel."Media and Entrepreneurship: A Survey of the Literature Relating Both Concepts", **Journal of Media Business Studies**, Vol.(4), Issue(1), 2007, pp: 51-70.

(<sup>40</sup>)Michelle Barrett Ferrier."Media Entrepreneurship: Curriculum Development and Faculty Perceptions of What Students Should Know", **Journalism & Mass Communication Educator**, Vol.(68), Issue(3), 2013.

(<sup>41</sup>)Michael DeMasi."Entrepreneurial Journalism?: A New Practice Consistent With Historical Norms", **Op.cit.,.**

(<sup>42</sup>)نها محمد عثمان. "مشاركة المعرفة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في قطاع ريادة الأعمال في ظل جائحة كورونا: دراسة ميدانية"، **بحوث في علم المكتبات والمعلومات**، المجلد(28)، العدد(28)، مارس 2022، ص: 145-206.

(<sup>43</sup>)Min Hang."Media and Entrepreneurship, A Revisit with a Decade of Progress: A Bibliometric Analysis of Media Entrepreneurship Research Between 2005 and 2017", **Op.Cit.,**pp:187-207.

(<sup>44</sup>)Datis Khajeheian."Media Entrepreneurship: A Consensual Defenition", **Op.Cit.,**P:107.

(<sup>45</sup>)Frida Jernberg, et.al., "A new male entrepreneur? Media representation of male entrepreneurs before and after #metoo", **Gender in Management**, Vol.(35), No.(2), 2020, pp. 211-224.

(<sup>46</sup>)Anna Iyaloo Namwandi."A Stylistic Analysis Of Language Use In Advertising: A Study Of Advertisements Of Selected Small To Medium Entrepreneurs In The Oshana Region", **Op.Cit.,**

(<sup>47</sup>)Philip T. Roundy and Arben Asllani."The Themes of Entrepreneurship Discourse: A Data Analytics Approach", Journal of Entrepreneurship", **Management and Innovation**, Vol.(14), Issue(3), 2018,pp:127-158.

(<sup>48</sup>)Lanre Amodu, et.al.,."Media Coverage of Entrepreneurial Innovation as A Determinant of Sustainable Development in Nigeria", **Op.Cit.,** pp:342-345.

(<sup>49</sup>)Miruna Radu and Renaud Redien-Collot."The Social Representation of Entrepreneurs in the French Press: Desirable and Feasible Models?", **International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship**,Vol.(26), Issue(3), 2008.

(<sup>50</sup>)Kevin Hindle and Kim Klyver."Exploring the relationship between media coverage and participation in entrepreneurship: initial global evidence and research implications", **International Entrepreneurship and Management Journal**, Vol.(3), 2007,pp:217-242.

(<sup>51</sup>)Miruna Radu and Renaud Redien-Collot."The Social Representation of Entrepreneurs in the French Press: Desirable and Feasible Models?", **Op.cit.,**

(<sup>52</sup>)See: Oyero, O. "**Development communication and broadcasting**",(Lagos: National Open University of Nigeria, 2012),p:143.

-Nora C. Quebral."What Do We Mean by Development Communication?", **International Development Review**, Vol.(15), No.(2),1973,pp: 25-28.

-Paolo Mefalopulos."**Development Communication Sourcebook: Broadening the Boundaries of Communication**",(Washington DC: International Bank for Reconstruction and Development: The World Bank,2008),p:224.

-Bilal Worku."The Practice And Challenges Of Media Coverage Of Entrepreneurship Issues In Ethiopian Broadcasting Corporation (EBC)", **Master Thesis** , (Addis Ababa University: School Of Journalism And Communication, June 2017),pp:40-41.

(<sup>53</sup>)See:Andrew A. Moemeka."**Development Communication: A Historical and Conceptual Overview: Communicating for development: a new pan-disciplinary perspective**",(N.P,1994) pp:12-13.

- Amuseghan S. Adejimola. "Language, communication and information flow in entrepreneurship", **African Journal of Business Management**,Vol.(II), No.(10), 2008,pp:201-208.

-Min Hang and Aldo van Weezel."**Media and Entrepreneurship: A Survey of the Literature Relating Both Concepts**", (Sweden:Unpublished, 2005),p:17.

(<sup>54</sup>)تم الرجوع في ذلك إلى: عبد الرازق محمد الدليمي."نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين"، (الأردن: دار اليازوري العلمية، ٢٠١٦)، ص ص: ٨١-٨٢.

-Clifford G Christians, et.al.,."Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies", (Chicago: University of Illinois press, 2010), P:11

-Denis Mc Quail."**Mass Communication Theory:An Introduction**",1<sup>st</sup>ed., (London: Sage publication, 1994),pp:123-126.

(\*\*) أسماء السادة المحكمين لاستمارة تحليل المضمون مرتبة حسب الترتيب الهجائي والدرجة العلمية:  
- أ.د/ محمد حسام الدين إسماعيل: أستاذ الصحافة – كلية الإعلام- جامعة القاهرة.  
- أ.د/ وائل إسماعيل عبد الباري: أستاذ الصحافة- كلية البنات- جامعة عين شمس.  
- أ.د/ وليد عبد الفتاح النجار: أستاذ الصحافة- كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة.  
- أ.م.د/ عيسى محمد عبد الباقي: أستاذ الصحافة المساعد جامعة بني سويف، والأستاذ المشارك بكلية الآداب جامعة طيبة.

