

تأثير التعرض للأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الإلكترونية أثناء الأزمات على إتجاهات المواطنين نحو الحكومة والمزاج العام لهم دراسة تحليلية وميدانية خلال الأزمة الروسية الأوكرانية

د. سماح المحمدى*

ملخص :

يعتبر الوضع الاقتصادي للدولة من أهم المضامين التي تحظى باهتمام كبير من وسائل الاعلام المختلفة، لذلك حظيت القرارات الاقتصادية الأخيرة التي اعلنتها الحكومة يوم 21 مارس 2022 لمواجهة أزمة ارتفاع الأسعار بالإضافة للتغيرات الاقتصادية العالمية بسبب الأزمة الروسية الأوكرانية باهتمام اعلامي بارز من كافة وسائل الإعلام، و من المواقع الإلكترونية علي وجه الخصوص .

وقد أشارت نتائج دراسات سابقة إلي أن التغطيات الإعلامية التي تقدمها الصحف و المواقع الإلكترونية عن القضايا المجتمعية لاسيما الاقتصادية - تؤثر في بناء تقييمات و إتجاهات المواطنين نحو أداء الحكومات، كما أن لها دورًا بارزًا في إدارة المزاج العام لديهم .

لذلك تستهدف الدراسة الحالية : " رصد و تحليل تأثير متابعة الجمهور المصرى للمعالجات الصحفية للقرارات الاقتصادية الأخيرة التي اصدرتها الحكومة في إطار الأزمة العالمية الأوكرانية الروسية علي حالة المزاج العام لدى المصريين، وطبيعة إتجاهاتهم نحو الحكومة ، و ذلك من خلال دراسة تحليلية كمية و كيفية لعينة من الأخبار و التقارير الإخبارية بلغت (763) و المنشورة بعشرة مواقع الكترونية مصرية تمثل التوجهات المختلفة للصحافة : القومية - و الحزبية - و الخاصة، بالإضافة لدراسة ميدانية علي عينة عمدية من متابعي الأخبار الاقتصادية قوامها (400) مفردة من الأناث و الذكور تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلي 55 سنة .

وظفت الدراسة نظرية إدارة المزاج العام ،و نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، و استخدمت مقياس إليسباك وبار 1999 لقياس المزاج العام .

وكشفت النتائج عن ارتفاع متابعة الأخبار الاقتصادية بشكل عام ،و أن صدور القرارات الاقتصادية خلال الأزمة الروسية الأوكرانية زاد من معدل متابعتها بين المصريين، كما زادت معدلات نشر الأخبار و التقارير الإخبارية عن القرارات الاقتصادية في موقع المصرى اليوم تليه بوابة الأهرام ثم اليوم السابع، تنوعت طبيعة الاتجاهات نحو الحكومة المصرية ما بين السلبية و الإيجابية و المحايدة، و سادت حالة مزاجية إيجابية بين المواطنين حيث عبروا عن ثقتهم في الحكومة، و تأييدهم مع القرارات الاقتصادية، و تفاعلهم مع قدرة الدولة علي تخطي الوضع الاقتصادي الحالي . و ثبت وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل التعرض للأخبار الاقتصادية و حالة المزاج العام، و نوع الإتجاه نحو الحكومة .

كلمات مفتاحية: الأخبار الاقتصادية، إدارة المزاج العام، الإتجاه نحو الحكومة.

* الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

The Impact of Exposure to Economic News on Electronic Press Websites During Crises on Citizens' Attitudes Towards the Government And Their General Mood:

An analytical field study Applying to the Russian-Ukrainian crisis

Abstract:

The state's economic situation is one of the most important contents that receives great attention of media coverage; the recent economic decisions announced by the government on March 21, 2022 to confront the price hike crisis, in addition to the global economic changes due to the Russian-Ukrainian crisis received prominent media attention, especially news Websites.

The results of previous studies indicated that the media coverage provided by newspapers and websites on societal issues - especially the economic one - affects the building of citizens' assessments and attitudes towards the performance of governments, and it also plays a prominent role in managing their public mood.

the study aims to: "Monitor and analyze the impact of the Egyptian public's follow-up to what the newspapers provide about the recent economic decisions issued by the government in the context of the Ukrainian-Russian global crisis on the state of the general mood of Egyptians, and the nature of their attitudes toward the government, through a quantitative and qualitative analysis of a sample of News and news reports amounted to (763) and published on ten (10) Egyptian websites representing the different trends of the press: national - partisan - and private, in addition to a field study on an Intentional sample of economic news followers consisting of (400) females and males aged between 18 To 55 years old.

The study employed Mood Management Theory and Media Dependency Theory, and used the Elsbach & Barr Scale(1999)to measure general mood of publics.

The results revealed an increase in the follow-up of economic news in general, and that the issuance of economic decisions during the Russian-Ukrainian crisis increased the rate of follow-up to this news among Egyptians. The rates of publishing news and news reports of the economic decisions increased on the Al-Masry Al-Youm, followed by Al-Ahram Gate and then al youm al sabea'.

The nature of the attitudes towards the Egyptian government varied between negative and positive, but the positive mood prevailed among the citizens as they expressed their confidence in the government, their support with economic decisions, and their optimism with the state's ability to overcome the current economic situation. And it was proven that there is a positive correlation between the rate of exposure to economic news, the state of the general mood, and the type of attitude towards the government.

Keywords: economic news, public mood management, trend towards government

مقدمة:

تعتبر الأخبار الاقتصادية جزءا من الإعلام الاقتصادي الذي يلعب دورا كبيرا في حياة الأفراد و المجتمعات، عبر تناوله لقضايا تمس حياتهم اليومية و تؤثر في خططهم المستقبلية ، كما أن الإعلام الاقتصادي له دور في تحريك الأسواق و توجيهها، و تنشيط عجلة التنمية، و جذب فرص الاستثمارات للبلاد .

و يخاطب الإعلام الاقتصادي الرأى العام بهدف اقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية في عمليتي الإصلاح و التنمية وذلك عبر عرض و تبسيط و شرح و تفسير القضايا الاقتصادية المختلفة، و تقديمها عبر رسائل إعلامية جاذبة للجمهور المستهدف بهدف نشر ثقافة التنمية و من ثم يمكن القول أن العلاقة بين الإعلام و الاقتصاد هي علاقة قوية ووثيقة : فقد أصبح الاقتصاد جزءا من صناعة الإعلام، و أضحى الإعلام جزءا من صناعة الاقتصاد .

وخلال السنوات القليلة الأخيرة، مرت مصر بفترات اقتصادية حاسمة عقب مجموعة من الأحداث الداخلية و الخارجية من ثورات و تغيرات سياسية و مجتمعية مؤثرة دفعت مصر لتطبيق برنامج الإصلاح الهيكلي للاقتصاد المصري في نوفمبر 2016، عبر تبني حزمة من الإجراءات الاقتصادية ساهمت في تحقيق الاقتصاد المصري نجاحات كبيرة في المرحلة الأولى من البرنامج (نهاية عام 2019)، و انعكست مؤشراتها إيجابيا علي عدة مستويات أبرزها : البطالة، و التنافسية، و معدلات النمو، مما دفع العديد من الجهات الدولية (مؤسسات و بنوك و وسائل إعلام) إلي الإشادة بالطفرات الاقتصادية التي حققتها مصر في فترة قصيرة نسبيا¹ . و تعمل مصر حاليا علي استكمال المرحلة الثانية من برنامج الإصلاح الاقتصادي و التي تركز علي مواصلة الإصلاحات الهيكلية لتعزيز القدرة التنافسية للاقتصاد المصري و تحقيق النمو الشامل، و خلق المزيد من فرص العمل ، و تعزيز الاستثمارات بما يوفر حياة كريمة للمواطنين .

وفي يوم الإثنين الموافق 21 مارس 2022 اصدرت الحكومة المصرية عدة قرارات اقتصادية اعلنها الدكتور مصطفى مدبولي رئيس مجلس الوزراء خلال مؤتمر صحفى بالمشاركة مع السيد طارق عامر محافظ البنك المركزي استعرض فيه خطة الدولة لمواجهه أزمة ارتفاع الأسعار و التغيرات الاقتصادية العالمية، فالأزمة الروسية الأوكرانية ألقت بظلالها و تداعياتها الشديدة على اقتصادات العالم، و هو الأمر الذي دعا كل دول العالم بدون استثناء لاتخاذ قرارات تتعلق بالسياسات النقدية و المالية لديها، حتى تتمكن من مواجهة تلك الأزمة، و تنواعم مع تداعياتها .

ويعتبر الوضع الاقتصادي للدولة من أهم المضامين التي تحظى باهتمام كبير من وسائل الاعلام المختلفة، لذلك حظيت القرارات الاقتصادية الأخيرة باهتمام اعلامي بارز من مختلف وسائل الإعلام بشكل عام، و بشكل خاص من المواقع الصحفية الإلكترونية التي تمثل مصدرا أساسيا للمعلومات عند المواطنين.

وتلعب الصحف و المواقع الإلكترونية و مختلف وسائل الإعلام و التغطيات الإعلامية المقدمة عبرها دورًا في بناء تقييمات الأفراد و تصوراتهم نحو أداء الحكومات، و الرؤساء، و البرامج و السياسات.. و غيرها، كما أن لها دورًا بارزًا في إدارة الحالة المزاجية للجمهور، فالتعرض

لنوعيات معينة من المعالجات والمضامين التي تقدمها الصحف ووسائل الإعلام لجماهيرها تؤدي إلى بناء وتشكيل تقييمات أو اتجاهات إما إيجابية أو سلبية لديهم، وتؤثر بدرجة رئيسية على المزاج العام السائد فيما بينهم في النهاية، ونظرًا لأن المزاج العام يعتبر مزيجًا معقدًا من العمليات الشعورية والمعرفية والحالة النفسية ورد الفعل السلوكي لأفراد المجتمع، فقد تدفع الحالة المزاجية العامة الجمهور وكذلك طبيعة الاتجاهات المتشكلة لديهم إلى التعرض لقضايا ومضامين إعلامية بعينها، أو قد يؤدي التعرض المكثف للمضامين السلبية إلى التأثير سلبيًا في المزاج العام والاتجاهات المتكونة لديهم نحو القضايا والموضوعات التي تثيرها².

ومن ثم، وفي إطار الأوضاع الاقتصادية والمجتمعية الراهنة، تصبح دراسة طبيعة اتجاهات الجمهور المصري وكذا حالة المزاج العام لديهم كنتيجة للمعالجة الإعلامية للإجراءات الاقتصادية الأخيرة أمرًا مهمًا للغاية بغية الوقوف على مدى رضا الجمهور أو رفضهم لهذه القرارات وكيفية رؤيتهم لأداء الحكومة المصرية في المرحلة الراهنة كنتيجة لتعرضهم ومتابعتهم للأخبار الاقتصادية المنشورة عن الأوضاع الاقتصادية عبر المواقع الصحفية الإلكترونية.

وانطلاقًا مما سبق، وفي ظل تعاظم دور وسائل الإعلام في تسليط الضوء على الإجراءات والقرارات الاقتصادية التي اتخذتها الدولة خلال الأزمة العالمية الراهنة، تسعى الدراسة الحالية لرصد تأثير تعرض المواطن المصري للأخبار الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية والمتعلقة بالقرارات الاقتصادية التي اتخذتها الحكومة المصرية أثناء الأزمة الروسية الأوكرانية وذلك في إطار استكمال الدولة المرحلة الثانية من برنامج الإصلاح الاقتصادي، وتحليل تأثيرات ذلك على طبيعة اتجاهات المواطنين نحو الحكومة (إيجابية – سلبية – محايدة) وحالة المزاج العام السائدة لديهم .

أولاً: الدراسات السابقة:

بمراجعة التراث العلمي السابق المتعلق بشكل مباشر بموضوع الدراسة والمعني بتحليل تأثيرات تعرض الجمهور للأخبار الاقتصادية بشكل عام، وتلك المتعلقة بالقرارات الاقتصادية للحكومة بالمواقع الإلكترونية بشكل خاص، على طبيعة الاتجاهات نحو الحكومة خلال الأزمات، ونوع المزاج العام لديهم، والذي قسمته الباحثة لثلاثة محاور، هي :

المحور الأول: يضم دراسات عنيت برصد وتحليل المضامين الاقتصادية في الصحف والمواقع الإلكترونية.

المحور الثاني: يضم دراسات عنيت برصد وتحليل تأثيرات التعرض للمضامين الاقتصادية عبر مختلف وسائل الإعلام _ على تشكيل تقييمات واتجاهات الجمهور.

المحور الثالث: يضم دراسات عنيت بالتعرف على تأثيرات التعرض للمضامين الإعلامية المختلفة على المزاج العام للجمهور.

وفيما يلي نستعرض الدراسات بكل محور، ونختتم العرض بالتعليق على الدراسات من الناحية المعرفية والمنهجية والنظرية:

المحور الأول : يضم دراسات عنيت برصد و تحليل المضامين الاقتصادية في الصحف و المواقع الإلكترونية، ومن الدراسات الممثلة لهذا المحور :

دراسة (نورهان فتحي محمود عباس، 2022)³ تعد الدراسة أحدث دراسات المحور و الدراسات السابقة بشكل عام، اهتمت الدراسة بتحليل الأطر الإخبارية المستخدمة في معالجات المواقع العالمية الناطقة باللغة العربية لقضية تعويم الجنيه خلال الفترة الأولى لبرنامج الإصلاح الاقتصادي، مع رصد اتجاهات النخبة المصرية نحو هذه المعالجات، وباستخدام أداتي تحليل المضمون، و المقابلات المتعمقة كشفت الدراسة عن : تفاوت الاهتمام بقضية الدراسة بين المواقع و خلال فترة التحليل ،و برزت أطر المسؤولية، و المشاركة الوطنية في المعالجة ،و كانت درجة ثقة الخبراء في المعالجات الأخبارية بالمواقع الالكترونية متوسطة، و ساد التقييم الإيجابي لقرار الدولة بتعويم الجنيه.

دراسة (Vaia Doudaki, et al.,2019)⁴ هدفت إلى رصد أطر تقديم الأخبار الاقتصادية المتعلقة بإجراءات إنقاذ الاقتصاد القبرصي و الأزمة الاقتصادية بصحف النخبة ، أظهرت النتائج أن أطر التبعية، والمسؤولية، وانعدام المسؤولية الأكثر بروزا في الخطاب الصحفي عبر إقصاء مسؤولية تحميل الأزمة عن العملاء المحالفين والدفاع عن تطبيق السياسات الليبرالية الجديدة و المتمثلة في اتباع سياسة تقشف قاس وإضفاء الشرعية عليها باعتبارها النموذج الأمثل للاقتصاد.

دراسة (Johannes Kaiser &Katharina Kleinen-von Königslöw .2019)⁵

سعت الدراسة إلي الكشف عن الأطر الخبرية المستخدمة في معالجة أزمة اليورو بالصحف الحزبية بشكل مقارن بين دولتي : ألمانيا و إسبانيا، أشارت النتائج إلي اختلاف في طبيعة الأطر المستخدمة بصحف البلدين خاصة في المقالات بسبب الارتباط بالتوجه الأيديولوجي الخاص لكل صحيفة .

دراسة (محمد الدعديع، 2018)⁶ و سعت إلى رصد تأثير نمط الملكية علي المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في المواقع الالكترونية المصرية خلال الفترة من يوليو إلى سبتمبر 2017، توصلت الدراسة إلى أن قضيتي المشروعات القومية و الإصلاح الاقتصادي كانتا الأكثر بروزا خلال فترة الدراسة ،وأن معالجات البوابات الثلاثة كانت إيجابية وحشدت التأييد حيال القضيتين بتبنيهما وجهات النظر الحكومية، كما جاء الرئيس عبد الفتاح السيسي ورئيس الوزراء السابق شريف إسماعيل على صدارة القوى الفاعلة في المضامين محل الدراسة.

دراسة (زيزيت إبراهيم أحمد، 2017)⁷ بالتطبيق علي المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية في ثلاث صحف هي الأهرام، الوفد، المصري اليوم خلال عام 2013، و باستخدام أداتي تحليل المضمون ز المقابلات المتعمقة مع القائمين بالاتصال بالصحف، تبين ارتفاع مستوى الاهتمام بمعالجة الموضوعات الاقتصادية و قضايا الإصلاح الاقتصادي خاصة بصحيفة الأهرام.

دراسة (هبه فهمي العطار، 2017)⁸ سعت نحو التعرف على الدور الذى تلعبه تكتيكات المعلومات من أدلجة الخطاب الصحفى المصرى بالتطبيق على أزمة تعويم الجنيه، وظفت الدراسة أدوات تحليل الخطاب و المقابلات المتعمقة مع المبحوثين من المحررين الاقتصاديين بالصحف المطبوعة والالكترونية و الاستبيان علي عينة قوامها (400) من الجمهور المصرى، أشارت النتائج إلي : تعدد وتباين الأطر الإعلامية المستخدمة فى معالجة أزمة تعويم الجنيه و برزت أطر الإصلاح الاقتصادى، تحمل الشعب للمعانة والألم، و الاخفاق الاقتصادى، و ذلك حسب التوجهات الايدلوجية لكل صحيفة.

دراسة (الهام أحمد 2017)⁹ سعت إلي الكشف عن اتجاهات الجمهور المصرى نحو معالجة المواقع الإخبارية للقضايا الاقتصادية بالتطبيق علي قضايا: تعويم الجنيه، وعجز الموازنة، و زيادة الديون والقروض الداخلية والخارجية، وانخفاض حجم الاستثمارات، ارتفاع الأسعار . وظفت الدراسة أداة الاستبيان علي عينة قوامها 200 مفردة، توصلت النتائج إلي تزايد اعتماد عينة الدراسة علي بوابة الأهرام ، و موقع مصراوى للحصول عن معلومات عن القضايا الاقتصادية .