(\*\*\*) قام الباحث بالاستعانة باتنين من الباحثين لإجراء اختبار الثبات لاستمارة تحليل المضمون وهما:

- د/ حنان عبد الله عبد الصمد: مدرس الصحافة – كلية التربية النوعية – جامعة المنصورة.

- د/ هند السيد حجازي: مدرس الصحافة- كلية التربية النوعية -جامعة المنصورة.

(<sup>55</sup>)<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%b4%d8%b1%d9%83%d8%a9-netdragon-websof-%d8%aa%d8%b9d9%8a%d9%86-%d8%b1%d9%88%d8%8d9%88%d8%aa-%d8%b1%d8%a6%d9%8a%d8%b3d9%8b%d8%a7-%d8%aa%d9%86d9%81d9%8a%d8%b0d9%8a%d9%8b%d8%a7/,11/9/2022>.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d9%85%d8%a7d9%8a%d9%83%d8%b1%d9%88%d8%b3d9%88d9%81d8%aa-%d8%aa%d8%af%d8%b9d9%85-%d8%a7d9%84d8%b4d8%b1d9%83d8%a7d8%aa-%d9%81d9%8a-%d8%a7d9%84d8%a5d9%85d8%a7%d8%b1d8%a7d8%aa-%d9%84/,5/9/2022>.

(<sup>56</sup>)<https://www.allbusiness.com/to-be-a-great-leader-practice-these-five-skills-of-relational-intelligence-213981-1.html>, 23/9/2022

-<https://www.allbusiness.com/9-ways-leaders-can-improve-the-workplace-for-employees-210289-1.html>, 12/9/2022.

<https://www.allbusiness.com/option-Trader-risky-or-smart?.html>,14/9/2022.

(<sup>57</sup>)Frida Jernberg, et.al., "A new male entrepreneur? Media representation of male entrepreneurs before and after #metoo", **Op.cit.**,pp:211-224.

(<sup>58</sup>)Anna Iyaloo Namwandi."A Stylistic Analysis Of Language Use In Advertising: A study Of Advertisements Of Selected Small To Medium Entrepreneurs In The Oshana Region", **Op.cit.**.

(<sup>59</sup>)Philip T. Roundy and Arben Asllani."The Themes of Entrepreneurship Discourse: A Data Analytics Approach", **Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation**, Vol.(14), Issue(3), 2018,pp:127-158.

(<sup>60</sup>)Lanre Amodu, et.al., "Media Coverage of Entrepreneurial Innovation as a Determinant of Sustainable Development in Nigeria", **Op.cit.**,pp:342-345.

(<sup>61</sup>)<https://www.egyentrepreneur.com/%d9%88%d8%b2d8%a7d8%b1d8%a9-%d8%a7d9%84d8%aa%d8%ae%d8%b7d9%8a%d8%b7-%d9%88%d8%b1d9%88d8%a7d8%af-2030-%d9%8a%d8%b7d9%84d9%82%d8%a7d9%86-%d8%a7d9%84d9%85d9%84d8%aa%d9%82d9%89-%d8%a7,18/9/2022>.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d9%84d9%85d8%a7d8%b0d8%a7-%d9%86d8%ad%d8%aa%d8%a7d8%ac-%d8%b1d9%8a%d8%a7d8%af-%d8%a9-%d8%a7d9%84d8%a3d8%b9d9%85d8%a7d9%84-%d9%84/,5/9/2022>.

81% d9% 8a-% d8% a7% d9% 84 % d9% 88% d9% 82% d8% aa-% d8 % a7% d9% 84% d8% b1, 3/9/2022.

(<sup>62</sup>)Min Hang."Media and Entrepreneurship, A Revisit with a Decade of Progress: A Bibliometric Analysis of Media Entrepreneurship Research Between 2005 and 2017", **Op.Cit.**,pp:187-207.

(<sup>63</sup>)Datis Khajeheian."Media Entrepreneurship: A Consensual Defenition", **Op.Cit.**, P:110.

(<sup>64</sup>) منصور نايف ومحمد فتحي . "الرعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب جامعة نجران واتجاهاتهم نحوها: دراسة ميدانية"، **مجلة التربية**، جامعة الأزهر، مجلد(162)، العدد(2)، 2015، ص: 612.

(<sup>65</sup>)<https://www.allbusiness.com/the-7-best-cities-to-do-business-with-in-latin-america-213446-1.html>,23/9/2022.

(<sup>66</sup>)<https://www.egyentrepreneur.com/40-%d9%85%d9%84%d9%8a%d8%a7%d8%b1-%d8%ac%d9%86%d9%8a%d9%87-%d8%ad%d8%ac%d9%85-%d8%a7%d9%84%d8%aa%d9%85%d9%88%d9%8a%d9%84%d8%a7%d8%aa-%d8%a7%d9%84%d9%85%d9%85%d9%86%d9%88%d8%ad%d8%a9-%d9%84%d9%84%d9%85/>,15/9/2022.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d9%85%d8%a8%d8%a7%d8%af%d8%b1%d8%a9-%d8%b1%d9%88%d8%a7%d8%af-%d8%a7%d9%84%d9%86%d9%8a%d9%84-%d8%aa%d8%b4%d8%a7%d8%b1%d9%83-%d9%81%d9%8a-%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%aa%d9%84%d9%82%d9%89-%d8%a7%d9%84%d8%b3/>,6/9/2022.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%a7%d9%88%d8%b1%d9%86%da%86-%d9%85%d8%b5%d8%b1-%d8%aa%d9%88%d9%82%d8%b9-%d8%a7%d8%aa%d9%81%d8%a7%d9%82%d9%8a%d8%a9-%d8%b4%d8%b1%d8%a7%d9%83%d8%a9-%d9%85%d8%b9-%d9%85%d9%86%d8%b5%d8%a9-tod-%d8%a7/>,28/9/2022.

(<sup>67</sup>)بوظغان حياة وبن كاشر نور الهدى."الصحافة الريادية ومستقبل غرف الأخبار الرقمية دراسة استشرافية"، **مرجع سابق**، ص: 87.

(<sup>68</sup>)<https://www.allbusiness.com/design-effective-landing-page-118685-1.html>, 12/9/2022.

-<https://www.allbusiness.com/safehub-the-tech-company-helping-companies-respond-to-natural-disasters-212308-1.html>,28/9/2022.

-<https://www.allbusiness.com/internet-domain-names-most-valuable-real-estate-for-your-business-213905-1.html>,18/9/2022.

(<sup>69</sup>)<https://www.egyentrepreneur.com/%d9%88%d9%84%d9%8a%d8%af-%d8%ad%d8%b3%d9%88%d9%86%d8%a9-efg-ev-%d8%a7%d8%b3%d8%aa%d8%ab%d9%85%d8%b1%d8%aa-%d9%81%d9%8a-18-%d8%b4%d8%b1%d9%83%d8%a9-%d9%86%d8%a7%d8%b4%d8%a6%d8%a9-%d8%ad/>,6/9/2022.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%b4%d8%b1%d9%83%d8%a9-%d8%a5%d9%8a-%d8%b3%d9%8a-%d8%b3%d9%8a-%d8%aa%d8%b3%d8%aa%d8%ad%d9%88%d8%b0-%d8%b9%d9%84%d9%89-%d8%ad%d8%b5%d8%a9-%d8%a3%d8%ba%d9%84%d8%a8%d9%8a%d8%a9-%d9%81%d9%8a-%d8%b3/>,11/9/2022.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%aa%d8%b9%d8%b1%d9%81-%d8%b9%d9%84%d9%89-%d8%a3%d9%87%d9%85-%d8%ad%d8%a7%d8%b6%d9%86%d8%a7%d8%aa-%d8%a7%d9%84%d8%a3%d8%b9%d9%85%d8%a7%d9%84-%d8%a7%d9%84%d8%af%d8%a7%d8%b9%d9%85%d8%a9-%d9%84%d9%84/,12/9/2022>.

(<sup>70</sup>)<https://www.allbusiness.com/is-the-bubble-about-to-burst-how-leaders-and-individuals-can-brace-for-economic-change-214692-1.html,15/9/2022>.

-<https://www.allbusiness.com/How-to-be-like-bezos-3-key-characteristics-of-the-Amazon-founder-234872-1.html,18/9/2022>.

(<sup>71</sup>)Frida Jernberg, et.al., "A new male entrepreneur? Media representation of male entrepreneurs before and after #metoo", **Op.cit.**, pp. 211-224.

(<sup>72</sup>)Lanre Amodu, et.al., "Media Coverage of Entrepreneurial Innovation as a Determinant of Sustainable Development in Nigeria", **Op.cit.**, pp:342-345.

(<sup>73</sup>) <https://www.egyentrepreneur.com/%d8%a7%d9%84%d8%a8%d9%86%d9%83-%d8%a7%d9%84%d8%a3%d9%87%d9%84%d9%89-%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b5%d8%b1%d9%8a-%d9%8a%d9%88%d9%82%d8%b9-%d8%a7%d8%aa%d9%81%d8%a7%d9%82%d9%8a%d8%a9-%d8%aa%d8%b9%d8%a7%d9%88/23/9/2022>.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d9%85%d9%86%d8%b5%d8%a9-%d8%b4%d8%b1%d9%88%d8%a9-%d8%aa%d8%b7%d9%84%d9%82-%d8%aa%d8%b7%d8%a8%d9%8a%d9%82%d9%87%d8%a7-%d9%84%d9%84%d8%aa%d8%b3%d9%88%d9%82-%d8%a7%d9%84%d8%a5%d9%84%d9%83/,17/9/2022>.

(<sup>74</sup>) <https://www.allbusiness.com/5-ways-Mom-of-special-needs-children-can-start-abusiness-132785-1.html,14/9/2022>.

-<https://www.allbusiness.com/the-7-best-cities-to-do-business-with-in-latin-america-213446-1.html/,23/9/2022>.

-<https://www.allbusiness.com/design-effective-landing-page-118685-1.html/,12/9/2022>

(<sup>75</sup>)Tim P.Vos and Jane B. Singer."Media Discourse about Entrepreneurial Journalism: Implications for Journalistic Capital", **Op.cit.**, pp:93-96.