دراسة (دعاء عادل، 2016)¹⁰ و استهدفت رصد وتحليل أطر معالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية المطروحة فى المواقع الالكترونية ومنصتي فيسبوك و تويتر، والمقارنة بينهما مع تزايد الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية سوءًا خلال عام من حكم محمد مرسى، واستخدمت الدراسة أدوات تحليل الأطر والمضمون واستمارة الاستبيان. جاء فى مقدمة أولويات الجمهور للقضايا الاقتصادية : السياسات الاقتصادية، تليها الأسعار ثم أزمان الوقود والطاقة .

دراسة (عدلات عبد المعطى، 2015)⁽¹¹⁾ واستهدفت التعرف على دور الصحف الالكترونية الفلسطينية فى ترتيب الاولويات نحو القضايا الاقتصادية ودرجة الاهتمام التى توليه هذه الصحف للقضايا الاقتصادية المحلية ومدى اهتمام الجمهور بها، أشارت النتائج إلي تفاوت اهتمام صحيفتى الدراسة بالقضايا الاقتصادية المحلية المختلفة حيث ظهر فى التحليل اهتمام متزايد من صحيفة فلسطين بقضايا إغلاق المعابر التجارية وقضايا الفقر وقضايا الرواتب عن صحيفة الحياة الجديدة.

دراسة (Picard, Selva and Bironzo. (2014)⁽¹²⁾ سعت إلي التعرف على كيفية تغطية وسائل الإعلام خاصة الصحف لأخبار البنوك والأخبار المالية. فى الأوقات العادية و خلال الأزمات الاقتصادية، وذلك فى الفترة من عام ٢٠٠٧ وحتى عام ٢٠١٤ . وأشارت النتائج إلي أنه منذ الأزمة المالية العالمية أصبح قطاع البنوك والأموال يحظى بتغطية مكثفة من جانب الصحف، و ميل تغطية الأخبار الاقتصادية المتعلقة بالأزمات إلى استخدام اللهجة السلبية.

دراسة (13) Vobic, Brlek, Mance and Prodnik. (2014) واستهدفت تحليل مضمون المواقع الإخبارية لأربع مؤسسات إعلامية قومية لرصد كيفية تعامل وسائل الإعلام مع الأنظمة العالمية خلال الفترة من ٢٠٠٨ وحتى ٢٠١٣، و أشارت النتائج إلي عجز وسائل الإعلام عن توفير منبر حر لتبادل الآراء واستضافة المناظرات التى توضح حقيقة

أسباب الأزمة الاقتصادية، والاعتماد بالدرجة الأولى في المعالجة على التوجه نحو الحدث وتقديم الصفة، والخبراء كمصادر إخبارية دائمة والتبسيط المخل مما يعكس افتقاد الصحفيين والإعلاميين العاملين في هذا المجال للرؤية التحليلية والتفسيرية لإعلام المواطنين.

دراسة **صديق الصادق الزين (2013)**.⁽¹⁴⁾ و استهدفت المقارنة بين اتجاهات الشكل والمضمون في الصحافة الاقتصادية العربية و الأجنبية للكشف عن واقع الصحافة الاقتصادية في العالم العربي . خلصت النتائج إلي التقارب في درجة الاهتمام بين الصحافة الاقتصادية العربية والصحافة الاقتصادية الأجنبية في نوعية القضايا الاقتصادية، وتبين أن الصحافة الاقتصادية هي صحافة خبرية وتفسيرية في المقام الأول، وتعتمد بشكل رئيسي على مصادرها الذاتية في الحصول على المعلومات، بالإضافة إلي تصدر قضايا المال والاستثمار لاهتمام الصحافة الاقتصادية .

دراسة **(أميمة مجدى محمد، 2012)** "⁽¹⁵⁾ تناولت الدراسة أطر التغطية الصحفية التي قدمتها أربع صحف مصرية وهي: العالم اليوم، والأهرام الاقتصادي، الوفد، الأهالي، وثلاث صحف أجنبية لقضايا الإصلاح الاقتصادى المصرى فى الفترة من يوليو 2004 حتى يوليو 2007. كشفت النتائج عن اتفاق رؤية الصحف المحلية والدولية في تأييد الاتجاه اليميني للإصلاح الاقتصادي في مصر، بينما اختلفت عنهم جريدة الأهالي عندما تبنت وجهة نظر يسارية في رفض الإصلاح .

دراسة **(محمد شحده علي، 2012)** ⁽¹⁶⁾ بالتطبيق علي المملكة العربية السعودية، سعت الدراسة نحو التعرف على طبيعة التغطية الصحفية للأحداث والقضايا الاقتصادية في الصحف اليومية بالمملكة، وبالاعتماد على تحليل مضمون ثلاث صحف يومية سعودية، أظهرت النتائج أن الصفحات الاقتصادية في الصحف الثلاث قد أولت الأهمية الكبرى للجانب الإخباري ولم تهتم بنفس الدرجة بالتفسير والتحليل.

المحور الثاني : يضم دراسات عنيت برصد و تحليل تأثيرات التعرض للمضامين الاقتصادية _ عبر مختلف وسائل الإعلام _ علي تشكيل تقييمات و اتجاهات الجمهور ، ومن الدراسات الممثلة لهذا المحور:

دراسة **(الشيماء مصطفى محمد، 2021)**¹⁷ هدفت الدراسة التعرف علي تأثير المعالجة الإعلامية للبرنامج الاقتصادي المصرى علي ثقة الشباب في هذا البرنامج ،و بالتطبيق علي (300) من الشباب الجامعي ، توصلت الدراسة إلي تصدر موقع اليوم السابع تلاه الأهرام كأكثر المواقع استخداما من الشباب للحصول علي المعلومات الاقتصادية، و كانت قضية تعويم الجنيه و ارتفاع الأسعار الأكثر متابعة .

دراسة **(رالا أحمد محمد عبد الوهاب، 2020)**¹⁸ استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات ثلاثة من المواقع الإلكترونية العالمية الناطقة بالعربية نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي، وانعكاسات ذلك على المزاج العام للجمهور المصرى ، وظفت الدراسة أداتي تحليل المضمون و الاستبيان . وأشارت النتائج إلي اختلاف توجهات معالجة المواقع محل الدراسة باختلاف نمط ملكيتها، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين معدل

متابعة الأخبار الاقتصادية من قبل الجمهور و المستوى الاقتصادي و الاجتماعي لهم لصالح الأقل في المستوى الاقتصادي، أن معالجات المواقع الإخبارية للأخبار الاقتصادية ساعد علي فهم إجراءات الإصلاح الاقتصادي المصري، وشكلت حالة مزاجية سلبية بين الجمهور.

دراسة (جلال عارف، 2020) 19 استهدفت الدراسة رصد تأثير معالجات الصحف المصرية الإلكترونية لبعض القضايا الاقتصادية المتعلقة ببرنامج الإصلاح الاقتصادي علي طبيعة اتجاهات المراهقين نحو هذه القضايا، باستخدام أداتي تحليل المضمون و الاستبيان أشارت النتائج إلي ارتفاع التقييم الإيجابي لأداء الحكومة المصرية .

دراسة (مها مدحت، 2019) 20 سعت الدراسة نحو التعرف علي تأثير معالجة الصحف الإلكترونية للآزمات الاقتصادية المصرية علي اتجاهات الشباب المصري نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، استخدمت الدراسة استمارة تحليل المضمون لمحتوى ثلاثة مواقع هي : بوابة أخبار اليوم، بوابة الوفد، موقع اليوم السابع، واستمارة الاستبيان و التي تم تطبيقها علي (400) مفردة . و أشارت النتائج إلي انخفاض تأييد الشباب لأداء الحكومة خلال الآزمات الاقتصادية علي الرغم من حرص الصحف الإلكترونية علي نشر تغطيات إخبارية صحفية تبرز الجهود الحكومية في سبيل الإصلاح الاقتصادي .

دراسة (أحمد قطب، و حسام عبد الحي، 2019) 21 استهدفت الدراسة قياس العلاقة بين تعرض الشباب و المراهقين للتغطيات الإعلامية بالصحف و المواقع الإلكترونية لأخبار قرض صندوق النقد الدولي و قرار تعويم الجنيه علي حالة الرهاب الاجتماعي لديهم، و بالتطبيق علي عينة قوامها (400) مفردة من الشباب الجامعي . تبين ارتفاع متابعة تلك القضية و تصدر موقع اليوم السابع كأكثر المواقع التي يتابعها الشباب . كما ثبت وجود علاقة ارتباطية بين متغيري الدراسة .

دراسة (جيلان شرف، 2018) 22 سعت الدراسة نحو رصد مدى تأثير اعتماد الشباب علي وسائل الاتصال الجماهيري في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا الاقتصادية، و عبر استخدام الاستبيان الذي تم تطبيقه علي عينة من الشباب المصري قوامها (370) مفردة . تبين أن وسائل الاتصال الجماهيري لعبت دورا كبيرا في استيقاظ الشباب معلوماتهم عن قضية تعويم الجنيه، و قضايا الاستثمار . و اتسمت اتجاهات الشباب بالإيجابية نحو أداء الحكومة و قدرتها علي تخطي الأزمة الاقتصادية .