(<sup>76</sup>)Maggie Reid."Invsting In Yourself: Entrepreneurial Journalism In The Digital Age", **ph.D dissertation**, (Toronto, Ontario, Canada, University of Toronto, 2018).

(<sup>77</sup>) <https://www.egyentrepreneur.com/%d9%88%d9%84%d9%8a%d8%af-%d8%ad%d8%b3%d9%88%d9%86%d8%a9-efg-ev-%d8%a7%d8%b3%d8%aa%d8%ab%d9%85%d8%b1%d8%aa-%d9%81%d9%8a-18-%d8%b4%d8%b1%d9%83%d8%a9-%d9%86%d8%a7%d8%b4%d8%a6%d8%a9-%d8%ad,18/9/2022>.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%b1%d9%88%d8%a7%d8%af-%d8%a7%d9%84%d9%86%d9%8a%d9%84-%d8%aa%d8%b7%d9%84%d9%82-%d8%a8%d8%b1%d9%86%d8%a7%d9%85%d8%ac%d8%a7-%d9%84%d8%aa%d8%b9%d9%85%d9%8a%d9%82-%d8%a7%d9%84%d8%aa%d8%b5%d9%86%d9%8a/,4/9/2022>.

(<sup>78</sup>) <https://www.allbusiness.com/design-effective-landing-page-118685-1.html,12/9/2022>.

-<https://www.allbusiness.com/monetizing-content-creation-4-ways-to-make-a-living-as-part-of-the-creator-economy-214445-1.html>,10/9/2022.

-<https://www.allbusiness.com/Entrepreneur-v-Employee-a-Comparison-212457-2.html>,6/ 9/ 2022.

-<https://www.allbusiness.com/these-brands-are-creating-culturally-sensitive-advertising-heres-how-you-can-too-213095-1.html>, 16/9/2022.

(<sup>79</sup>) <https://www.egyentrepreneur.com/%d8%ad%d8%a7%d8%b6%d9%86%d8%a9-%d9%83%d9%84%d9%8a%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d8%a7%d9%82%d8%aa%d8%b5%d8%a7%d8%af-%d9%88%d8%a7%d9%84%d8%b9%d9%84%d9%88%d9%85-%d8%a7%d9%84%d8%b3%d9%8a%d8%a7%d8%b3%d9%8a%d8%a9/>,13/9/2022.

-<https://www.egyentrepreneur.com/40-%d9%85%d9%84%d9%8a%d8%a7%d8%b1-%d8%ac%d9%86%d9%8a%d9%87-%d8%ad%d8%ac%d9%85-%d8%a7%d9%84%d8%aa%d9%85%d9%88%d9%8a%d9%84%d8%aa-%d8%a7%d9%84%d9%85%d9%85%d9%86%d9%88%d8%ad%d8%a9-%d9%84%d9%84%d9%85/>,16/9/2022.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d9%84%d9%85%d8%a7%d8%b0%d8%a7-%d9%86%d8%ad%d8%aa%d8%a7%d8%ac-%d8%b1%d9%8a%d8%a7%d8%af-%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d8%a3%d8%b9%d9%85%d8%a7%d9%84-%d9%81%d9%8a-%d8%a7%d9%84%d9%88%d9%82%d8%aa-%d8%a7%d9%84%d8%b1>, 11/9/2022.

(<sup>80</sup>)<https://www.allbusiness.com/these-brands-are-creating-culturally-sensitive-advertising-heres-how-you-can-too-213095-1.html>,15/9/2022.

-<https://www.allbusiness.com/when-was-youtube-created-263175-1.html>,1/9/2022.

-<https://www.allbusiness.com/How-to-be-Like-Bezos-3-Key-Characteristics-of-the-Amazon-Founder-210231.html>,18/9/2022.

(<sup>81</sup>)<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%aa%d8%b9%d8%b1%d9%81-%d8%b9%d9%84%d9%89-%d8%a3%d9%87%d9%85-%d8%ad%d8%a7%d8%b6%d9%86%d8%a7%d8%aa-%d8%a7%d9%84%d8%a3%d8%b9%d9%85%d8%a7%d9%84-%d8%a7%d9%84%d8%af%d8%a7%d8%b9%d9%85%d8%a9-%d9%84%d9%84/>,10/9/2022

(<sup>82</sup>) <https://www.allbusiness.com/5-ways-marketers-can-tackle-the-challenging-2022-holiday-shopping-season-213620-1.html>, 8/9/2022

(<sup>83</sup>) <https://www.egyentrepreneur.com/%d8%a5%d9%8a%d8%af%d9%88%d8%a8%d8%a7-%d8%aa%d9%81%d8%a7%d9%88%d8%b6-%d8%b9%d8%af%d8%af-%d9%85%d9%86-%d8%b5%d9%86%d8%a7%d8%af%d9%8a%d9%82-%d8%b1%d8%a3%d8%b3%d9%85%d8%a7%d9%84-%d9%85%d8%ae/>,21/9/ 2022.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%a7%d9%84%d8%af%d9%83%d8%a7%d9%86-%d8%aa%d8%ba%d9%84%d9%82-%d8%ac%d9%88%d9%84%d8%a9-%d8%a7%d8%b3%d8%aa%d8%ab%d9%85%d8%a7%d8%b1%d9%8a%d8%a9-%d8%a8%d9%82%d9%8a%d9%85%d8%a9-550-%d8%a3/>,26/9/2022.