دراسة (رامى جمال محمد، 2017) 23 هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل تأثيرات المعالجة الصحفية لقضايا الاقتصاد المصري بعد ثورة 30 يونيو 2013 في ثلاث صحف هي الأهرام، الوفد، الشروق علي اتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا . أشارت النتائج إلي تصدر جريدة الأهرام في مستوى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية، تلاها جريدة الشروق، وجاءت جريدة الوفد في المرتبة الأخيرة، وجاءت قضية الاستثمار في مقدمة القضايا الاقتصادية التي اهتمت بها صحف الدراسة .

المحور الثالث: يضم دراسات عنيت بالتعرف علي تأثيرات التعرض للمضامين الإعلامية المختلفة علي المزاج العام للجمهور، و من الدراسات الممثلة لهذا المحور:

دراسة (محسن جلوب الكناني، جهاد كاظم العكيلي، 2019) ²⁴ بالتطبيق علي العراق، سعي الباحثان نحو رصد تأثيرات تعرض الجمهور للمحتوى الإخباري بالقنوات الفضائية علي الحالة المزاجية لهم، طبقت الدراسة خلال عام 2018، عبر استمارة استبيان علي عينة قوامها (400) مفردة باستخدام مقياس بونل لقياس المزاج العام . توصلت الدراسة إلي ارتفاع اعتماد العينة علي القنوات التليفزيونية كمصدر أساسي للأخبار و اتضح وجود تأثير كبير للتعرض للأخبار السلبية علي الجانب الوجداني للمشاهدين .

دراسة (محمود محمد عبد الحلیم، 2017) ²⁵ انطلاقاً من فروض نظرية المزاج العام، سعت الدراسة نحو الإجابة علي السؤال التالي : هل يؤثر درجة تعرض الشباب الجامعي للمضامين الإخبارية بالقنوات الفضائية ومواقع الصحف الإلكترونية حول المشروعات القومية علي الحالة المزاجية السائدة لديهم و طبيعة الاتجاهات نحو هذه المشروعات ؟ و للإجابة علي هذا التساؤل وظف الباحث أداة الاستبيان علي عينة قوامها (600) مفردة، وتوصلت الدراسة إلي ارتفاع مستويات الرضا نحو المشروعات القومية و كذا شعور الشباب بأن " الأحوال أصبحت أفضل مما كانت عليه " كنتيجة للتعرض للمضامين الإعلامية عن المشروعات القومية خاصة في القنوات الفضائية .

دراسة (أمل حمدين عبد الجليل، 2017) ²⁶ استهدفت الدراسة تحرى العلاقة بين مشاهدة محتوى إعلامي و الحالة المزاجية للمشاهدين بالتطبيق علي مسلسلات الست كوم، و عبر دراسة مسحية علي عينة قوامها (396) من الشباب المصري، اظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين المتغيرين : مشاهدة المسلسلات الكوميديا يعمل علي تحسين الحالة المزاجية، و العكس صحيح فمشاهدة البرامج الإخبارية له تأثير سلبي علي الحالة المزاجية لهم .

دراسة ²⁷ (R.Francesca ,et al.,2017) و استهدفت رصد العلاقة بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي و الحالة المزاجية لهم، و لتحقيق الهدف طلب من (37) طالب جامعي الدخول علي مواقع التواصل الاجتماعي أربع مرات يوميا و تسجيل حالاتهم المزاجية قبل و بعد الاستخدام . أظهرت الدراسة أن الشباب يسعون لتحسين حالتهم المزاجية عبر استخدام هذه المواقع و ذلك بغرض الترفيه، لاسيما الذكور منهم .

دراسة ²⁸ (M.Mulligan , 2017) و سعت الدراسة نحو الإجابة علي السؤال التالي : هل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يحسن الحالة المزاجية للمستخدمين؟، و باستخدام المنهج التجريبي بمشاركة (81) طالب جامعي من مستخدمي تويتر بشكل كثيف، تبين أن استخدام الشباب لتويتر ساعد علي تعديل الحالة المزاجية للمستخدمين بشكل إيجابي أو سلبي و ذلك طبقاً للمدة الزمنية للاستخدام .

دراسة (عبد العزيز السيد عبد العزيز، 2015) ²⁹ استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة العلاقة بين حجم ودرجة التعرض للصحف المصرية وانعكاساته على المزاج العام للجمهور، اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال التطبيق على عينة من 400 مفردة من قراء الصحف المصرية، تمثلت أبرز نتائج الدراسة في أنه لا يوجد تأثير للمتغيرات الديموجرافية على حالة المزاج العام للجمهور .

دراسة (هيثم جودة مؤيد، ممدوح عبد الله، 2015)³⁰ سعت الدراسة نحو معرفة درجة تأثير تعرض الجمهور المصري و السعودى للمحتوى السياسي بالأخبار المتعلقة بالدول العربية في القنوات التليفزيونية المتاحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، علي حالاتهم المزاجية و اتجاهاتهم نحو هذه القضايا . بالتطبيق علي عينة قوامها (400) مفردة من المصريين و السعوديين، توصلت الدراسة إلي ارتفاع معدل المزاج السلبي بين الباحثين بالبلدين كنتيجة لتعرضهم للأخبار المتعلقة بالدول العربية، كما انخفضت معدلات الرضا و زاد القلق بشكل عام بين الباحثين.

وفي إطار هذه المحور سعت عدة دراسات إلي تحرى أثر استخدام الجمهور لوسائل الاعلام علي إدراكه للقضايا الاقتصادية و ذلك في إطار نظرية إدارة المزاج العام، مثل :

دراسة C.Serrone,2018³¹

هدفت الدراسة إلي تحرى العلاقة بين المتغيرين السابقين، في ضوء تأثير متغير وسيط هو الخبرة الشخصية للشباب، وظفت الدراسة المنهج التجريبي بمشاركة (177) مبحوثا، و أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي و ادراكهم و معارفهم بالقضايا الاقتصادية حيث زادت معلوماتهم الاقتصادية و انخفض تأثير الشائعات عليهم .

دراسة (B.K. Johnson & Knobloch -Westerwick , 2018)³²

بمشاركة (168) طالب جامعي من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، و عبر توظيف أستمارة الاستبيان، كشفت النتائج عن وجود علاقة إيجابية بين المتغيرين .

دراسة(R.Dell'Anno, et al.,2018)³³

سعت الدراسة نحو رصد العلاقة بين نفس المتغيرين ،بالإضافة إلي تحرى أثر استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي علي اتجاهاتهم نحو الواقع الاقتصادى، و بمشاركة (150) طالبا جامعي تبين وجود تأثير إيجابي لاستخدام مواقع التواصل حيث تساعد علي تعزيز فهم الشباب للواقع الاقتصادى و القضايا الاقتصادية .

دراسة (C.Butosi,2017)³⁴

بالتطبيق علي كندا، و عبر أستبيان الكتروني شارك فيه (150) من الشباب، ركزت الدراسة علي فيسبوك و تويتر، كشفت النتائج عن ارتفاع ادراك الشباب للقضايا الاقتصادية و السياسية مع استخدامهم لموقعي التواصل الاجتماعي محل الدراسة خاصة مع توافر صدق المصدر، و تزايد التفاعل مع المنشورات .

دراسة (J.A.Oyeboade, 2017)³⁵

بالتطبيق عي نيجيريا، و باستخدام الاستبيان الذي طبق علي عينة قوامها (232) طالبا جامعي، أوضحت النتائج وجود تأثير إيجابي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي فهم الشباب للواقع الاقتصادى و الضغوط الاقتصادية داخل الدولة .

دراسة (E.Liew,et.al,2017)³⁶

بالتطبيق علي ماليزيا، و بمشاركة (367) طالبا جامعيًا، تبين وجود أثر إيجابي لاستخدام الفيسبوك و مستوى المعرفة الاقتصادية لاسيما مع وجود تفاعل مع المنشورات الاقتصادية المنشورة .

دراسة (S.Lou ,et.al,2017)³⁷

بالتطبيق علي فرنسا، و بمشاركة (128) طالبا جامعيًا، اشارت الدراسة إلي وجود أثر قوى لاستخدام الشباب لفيسبوك و تويتر علي الوعي بالأوضاع و القضايا الاقتصادية .

دراسة (P.Sundararajan & Oestreicher-Singer , 2016)³⁸

طبقت الدراسة علي مستخدمى تويتر، بمشاركة (212) مبحوثًا، و أثبتت الدراسة وجود علاقة إيجابية بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي تويتر و إدراك المستخدمين للقضايا الاقتصادية بالمجتمع .