(<sup>84</sup>) <https://www.allbusiness.com/7-unnecessary-expenses-that-new-businesses-should-avoid-until-theyre-profitable-213723-1.html>

-<https://www.allbusiness.com/9-ways-leaders-can-improve-the-workplace-for-employees-210289-1.html>, 12/9/2022.

(<sup>85</sup>)<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%b9%d8%a7%d9%85-2030-%d9%8a%d8%ac%d9%84%d8%b3-%d8%a7%d9%84%d8%b0%d9%83%d8%a7%d8%a1-%d8%a7%d9%84%d8%a7% d%8%b5%d8%b7%d9%86%d8%a7%d8%b9%d9%8a-%d8%b9%d9%84%d9%89-%d8%b9%d8%b1% d8%b4-%d8%aa%d9%84%d9%83/>, 10/9/2022.

(<sup>86</sup>)<https://www.allbusiness.com/design-effective-landing-page-118685-1.html>, 12/9/2022.

-<https://www.allbusiness.com/how-to-get-startup-funding-from-the-government-213729-1.html>, 14/9/2022.

-<https://www.allbusiness.com/pitch-presentation-investors-118369-1.html>, 16/9/2022.

(<sup>87</sup>)<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%a7%d9%84%d8%b4%d8%b1%d9%83%d8%a7%d8%aa-%d8%a7%d9%84%d9%86%d8%a7%d8%b4%d8%a6%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d9%85% d8%b4%d8%a7%d8%b1%d9%83%d8%a9-%d8%a8%d9%85%d9%87%d8%b1%d8%ac% d8%a7%d9%86-come-up-%d8%aa%d8%ac/>, 24/9/2022.

-<https://www.egyentrepreneur.com/30-%d9%85%d9%84%d9%8a%d9%88%d9%86-%d8%ac%d9%86%d9%8a%d9%87-%d8%a5%d8%ac%d9%85%d8%a7%d9%84%d9%8a-%d8%a7%d8%b3% d8%aa%d8%ab%d9%85%d8%a7%d8%b1%d8%a7%d8%aa-%d8%a8%d9%86%d9%83-%d8%a7%d9%84%d8%a8%d8%b1%d9%83/>, 3/9/2022.

(<sup>88</sup>) <https://www.allbusiness.com/to-be-a-great-leader-practice-these-five-skills-of-relational-intelligence-213981-1.html>, 23/9/2022.

<https://www.allbusiness.com/how-to-successfully-start-a-business-during-a-recession-213499-1.html>, 19/9/2022.

(<sup>89</sup>) <https://www.egyentrepreneur.com/%d8%b9%d8%a7%d9%85-2030-%d9%8a%d8%ac%d9%84%d8% b3-%d8%a7%d9%84%d8%b0%d9% 83%d8%a7%d8%a1-%d8%a7%d9%84%d8%a7%d8%b5%d8%b7% d%9%86%d8%a7%d8% b9%d9%8a-%d8%b9%d9%84%d9%89-%d8%b9%d8%b1%d8%b4-%d8%aa% d%9%84%d9%83/>, 28/ 9/2022.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%a3%d9%88%d8%b1%d9%88% d8% a8% d8%a7-%d8%aa%d8% af% d8%b1%d8%b3-%d8%a5%d9%84%d8%b2%d8% a7%d9%85-%d8%b4%d8%b1%d9%83%d8%a7%d8%aa-%d8%a7%d9%84% d8%aa%d9%83%d9%86%d9%88%d9%84%d9%88%d8%ac%d9%8a%d8%a7-%d8%a7/>, 25/9/ 2022.

(<sup>90</sup>)<https://www.allbusiness.com/design-effective-landing-page-118685-1.html>, 12/9/2022.

(<sup>91</sup>) Bilal Worku. "The Practice And Challenges Of Media Coverage Of Entrepreneurship Issues In Ethiopian Broadcasting Corporation (EBC)", **Op.cit.,.**



(<sup>92</sup>) <https://www.egyentrepreneur.com/%d8%b9%d8%a7%d9%85-2030-%d9%8a%d8%ac%d9%84%d8%b3-%d8%a7%d9%84%d8%b0%d9%83%d8%a7%d8%a1-%d8%a7%d9%84%d8%a7%d8%b5%d8%b7%d9%86%d8%a7%d8%b9%d9%8a-%d8%b9%d9%84%d9%89-%d8%b9%d8%b1%d8%b4-%d8%aa%d9%84%d9%83/,30/9/2022>.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%aa%d8%b9%d8%b1%d9%81-%d8%b9%d9%84%d9%89-%d8%a3%d8%a8%d8%b1%d8%b2-%d8%b4%d8%b1%d9%83%d8%a7%d8%aa-%d8%b1%d9%8a%d8%a7%d8%af%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d8%a3%d8%b9%d9%85%d8%a7%d9%84-%d8%a7%d9%84%d8%b9/,7/9/2022>.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%a7%d9%84%d8%b4%d8%b1%d9%83%d8%a7%d8%aa-%d8%a7%d9%84%d9%86%d8%a7%d8%b4%d8%a6%d8%a9-2/,11/9/2022>.