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة يمكن أن نستخلص عددا من الملاحظات، أبرزها :

- اهتمت دراسات عديدة سابقة بقضية الإصلاح الاقتصادي خلال المرحلة الأولى من البرنامج، و كانت قضية تعويم الجنية الأبرز في الدراسات.
- عنيت دراسات عديدة برصد المعالجات الصحفية بالصحف و المواقع الإلكترونية للقضايا الاقتصادية.
- لم تتناول أي من الدراسات السابقة برنامج الإصلاح الاقتصادي في المرحلة الثانية منه، و التي يمر بها البرنامج حاليا .
- قليل جدا من الدراسات سعت لرصد تأثيرات المعالجات الإعلامية خلال الأزمات علي المزاج العام للجمهور .
- وظفت العديد من الدراسات نظرية إدارة المزاج العام وسعت لاختبار صحة فروضها، لكنها لم توظف في دراسات عن المحتوى الاقتصادي إلا في دراسة واحدة فقط _ في حدود مسح التراث السابق _
- استهدف عدد محدود من الدراسات السابقة رصد العلاقة بين المعالجة الاعلامية للقضايا خلال الأزمات ، و تقييمات و اتجاهات الجماهير نحو الحكومة .
- لا توجد دراسات تناولت بالتحليل المعالجة الاعلامية للقرارات الاقتصادية للحكومة بشكل رئيسي أو ثانوى، ولا سعت نحو رصد تقييمات أو اتجاهات الجماهير نحوها.

- غالبية الدراسات الميدانية ركزت علي فئة الشباب، و الشباب الجامعي، في المقابل قلت الدراسات التي عنيت بالجمهور العام .

- جميع الدراسات التي تناولت بالتحليل المواقع الإلكترونية اختارت عدد محدود منها (ثلاثة مواقع فقط) و لم تدرس أي دراسة أكثر من ذلك .

ثانياً: مشكلة الدراسة:

في إطار ما خلصت إليه دراسات عديدة سابقة من أن التعرض للمضامين المقدمة عبر مختلف وسائل الإعلام تساعد علي تشكيل اتجاهات الجمهور، و كذلك حالة المزاج العام لديهم، تسعي إليه الدراسة الحالية إلي : " رصد و تحليل تأثير تعرض الجمهور المصري للمعالجات الصحفية للقرارات الاقتصادية الأخيرة التي اصدرتها الحكومة في إطار الأزمة العالمية الروسية الأوكرانية، علي طبيعة اتجاهات الجماهير نحو الحكومة المصرية و أدائها خلال هذه الفترة، و حالة المزاج العام السائدة لدي الجمهور، و ذلك عبر تحري أثر عدد من المتغيرات المستقلة المتمثلة في : مستوى الاهتمام بمتابعة الأخبار الاقتصادية في المواقع الإلكترونية، درجة مصداقية الأخبار المنشورة بالمواقع الإلكترونية للقرارات الاقتصادية، مدى الرضا عن اجراءات الحكومة للتقليل من أثار الأزمة الاقتصادية، مصادر معلومات الجمهور عن القرارات الاقتصادية، معدل استخدام المواقع الإلكترونية خلال الأزمة، علي عدد من المتغيرات التابعة تتمثل في طبيعة اتجاهات الجمهور نحو الحكومة و القرارات الاقتصادية التي تم اتخاذها، و الحالة المزاجية العامة للمواطنين المصريين كنتيجة لمتابعة الأخبار عن القرارات الحكومية عبر المواقع الإلكترونية، بالإضافة للتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتماد الجمهور علي المواقع الإلكترونية خلال الأزمة . وذلك من خلال دراسة تحليلية كمية و كيفية للأخبار و التقارير الإخبارية المقدمة بعشرة مواقع الكترونية تمثل التوجهات المختلفة للصحافة (القومية – و الحزبية – و الخاصة) و تتمثل في : بوابة الأهرام – بوابة الأخبار – بوابة الجمهورية – المصري اليوم – الشروق – اليوم السابع – الدستور – بوابة الوفد – صدى البلد – البوابة، بالإضافة لدراسة ميدانية علي عينة عمدية من المواطنين المصريين من متابعي الأخبار الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية .

و للمزيد من الضبط المنهجي للدراسة، تم عمل الدراسة التحليلية و الميدانية بشكل آني و موازى حيث أجريت الدراسة التحليلية خلال الفترة من 21 مارس حيث صدرت القرارات و لمدة عشرة أيام أي قبل يوم من بداية شهر رمضان الكريم حيث تغيرت اهتمامات المواقع محل الدراسة بشكل ملحوظ، أما الدراسة الميدانية فتم تطبيقها خلال الأسبوع الأخير من شهر مارس و حتي الأيام الثلاثة الأولى من شهر أبريل 2022.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

- ترجع أهمية الدراسة الحالية إلي كونها تركز علي قضية اقتصادية هامة و حديثة للغاية و هي " حزمة القرارات الاقتصادية التي أعلنت عنها الحكومة مارس 2022" و علي الرغم من وجود كم من الدراسات السابقة عرضتها الباحثة عبر عدة محاور إلا أنه لا توجد دراسة تناولت هذه القضية .

- بالإضافة لارتباط موضوع الدراسة بأزمة عالمية يعاني العالم من تبعاتها منذ شهور قليلة لكنها خلفت ورائها أثارا سلبية علي اقتصاديات دول العالم المتقدم و النامي.

- كما ان الدراسة الحالية ترتبط بالمرحلة الثانية من برنامج الإصلاح الاقتصادى المصرى الذي تعيشه مصر الآن خاصة أن الدراسات السابقة التي تناولت القضايا و الأوضاع الاقتصادية انحصرت في الفترة من 2016 وحتى ديسمبر 2019 ولم تجد الباحثة دراسة واحدة تناولت بالتحليل أو عبر دراسة ميدانية الأوضاع الاقتصادية خلال عام 2022.

- كما تسعى الدراسة عبر دراستين تحليلية و ميدانية و بالانطلاق من نظريتين إلي قياس طبيعة اتجاهات المصريين الإيجابية و السلبية نحو الحكومة المصرية و رصد حالة المزاج العام لديهم خلال مرحلة اقتصادية حرجة، هذه العوامل مجتمعة تعطي الدراسة أهمية من وجهه نظر الباحثة .

رابعاً: أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة نحو تحقيق عدة أهداف تم تقسيمها طبقاً لطبيعة الدراسة إلي :

• أهداف للدراسة التحليلية :

تعددت الأهداف التي سعت لتحقيقها الدراسة التحليلية إلا أن جميعها نابع من هدف رئيسي مؤداه : " رصد و تحليل ملامح المعالجة الإخبارية للقرارات الاقتصادية للحكومة بعدد من المواقع الإلكترونية"، وذلك عبر :

- 1- الوقوف علي مدى اهتمام المواقع الإلكترونية محل الدراسة بالقرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة.
- 2- تحديد أبرز القضايا الرئيسية و الفرعية المتضمنة في الأخبار و التقارير الإخبارية المنشورة بالمواقع الإلكترونية محل الدراسة خلال فترة الدراسة .
- 3- التعرف علي أبرز الأطر الخبرية المستخدمة في معالجة القرارات الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية محل الدراسة خلال فترة التحليل .
- 4- تحديد القوى الفاعلة البارزة في المعالجة الإخبارية للقرارات الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية محل الدراسة .
- 5- رصد عناصر الإبراز في الأخبار و التقارير الإخبارية التي تناولت القرارات الاقتصادية الحكومية بالمواقع الإلكترونية محل الدراسة خلال فترة الدراسة و بشكل خاص الأنفوجراف .
- 6- التعرف علي طبيعة المصادر التي اعتمدت عليها الأخبار و التقارير الإخبارية التي تناولت القرارات الاقتصادية للحكومة بالمواقع الإلكترونية محل الدراسة .

- 7- رصد اتجاه المعالجة للأخبار و التقارير الإخبارية التي تناولت القرارات الاقتصادية للحكومة بالمواقع الإلكترونية محل الدراسة .
- 8- تحري أنواع الاستمالات، و طبيعة اللغة المستخدمة في الأشكال الإخبارية التي تناولت القرارات الاقتصادية للحكومة بالمواقع الإلكترونية محل الدراسة .

● أهداف الدراسة الميدانية :

سعت الدراسة الميدانية إلى تحقيق عدة أهداف تبع من هدف رئيسي مؤداه: " رصد و تحليل العلاقة بين تعرض المواطن المصري للأخبار المنشورة بالمواقع الإلكترونية و المتعلقة بالقرارات الاقتصادية للحكومة علي طبيعة الاتجاهات نحو الحكومة، و حالة المزاج العام لدي المواطن، و التأثيرات المعرفية و الوجدانية و السلوكية للتعرض " ، و تتمثل الأهداف الفرعية فيما يلي :

- 1- التعرف علي مدي اهتمام الجمهور المصري عينة الدراسة بمتابعة أخبار القرارات الاقتصادية للحكومة .
- 2- تحديد مكانة المواقع الإلكترونية بين مصادر متابعة أخبار القرارات الاقتصادية للحكومة المصرية .
- 3- رصد تأثير صدور القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة علي معدل متابعة الأخبار الاقتصادية بشكل عام .
- 4- الوقوف علي درجة رضا الجمهور المصري _ عينة الدراسة _ عن الاجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية للتخفيف من تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية التي واكبت الأزمة الروسية الاوكرانية.
- 5- الكشف عن طبيعة اتجاهات المصريين _ عينة الدراسة _ (إيجابية – سلبية – محايدة) نحو الحكومة المصرية، و أدائها الاقتصادي .
- 6- رصد حالة المزاج العام للجمهور المصري _ عينة الدراسة _ كنتيجة للتعرض للأخبار المنشورة بالمواقع الإلكترونية عن القرارات الاقتصادية للحكومة المصرية .
- 7- تحليل التأثيرات المختلفة (المعرفية – الوجدانية – السلوكية) للتعرض للأخبار الاقتصادية علي الجمهور المصري _ عينة الدراسة _ عبر المواقع الإلكترونية .
- 8- التعرف علي درجة مصداقية الأخبار الاقتصادية المنشورة عن القرارات الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية .

خامساً: الإطار النظري للدراسة :

نظرا لطبيعة المشكلة البحثية و الأهداف التي تسعى الدراسة لتحقيقها، وظفت الباحثة نظريتين هما :

- نظرية إدارة المزاج العام Mood Management Theory .

- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency .
- و فيما يلي عرض باختصار كلا النظريتين مع توضيح كيفية توظيف كلا منهما في الدراسة:

(1) نظرية إدارة المزاج العام :

يمكن تعريف الحالة المزاجية بأنها : "حالة انفعالية معتدلة نسبيا تنتاب الشخص مدة من الزمن، أو تعاوده بين الحين و الآخر، وقد تظهر علي شكل سلبي كالحزن أو إيجابي كالفرح، فإذا تم استثارة الفرد أثناء ظهورها غالبا ما يكون رد الفعل عنيفا، كما أنها تعمل علي جذب الأفكار المنسجمة معها"، أما المزاج فيعرف بأنه مفهوما افتراضيا كبقية المفاهيم النفسية ذو خاصية تحدد دينامية الأداء و سلوكه، لا نستطيع ملاحظته مباشرة، و لكن تظهر آثاره في السلوكيات الانفعالية و الاجتماعية، و يستدل كذلك علي المزاج من خلال نشاط الفرد و انفعاله .³⁹

الافتراض الأساسي لنظرية إدارة المزاج العام :

ينص الافتراض الأساسي للنظرية علي فكرة أساسية مؤداها : " أن الأفراد يختارون و ينتقون المحتوى الإعلامي الذي يعتقدون أنه يحسن و يعزز حالتهم المزاجية بشكل عام، مثل الانتقال من الملل و التوتر إلي الشعور بالسعادة و الفرح و الارتياح، ومن ثم فهم يستخدمون مختلف وسائل الإعلام للتخلص من الحالة المزاجية السلبية و الوصول لحالة مزاجية إيجابية . و تتم عملية الانتقاء بالاعتماد علي القيمة الامتاعية للمحتوى الإعلامي .

إن فكرة انتقاء مضمون وسائل الإعلام لتحسين الحالة المزاجية لأفراد المجتمع تم تقديمها من قبل كل من زيلمان Zillmann وبراينت Bryant عام 1984، تحت أسم نظرية " التأثير المعتمد على ترتيب الدوافع"، ثم تم إجراء عديد من التطبيقات البحثية عليها و سرعان ما تطورت هذه النظرية لتتحول إلي نظرية إدارة المزاج العام .

جذور نظرية إدارة المزاج :

قدم زيلمان و زملائه الافتراض الأساسي للنظرية عام (1988) بالاعتماد علي ما طرحه ليون فستنجر عام (1957)، و القائل : " أن الإنسان يحاول دائما أن يقيم انسجاما داخليا بين المدركات الداخلية لديه سواء عن نفسه أو البيئة المحيطة به، و في حالة وجود مدركات غير متوافقة يحدث التنافر، والذي قد يقل تدريجيا من خلال التعرض الانتقائي لوسائل الإعلام"، و على هذا الأساس اقترح زيلمان و زملاؤه نظرية إدارة المزاج التي تحاول التعامل بشكل موسع مع اختيارات متعددة للمتلقي الذي يتعرض لرسائل وسائل الإعلام سواء أكانت هذه الرسائل إخبارية، وثائقية، أفلام ودراما، والموسيقى والرياضة، أي أنها تتعامل مع جميع الحالات المزاجية العامة لأفراد الجمهور بدلا من اقتصارها على الحالة العاطفية فقط الموجودة في نظرية التنافر المعرفي.

ووفقا لنظرية إدارة المزاج العام فإن الأفراد يميلون إلي ترتيب البيئة المحيطة بحيث يتم تعظيم المزاج الجيد و تجنب المواقف المسببة لآثار سلبية عبر الانتقاء"، و ينطبق ذلك علي

المضامين الإعلامية التي يتعرضون لها وذلك اتساقاً مع فرضيات النظرية و فكرة أن الأفراد لديهم دوافع للمتعة و دوافع لتجنب الألم⁴⁰.

وطبقاً لافتراضات النظرية، و في إطار الدراسة الحالة تفترض الباحثة أن: " استخدام الجمهور المصري محل الدراسة للمواقع الإلكترونية يكون من أجل تحسين الحالة المزاجية للأفراد وإنهاء حالة القلق والتوتر الناتج عن اصدار الحكومة للقرارات الاقتصادية الأخيرة، و الحصول على حالة من الرضا العام عبر اكتساب معلومات توضح أسباب تلك الإجراءات عبر متابعة الأخبار الاقتصادية المنشورة بتلك المواقع، حيث تشرح فكرة انتقاء وسائل الإعلام مصحوباً بعدد من العوامل الداخلية والتي يكون هدفها إنهاء حالة المزاج السلبي عبر التعرض للأخبار الاقتصادية، فعندما يجد الفرد نفسه لديه مدركات غير متوافقة مع البيئة المحيطة به فتنتج عملية التنافر ويقلل هذا التنافر تدريجياً من خلال التعرض الانتقائي لوسائل الإعلام، حيث يحاول الأفراد البحث عن معلومات تقلل التنافر وذلك لخلق حالة من الرضا والانسجام.⁴¹

(2) نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

يفترض المدخل الذي قدمه كل من ديفلير وبول روكيتش عام 1976 بأن اعتماد الفرد على المعلومات المستقاه من وسائل الإعلام محددة يتم لتحقيق أهداف محددة، لذا يُعد من أحد المداخل التي تشكل علاقة الجمهور مع جمهور وسائل الإعلام، حيث تُعد درجة اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام هي الأساس لفهم تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمعارف والشعور والسلوك، انطلاقاً من أن المجتمع تركيب عضوي تتعدد فيه الأنظمة (صغيرة وكبيرة) وتترابط وتتفاعل سوية، ومن بينها وسائل الإعلام التي ترتبط بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى بعلاقات متبادلة.

وبالتطبيق على الدراسة الحالية فهي تحاول التعرف على تأثير اعتماد الجمهور المصري على الأخبار الاقتصادية المقدمة عبر المواقع الصحفية الإلكترونية حول القرارات الاقتصادية و التأثيرات المختلفة (المعرفية – الوجدانية – السلوكية) لاعتماد الجمهور المصري علي تلك المواقع في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو أداء الحكومة، وحالة المزاج العام لديهم .

وتقوم النظرية على مجموعة من الافتراضات على النحو التالي:

- الاعتماد على الوسيلة التي تقدم معلومات مهمة للفرد، وتلك التي تلبي لديه حاجات أكثر، وبالتالي يكون لوسائل إعلامية تأثير قوي مقابل ضعف تأثير وسائل أخرى،⁽⁴²⁾ بمعنى آخر فكلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في تحقيق أهدافه، كلما زاد ذلك من أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل في حياة الفرد وبل المجتمع ككل.

- درجة الاستقرار أو التغيير الاجتماعي السائد، ففي حالات الصراع والأزمات يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من أجل إعادة تقييم مواقفهم واتخاذ قرارات جديدة،⁽⁴³⁾ بينما يقل الاعتماد في حالات الاستقرار الاجتماعي.⁽⁴⁴⁾ ففي الدراسة الحالية نجد أن المجتمع يمر

بالعديد من الأحداث والظروف الحرجة نتيجة لأحداث عالمية كبرى تتمثل في الأزمة الروسية الأوكرانية و تداعياتها علي اقتصاديات مصر و العالم أجمع .
ووظفت الباحثة هذه النظرية لمناسبتها للمشكلة البحثية، ولأهدافها، وتساؤلاتها، كما اعتمدت على افتراضاتها في صياغة فروض الدراسة وفي تفسير ما توصلت إليه من نتائج.
وتتخذ الدراسة الحالية من نظرية الاعتماد من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام اطارا نظريا لها، حيث تسعى لرصد التأثيرات المختلفة لاعتماد الجمهور المصري على المواقع الإلكترونية في متابعة الأخبار الاقتصادية الخاصة بالقرارات و الإجراءات الاقتصادية الأخيرة التي اصدرتها الدولة في مارس 2022، وكذلك تحليل وتفسير تأثيرات هذا الاعتماد على اتجاهات الجمهور نحو الحكومة و أدائها و حالة المزاج العام لديهم لعينة من الجمهور المصري المتابع للأخبار الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية، وقد استفادت الباحثة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في صياغة فروض الدراسة الحالية، وكذلك في تكوين المقاييس المستخدمة في الدراسة.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

نظرا لطبيعة الدراسة تم تقسيم التساؤلات إلي :

تساؤلات الدراسة التحليلية:

سعت الدراسة إلي الإجابة علي تساؤل رئيسي مؤداه : " كيف قدمت المواقع الإلكترونية قضية القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة المصرية ؟

- 1- ما كثافة اهتمام المواقع الإلكترونية محل الدراسة بالقرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة؟
- 2- ما أبرز القضايا الرئيسية و الفرعية المتضمنة في الأخبار والتقارير الإخبارية المنشورة بالمواقع الإلكترونية محل الدراسة خلال فترة الدراسة ؟
- 3- ما أبرز الأطر الخيرية المستخدمة في معالجة القرارات الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية محل الدراسة خلال فترة التحليل ؟
- 4- ما أهم القوى الفاعلة التي برزت في المعالجة الإخبارية للقرارات الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية محل الدراسة ؟
- 5- ما عناصر الإبراز في الأخبار و التقارير الإخبارية التي تناولت القرارات الاقتصادية الحكومية بالمواقع الإلكترونية محل الدراسة خلال فترة الدراسة ؟
- 6- إلي أي مدى وظفت المواقع الإخبارية الأنفوجراف في عرض القرارات الاقتصادية للجمهور ؟

7- ما طبيعة المصادر التي اعتمدت عليها الأخبار و التقارير الإخبارية التي تناولت القرارات الاقتصادية للحكومة بالمواقع الالكترونية محل الدراسة .