(<sup>93</sup>) <https://www.egyentrepreneur.com/%d8%ad%d8%a7%d8%b6%d9%86%d8%a9-%d9%83%d9%84%d9%8a%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d8%a7%d9%82%d8%aa%d8%b5%d8%a7%d8%af-%d9%88%d8%a7%d9%84%d8%b9%d9%84%d9%88%d9%85-%d8%a7%d9%84%d8%b3%d9%8a%d8%a7%d8%b3%d9%8a%d8%a9/,4/9/2022>.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%ad%d8%a7%d8%b6%d9%86%d8%a9-%d9%83%d9%84%d9%8a%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d8%a7%d9%82%d8%aa%d8%b5%d8%a7%d8%af-%d9%88%d8%a7%d9%84%d8%b9%d9%84%d9%88%d9%85-%d8%a7%d9%84%d8%b3%d9%8a%d8%a7%d8%b3%d9%8a%d8%a9/,26/9/2022>.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%aa%d8%b9%d8%b1%d9%81-%d8%b9%d9%84%d9%89-%d8%b1%d8%a7%d8%a6%d8%af%d8%a7%d8%aa-%d8%a7%d9%84%d8%a3%d8%b9%d9%85%d8%a7%d9%84-%d8%a7%d9%84%d9%81%d8%a7%d8%a6%d8%b2%d8%a7%d8%aa-%d8%a8%d9%85%d8%b3%d8%a7/,19/9/2022>.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d9%87%d9%88%d8%a7%d9%88%d9%8a-%d8%aa%d8%aa%d8%b9%d8%a7%d9%88%d9%86-%d9%85%d8%b9-falak-startups-%d9%84%d8%aa%d8%b7%d9%88%d9%8a%d8%b1-%d8%a7%d9%84%d9%86%d8%b8%d8%a7%d9%85-%d8%a7%d9%84%d8%a8%d9%8a%d8%a6,14/9/2022>.

(<sup>94</sup>) Jonathan Levie, et.al., "Impact of Media on Entrepreneurial Intentions and Actions", **Op.cit.**,pp:23-27.

(<sup>95</sup>) <https://www.allbusiness.com/do-you-have-a-business-or-a-hobby-how-to-find-out-and-why-it-matters-215262-1.html,22/9/2022>.

-<https://www.allbusiness.com/how-to-survive-inflation-as-a-small-business-5-essential-tips-213898-1.html,14/9/2022>.

(<sup>96</sup>) <https://www.allbusiness.com/who-owns-snapchat?-112599-1.html,12/9/2022>.

-<https://www.allbusiness.com/when-was-youtube-created-213599-1.html,20/9/2022>.

(<sup>97</sup>) <https://www.allbusiness.com/safehub-the-tech-company-helping-companies-respond-to-natural-disasters-212308-1.html>,28/9/2022.

(<sup>98</sup>) <https://www.egyentrepreneur.com/%d9%85%d8%a7%d9%8a%d9%83%d8%b1%d9%88%d8%b3%d9%88%d9%81%d8%aa-%d8%aa%d8%af%d8%b9%d9%85-%d8%a7%d9%84%d8%b4%d8%b1%d9%83%d8%a7%d8%aa-%d9%81%d9%8a-%d8%a7%d9%84%d8%a5%d9%85%d8%a7%d8%b1%d8%a7%d8%aa-%d9%84/>,28/9/2022.

(<sup>99</sup>) <https://www.egyentrepreneur.com/%d8%b4%d8%b1%d9%83%d8%a9-zeal-pay-%d8%aa% d8%b9%d9%8a%d9%8a%d9%86-%d8%b4%d8% b1%d9%8a% d9%81-%d8%b9%d8%a8% d8%af% d9%87-%d9%85%d8%af%d9%8a%d8%b1%d8%a7%d9%8b-%d8%b9%d8%a7%d9%85% d8%a7% d9%8b-%d9%84% d9%87/>,29/9/2022.

-<https://www.egyentrepreneur.com/358-2/>,13/9/2022.

(<sup>100</sup>) <https://www.egyentrepreneur.com/%d8%b9%d8%a7%d9%85-2030-%d9%8a%d8%ac% d9%84%d8%b3-%d8%a7%d9%84%d8%b0%d9%83%d8%a7%d8%a1-%d8%a7%d9%84%d8%a7% d8%b5%d8%b7%d9%86% d8%a7%d8%b9%d9%8a-%d8%b9%d9%84%d9%89-%d8%b9%d8%b1% d8%b4-%d8%aa% d9%84%d9%83/>,30/9/2022.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%a5%d9%8a%d9%84%d9%88%d9%86-%d9%85%d8% a7%d8%b3%d9%83-%d9%8a%d8%ac%d8%b1%d9%89-%d9%85%d8%ad%d8%a7%d8%af%d8%ab%d8%a7%d8%aa-%d9%84%d8%a5%d8% ac%d8%b1%d8%a7%d8%a1-%d8%b4% d8% b1% d8%a7%d9%83%d8%a9-%d9%85/>,15/9/2022.

-<https://www.egyentrepreneur.com/%d8%a7%d9%84%d8%af%d9%83%d8% a7% d9%86-%d8%aa%d8%ba%d9%84%d9%82-%d8%ac%d9%88%d9%84%d8% a9-%d8%a7%d8%b3% d8%aa%d8% ab%d9%85%d8%a7%d8%b1%d9%8a% d8%a9-%d8%a8%d9%82%d9%8a%d9%85%d8%a9-550-%d8%a3/>,29/9/2022.