8- ما اتجاه المعالجة للأخبار و التقارير الإخبارية التي تناولت القرارات الاقتصادية للحكومة بالمواقع الالكترونية محل الدراسة ؟

تساؤلات الدراسة الميدانية :

سعت الدراسة الميدانية إلى الإجابة على تساؤل رئيسي مؤداه: " كيف يؤثر تعرض الجمهور المصرى لأخبار القرارات الاقتصادية علي طبيعة اتجاهاتهم نحو الحكومة، و حالة المزاج العام السائدة لديهم ؟ ، أما التساؤلات الفرعية فتمثلت في :

1-إلى أي مدى يهتم الجمهور المصرى عينة الدراسة بمتابعة الأخبار الاقتصادية للحكومة ؟ وما أسباب ذلك ؟

2-ما المصادر التي يعتمد عليه الجمهور المصري في متابعته لأخبار القرارات الاقتصادية للحكومة ؟ و ما مكانة المواقع الالكترونية بينها ؟

3-هل أثر صدور القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة علي معدل متابعة الجمهور المصرى للأخبار الاقتصادية ؟ وما اتجاه هذا التأثير ؟

4-إلى أي مدى يشعر الجمهور المصرى بالرضا عن الاجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية للتخفيف من تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية التي واكبت الأزمة الروسية الأوكرانية ؟

5-ما طبيعة اتجاهات المصريين نحو الحكومة المصرية كنتيجة لمتابعتهم للاخبار المتعلقة بالقرارات الاقتصادية للحكومة المصرية ؟

6-كيف يمكن وصف حالة المزاج العام للجمهور المصرى كنتيجة للتعرض للأخبار المنشورة بالمواقع الالكترونية عن القرارات الاقتصادية للحكومة المصرية ؟

7-ما التأثيرات المعرفية و الوجدانية و السلوكية الناتجة عن تعرض الجمهور المصرى للأخبار عن القرارات الاقتصادية للحكومة المصرية؟

8-ما درجة مصداقية الأخبار الاقتصادية المنشورة عن القرارات الاقتصادية بالمواقع الالكترونية ؟

سابعًا : فروض الدراسة:

سعت الدراسة نحو اختبار صحة الفروض التالية :

الفرض الأول : توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية (كمتغير مستقل) وبين كل من المتغيرات التالية (كمتغير تابع):

- مستوى الاهتمام بمتابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة .
- طبيعة المزاج العام للجمهور .
- طبيعة الاتجاه نحو الحكومة.

الفرض الثاني : توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الرضا عن إجراءات الحكومة لتخفيف آثار الأزمة (كمتغير مستقل) وبين المتغيرين التاليين (كمتغيرات تابعة) :

- طبيعة المزاج العام للجمهور.
- طبيعة الاتجاه نحو الحكومة.

الفرض الثالث : توجد علاقة ارتباطية بين درجة متابعة أخبار القرارات الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية (كمتغير مستقل) وبين التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن التعرض لها(كمتغير تابع).

الفرض الرابع : توجد علاقة ارتباطية بين طبيعة المزاج العام للجمهور (كمتغير مستقل)، وبين التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن التعرض للأخبار الاقتصادية بالمواقع الصحفية الإلكترونية (كمتغير تابع)

الفرض الخامس : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى متابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة بالمواقع الإلكترونية(كمتغير مستقل)، و بين المتغيرات الديمجرافية (النوع – الفئات العمرية - المستوى التعليمي _ المستوى الاقتصادي) للمبجوثين (كمتغير تابع).

الفرض السادس : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين حالة المزاج العام لدي الجمهور المصر(كمتغير مستقل)، و بين المتغيرات الديمجرافية (النوع و المستوى الاقتصادي) للمبجوثين (كمتغير تابع).

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

– **نوع الدراسة:** تُعد الدراسة من نوعية **الدراسات الوصفية** التي تستهدف وصف خصائص الظواهر أو المجموعات محل الدراسة، إلى جانب تقدير نسب الوحدات التي تقوم بسلوك معين في مجتمع ما، إلى جانب تحديد درجة الارتباط بين المتغيرات، وأخيراً الخروج بنتبؤات،⁴⁵وهنا تهدف الدراسة التعرف على المعالجة الإخبارية للقرارات الاقتصادية للحكومة مارس 2022 بالمواقع الإخبارية الإلكترونية، و تأثير متابعة الجمهور المصرى للاخبار المنشورة بالمواقع الإلكترونية عن القرارات الاقتصادية للحكومة مارس 2022 علي طبيعة اتجاهاتهم نحو الحكومة، و طبيعة المزاج العام السائد لديهم .

– **منهج الدراسة:** اعتمدت الدراسة على منهج المسح، ويستخدم منهج المسح في الدراسة الحالية علي مستويين : **الأول** لرصد وتحليل المعالجة الإخبارية في المواقع الإلكترونية

للقرارات الاقتصادية التي اصدرتها الحكومة المصرية مارس 2022 في ضوء الأزمة الروسية الأوكرانية .

والثاني : عبر مسح عينة من الجمهور المصري للتعرف عل تأثير متابعتهم للأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الإلكترونية حول القرارات الاقتصادية للحكومة علي طبيعة اتجاهاتهم نحو الحكومة و طبيعة المزاج العام السائد لديهم .

- مجتمع وعينة الدراسة:

عينة ومجتمع الدراسة التحليلية: قامت الباحثة برصد كافة الأخبار و التقارير الإخبارية الاقتصادية المنشورة بعشرة مواقع إلكترونية تمثل مختلف التوجهات : قومية، حزبية، خاصة، وهي : بوابة الأهرام – بوابة الأخبار – بوابة الجمهورية – المصرى اليوم – الشروق – اليوم السابع – الدستور – بوابة الوفد – صدى البلد – البوابة، و باستخدام الحصر الشامل للمواد الإخبارية على مدار عشرة أيام بدءًا من يوم الاثنين الموافق 21 مارس 2022 فور إعلان السيد رئيس الوزراء عن حزمة القرارات الاقتصادية ، وحتى يوم الخميس 31 مارس 2022 ، بلغ إجمالي المواد التي تم رصدها (753) مادة إخبارية .

عينة الدراسة الميدانية: طبقت الباحثة استمارة الاستبيان علي عينة عمدية من متابعي الأخبار الاقتصادية قوامها (400) مفردة من المصريين، جاءت النسبة الأعلى من الأناث حيث بلغت نسبتهم (55.8%) و بلغت نسبة الذكور (44.2%)، وتراوحت أعمار المبحوثين ما بين 18 إلي 55 عاما موزعين كالتالي : فئة المبحوثين (من 18 إلى 35 عامًا) و بلغت نسبتهم (74%)، يليها الفئة (من 35 إلى 55 عامًا) نسبة (26%)، و من حيث المستوي الاقتصادي جاء المستوى المتوسط بنسبة (69%) من إجمالي العينة بالمرتبة الأولى يليها المستوى المرتفع بنسبة (19.2%) وأخيرًا (11.8%) من المبحوثين من المستوى المنخفض (و يوضح الجدول رقم 1 بملاحق الدراسة خصائص عينة الدراسة الميدانية بشكل تفصيلي)

- **أدوات جمع البيانات:** تم إعداد استمارة تحليل المحتوى في ضوء أهداف و تساؤلات الدراسة التحليلية و كان التركيز علي أسلوب التحليل الكيفي بإعتبار أنه يصف و يقدم تفسيراً و فهماً أكبر للقضية محل الدراسة معتمدا علي النص أكثر من الأرقام .

- تم إعداد استمارة استبيان لجمع البيانات من عينة الجمهور المصري في ضوء أهداف الدراسة و تساؤلاتها، وفروضها، **وللتحقق من صدق أداتي الدراسة عرض أداة صحيفة الاستبيان و فئات تحليل المضمون على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام**⁴⁶ .