(<sup>101</sup>) <https://www.allbusiness.com/when-was-youtube-created-213599-1.html>,10/9/2022.

-<https://www.allbusiness.com/5-ways-marketers-can-tackle-the-challenging-2022-holiday-shopping-season-213620-1.html>,8/9/2022.

(<sup>102</sup>) <https://www.allbusiness.com/design-effective-landing-page-118685-1.html>,15/9/2022.

<https://www.allbusiness.com/7-ways-to-onboard-new-managers-that-will-set-them-up-for-success-212626-1.html>,12/9/2022

(<sup>103</sup>) مأمون محمد إسلام وتومي فضيلة. "إخراج وتصميم الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية الجزائرية: دراسة تحليلية مقارنة لعينة من مواقع الصحف اليومية الجزائرية"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد (6)، العدد (1)، مارس 2022، ص: 36.

(<sup>104</sup>) المرجع السابق نفسه، ص: 37، 36.

(<sup>105</sup>) ماجد فضل صقر. "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير، (غزة، الجامعة الإسلامية: كلية الآداب، 2014)، ص: 160.

- (106) أحمد محمد إبراهيم. " أثر التفاعلية المتاحة في الصحف الإلكترونية العربية على تذكر المعلومات: دراسة تجريبية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، 2008)، ص ص: 175-176.
- (107) ماجد سالم تريان. "تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة"، *مجلة البحوث الإنسانية*، المجلد 25، العدد 2، 2017، ص: 133.
- (108) نجوى عبد السلام فهمي. "التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الثاني، العدد الرابع، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر/ديسمبر 2001)، ص: 256.
- (109) المرجع السابق، ص: 134.
- (110) ماجد فضل صقر. "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، *مرجع سابق*، ص: 177.
- (111) وائل أبو قفة وأمين منصور وافي. "معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لوباء كورونا 19 covid : دراسة تحليلية مقارنة"، *مجلة جامعة الأزهر، سلسلة العلوم الإنسانية*، المجلد (22)، العدد (2)، 2020، ص: 158.
- (112) رضا الزهار. "اتجاهات مقالات الرأي في الصحف الإلكترونية الأمريكية نحو قضية الاستيطان في فلسطين: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة: الجامعة الإسلامية، 2018، ص: 256.
- (113) أنس اليازوري. "فن المقال الصحفي في المواقع الإخبارية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (غزة: الجامعة الإسلامية، 2017)، ص: 140.
- (114) المرجع السابق، ص: 134.
- (115) [https://www.zoho.com/ar/commerce/?utm\\_source=gdn&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=display-ads-arabic&source=gdn&medium=cpc&campaign=diplay-ads](https://www.zoho.com/ar/commerce/?utm_source=gdn&utm_medium=cpc&utm_campaign=display-ads-arabic&source=gdn&medium=cpc&campaign=diplay-ads).
- [https://mobiworkx.com/?recruitment=AdwordsDisplay&gclid=CjwKCAjw-L-ZBhB4Eiw A76 YzO Rcx6s94DQm ZSiiHIYAL\\_7GQgjxyxva RXWIhc23QtDVIhKGSdnILEhC9kMQAvD\\_BwE](https://mobiworkx.com/?recruitment=AdwordsDisplay&gclid=CjwKCAjw-L-ZBhB4Eiw A76 YzO Rcx6s94DQm ZSiiHIYAL_7GQgjxyxva RXWIhc23QtDVIhKGSdnILEhC9kMQAvD_BwE).
- (116) <https://www.egyentrepreneur.com/358-2/,13/9/2022>.
- <https://www.egyentrepreneur.com/%d8%aa%d9%88%d9%82%d9%8a%d8%b9-5-%d8%a8%d8% b1%d9%88%d8%aa%d9%88%d9%83%d9%88%d9%84% d8%a7%d8%aa-%d8%aa%d8%b9 %d8 %a7%d9%88%d9%86-%d9%84%d8%af% d8 %b9%d9%85-%d8%b1%d9%8a%d8%a 7%d8%af% d8%a9-%d8%a7% d9%84% d8%a3/,27/9/2022>.
- (117) <https://www.allbusiness.com/how-to-survive-inflation-as-a-small-business-5-essential-tips-213898-1.html,14/9/2022>.
- <https://www.allbusiness.com/these-5-tips-to-recession-proof-your-b2b-business-will-help-you-weather-any-economic-storm-211183-1.html,23/9/2022>.
- (118) وائل أبو قفة وأمين منصور وافي. "معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لوباء كورونا 19 covid : دراسة تحليلية مقارنة"، *مرجع سابق*، ص: 157.
- (119) رضا الزهار. "اتجاهات مقالات الرأي في الصحف الإلكترونية الأمريكية نحو قضية الاستيطان في فلسطين: دراسة تحليلية مقارنة، مرجع سابق، ص: 256.
- (120) مأمون محمد إسلام و تومي فضيلة. "إخراج وتصميم الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية الجزائرية: دراسة تحليلية مقارنة لعينة من مواقع الصحف اليومية الجزائرية"، *مرجع سابق*، ص ص: 36-42.
- (121) ماجد فضل صقر. "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، *مرجع سابق*، ص: 160.

- (<sup>122</sup>) عز الدين الرنتيسي. "واقع المقال التحليلي في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (غزة: الجامعة الإسلامية، 2017)، ص: 118.
- (<sup>123</sup>) <https://www.egyentrepreneur.com/?s=%D8%AF%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%B1+%D8%AA%D8%AF%D8%B4%D9%86+,17/9/2022>.
- <https://www.egyentrepreneur.com/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%83-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%87%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%8A-%D9%8A%D9%88%D9%82%D8%B9-%D8%A7%D8%AA%D9%81%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%B9%D8%A7%D9%88,3/9/2022>.
- (<sup>124</sup>) <https://www.allbusiness.com/5-ways-marketers-can-tackle-the-challenging-2022-holiday-shopping-season-213620-1.html,8/9/2022>.
- <https://www.allbusiness.com/9-ways-leaders-can-improve-the-workplace-for-employees-210289-1.html,12/9/2022>.
- <https://www.allbusiness.com/to-be-a-great-leader-practice-these-five-skills-of-relational-intelligence-213981-1.html,23/9/2022>.
- (<sup>125</sup>) <https://www.egyentrepreneur.com/%d8%aa%d9%88%d9%82%d9%8a%d8%b9-5-%d8%a8%d8%b1%d9%88%d8%aa%d9%88%d9%83%d9%88%d9%84%d8%a7%d8%aa-%d8%aa%d8%b9%d8%a7%d9%88%d9%86-%d9%84%d8%af%d8%b9%d9%85-%d8%b1%d9%8a%d8%a7%d8%af%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d8%a3/,26/9/2022>.
- (<sup>126</sup>) <https://www.allbusiness.com/key-steps-in-obtaining-great-domain-name-111944-1.html,21/9/2022>.
- <https://www.allbusiness.com/pitch-presentation-investors-118369-1.html,16/9/2022>.
- (<sup>127</sup>) حنان زاهر عبد الخالق. "تصور مقترح لتفعيل التعليم لريادة الأعمال بالجامعات المصرية في ضوء بعض الخبرات الأجنبية والعربية"، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، مجلد 2، ع. (32)، 2016، ص: 532-702.
- (<sup>128</sup>) باسنت فتحي. "واقع نشر ثقافة ريادة الأعمال بجامعة السويس ومقترحات تفعيلها من وجهة نظر الطلبة: دراسة ميدانية"، مجلة البحث العلمي في التربية، ع. (22)، العدد الأول 2021، ص: 86.
- (<sup>129</sup>) ناصر سيد جمعة عبد الرشيد. "تصور مقترح للتربية لريادة الأعمال في التعليم الجامعي في سلطنة عمان في ضوء بعض الاتجاهات المعاصرة وفي ضوء رؤية عمان 2040"، المؤتمر الدولي السابع لكلية التربية "التعليم وريادة الأعمال" الفرص والتحديات" (عمان: جامعة السلطان قابوس، كلية التربية، مارس 2020).
- (<sup>130</sup>) حبيب الله صالح حسن. "نحو منهج لتدريس الصحافة بالجامعات العربية: دراسة تقييمية مقارنة للخطة التدريسية لقسمي الصحافة بجامعة السودان وجزان"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع. (56)، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر/ديسمبر) 2018، ص: 555-593.
- (<sup>131</sup>) محمود سيد علي أبو سيف. "استراتيجية مقترحة للتربية لريادة الأعمال بالتعليم قبل الجامعي المصري في ضوء التجارب المعاصرة"، مجلة البحوث التربوية والنفسية والاجتماعية، ع. 167، الجزء الثاني، يناير 2016، ص: 11-67.
- (<sup>132</sup>) Jed Potter. "Organization for Economic Cooperation and Development: Entrepreneurship and higher education", (USA: OECD Publishing, 2008), p:81.

(133) عزة أحمد محمد الحسيني. "تعليم ريادة الأعمال بالمدرسة الثانوية في كل من فنلندا والنرويج وإمكانية الإفادة منها في مصر"، مجلة دراسات تربوية واجتماعية، مج (21)، ع. (3)، جامعة حلوان: كلية التربية، يوليو 2015، ص: 1272.

(\*\*\*) تم ترتيب السادة المحكمين للمنهج المقترح وفقا للدرجة العلمية والترتيب الهجائي:

- أ.د/ بدران عبد الحميد حسن: أستاذ المناهج وطرق التدريس – كلية التربية- جامعة المنصورة.
- أ.د/ هناء عبده عباس: أستاذ المناهج وطرق التدريس – كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة.
- أ.م.د/ إيهاب جودة أحمد: أستاذ المناهج وطرق التدريس المساعد- كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة.
- أ.م.د/ حسام محمد الهامي: أستاذ الصحافة المشارك بكلية الإعلام- جامعة زايد بالإمارات.
- أ.م.د/ مجدي الداغر: أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال المساعد- كلية الآداب- جامعة المنصورة.
- د/ إيمان فوزي الطنطاوي: مدرس المناهج وطرق التدريس – كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة.
- د/ محمد فتحي علي: مدرس المناهج وطرق التدريس- كلية التربية- جامعة المنصورة.