• صلاحية واعتمادية الأداة المستخدمة في قياس نتائج الدراسة:

لتحديد درجة صلاحية ومدى الاعتماد على الأداة المستخدمة في قياس استجابات مفردات العينة، قامت الباحثة باستخدام كلاً من معاملي الصدق والثبات:

تم حساب معامل الثبات (Alpha) لأسئلة الاستقصاء (ما يسمى بمعامل الاعتمادية)، وذلك لبحث مدى الاعتماد على نتائج الدراسة الميدانية في تعميم النتائج وكذلك تم حساب معامل الصدق الذاتي عن طريق إيجاد الجزر التربيعي لمعامل الثبات.

قامت الباحثة بإجراء الدراسة على عينة استطلاعية مكونة من (40) مفردة من مجتمع الدراسة، لكي يتم التأكد من وضوح بنود الاستبيان لدى المستقصي منهم، ويوضح الجدول التالي نتائج التحليل الإحصائي الخاصة بحساب كل من درجة المصادقية ومعامل الثبات.

جدول رقم (1) نتائج صلاحية واعتمادية الأبعاد الخاصة باستبيان الدراسة

م	البعد	معامل كرو نباخ ألفا	معامل الصدق الذاتي
1	مدى الاهتمام بمتابعة الأخبار الاقتصادية على مواقع التواصل الاجتماعي	0.789	0.888
2	مدى موافقة المبحوثين على القرارات التي اتخذتها الحكومة للتخفيف من آثار الأزمة الأوكرانية العالمية عن المواطن.	0.872	0.934
3	مدى رضاك عن إجراءات الحكومة للتخفيف عن آثار الأزمة الاقتصادية	0.817	0.904
4	تأثيرات التعرض للأخبار الاقتصادية بالمواقع الصحفية الإلكترونية (مقياس آثار الاعتماد المعرفية والوجدانية والسلوكية)	0.71	0.843

تشير نتائج الجدول السابق إلى ما يلي:

- صلاحية صدق جميع ابعاد الاستبانة حيث اكد على ذلك قيم معاملات الصدق التي تراوحت ما بين (0.843: 0.934) وهذا يدل على صلاحية جميع الابعاد.
- أكدت قيم كرو نباخ ألفا على الاعتمادية على هذه الابعاد بشكل كبير حيث تراوحت قيم معامل الثبات Cronbach's Alpha ما بين (0.71 : 0.872) مما يعكس درجة عالية من ثبات أبعاد الاستبانة الدراسة.

تاسعًا: نتائج الدراسة

(أ) : نتائج الدراسة التحليلية :

سعت الباحثة نحو تحري معالجات المواقع الإلكترونية للقرارات الاقتصادية التي اصدرتها الحكومة المصرية لمواجهة ارتفاع الأسعار العالمية في ضوء الأزمة الروسية الأوكرانية، حيث قامت الباحثة برصد كافة الأخبار و التقارير الإخبارية الاقتصادية المنشورة بعينة كبيرة من المواقع الإلكترونية التي تمثل مختلف التوجهات (قومية، حزبية، خاصة) بلغت عشرة مواقع إلكترونية وتتمثل في : بوابه الأهرام – بوابه الأخبار – بوابة الجمهورية – المصرى اليوم – الشروق – اليوم السابع – الدستور – بوابة الوفد – صدى البلد – البوابة و ذلك على مدار عشرة أيام بدءًا من يوم الاثنين الموافق 21 مارس 2022 فور صدور القرارات و إعلان السيد رئيس الوزراء لها، وحتى يوم الخميس 31 مارس 2022 وذلك بأسلوب المسح الشامل وبلغ اجمالى العينة التي تم رصدها (753) مادة خبرية، و ذلك بهدف : رصد حجم الإهتمام بالقرارات بين المواقع الإلكترونية ، الوقوف علي طبيعة القضايا والقرارات التي تناولتها المواقع الإلكترونية في الأخبار، تحديد أطر الخبرية المتضمنة بالأخبار، و القوى الفاعلة فيها، و نوع الإستمالات المستخدمة بالخبر، و مستوى اللغة و

وعناصر الإبراز، و إتجاه معالجة القرارات داخل الأخبار و فيما يلي نستعرض نتائج الدراسة التحليلية وفقا لعدد من المحاور بنيت عليها استمارة التحليل:

• **مدى الإهتمام بنشر الاخبار الاقتصادية علي المواقع الالكترونية محل الدراسة :**

تفاوتت نسب الإهتمام بنشر أخبار حول القرارات الاقتصادية للحكومة بالمواقع محل الدراسة خلال فترة الدراسة التحليلية، لكن جميع المواقع الإلكترونية اتفقت علي بدء النشر حول القرارات فور صدورها، مع الإلتزام بشكل كبير بتوجه الحكومة في تناولها حيث ذلك أن معظم المواقع نشرت البيان الإعلامي الصادر عن رئاسة مجلس الوزراء المصري لذا جاءت بنفس الصياغة الإعلامية تقريبا . و الجدول التالي يوضح نسب النشر في كل موقع من المواقع العشرة :

جدول رقم (2) توزيع معدل الاخبار الاقتصادية علي المواقع الإلكترونية

المواقع الالكترونية الاخبارية	ك	%
بوابة المصري اليوم	153	20.31%
بوابة الاهرام	118	15.67%
بوابة الاخبار	74	9.82%
بوابة الشروق	66	8.76%
اليوم السابع	65	8.63%
الدستور	61	8.10%
صدي البلد	61	8.10%
موقع الجمهورية	56	7.43%
بوابة الوفد	53	7.03%
البوابة	46	6.10%
الإجمالي	753	100

تشير بيانات الجدول السابق على إلى :

• تصدر موقع المصري اليوم المواقع الالكترونية من حيث كثافة نشر الأخبار المتعلقة بالقرارات الاقتصادية و ذلك بنسبة (20.31%) من إجمالي المواد المحللة، تلاه و بفارق واضح بوابة الأهرام بنسبة (15.67%) و الذي نفترض أن يكون الأعلى من حيث كم النشر لكونه الموقع الممثل للحكومة و له طابع قومي . تلاهما و بفارق نسبي واضح بوابة الاخبار، ثم موقعي الشروق و اليوم السابع .

• وجاءت بوابة الوفد في مرتبة متأخرة حيث احتلت المرتبة قبل الأخيرة من حيث عدد الأخبار المنشورة بها حول القرارات الاقتصادية و تبعاتها، في حين جاء موقع البوابة في الترتيب الأخير بنسبة 6.10% من إجمالي عينة الدراسة وتميزت بخبر انفردت بنشرة عن باقي المواقع بعنوان " خبراء يوضحون تأثير سعر الفائدة على الاقتصاد وأوجه الاستفادة من هذا الإجراء" (47)

• تتشابه هذه النتيجة إلي حد ما مع دراسة **رامى جمال محمد، (2017)** " (48) حيث أشارت النتائج إلي تصدر جريدة الأهرام في مستوى الإهتمام بالقضايا الاقتصادية، تلاها جريدة

الشروق، وجاءت جريدة الوفد في المرتبة الأخيرة مما يعكس تشابها كبيرا بين نتائج الدراساتين .

• ويعتبر خبر تصريحات رئيس مجلس الوزراء معلنا القرارات الاقتصادية التي اتخذتها الدولة أبرز و أول الأخبار التي نشرت بمختلف المواقع محل الدراسة تحت عناوين مختلفة من موقع لآخر مع اتفاق المحتوى ذاته : فكان بعنوان " أبرز تصريحات رئيس الوزراء وقرارات الحكومة للتخفيف عن كاهل المواطنين خلال أزمة الأسعار"(49) ببوابة الأهرام . و في المصري اليوم بعنوان: «مجلس الوزراء» يرصد خطة مواجهة تداعيات الأزمة الروسية الأوكرانية (انفوجراف)(50)، وفي موقع البلد بعنوان: "وزير التموين: تداعيات الأزمة الروسية الأوكرانية أسوأ من الحرب الباردة وأقل حدة من الحرب العالمية.. ونواب: التضخم سببه الأزمات الخارجية ويضع أعباء على الدولة"(51) وخبر بعنوان: برلمانية: القرارات تهدف لمواجهة آثار الحرب ونقص الإمداد في العالم (52) ببوابة أخبار اليوم .

• أهم القضايا التي تضمنتها الاخبار الاقتصادية علي المواقع الإلكترونية خلال فترة التحليل : تنوعت القضايا الفرعية التي تناولتها الأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الإلكترونية خلال فترة التحليل ، و الجدول التالي يوضح هذه القضايا :

جدول رقم (3) توزيع معدل الاخبار الاقتصادية علي المواقع الإلكترونية

ك	%	أهم القضايا
468	62.15%	حزمة مالية جديدة للحماية الاجتماعية وتحسين الأجور مع مرتب أبريل وذلك من خلال زيادة نسبة العلاوة، وزيادة الحافز الإضافي
364	48.33%	قرار رئيس مجلس الوزراء بتحديد السعر الجديد لأسعار الخبز الحر والخبز المقدم وألزم القرار منافذ البيع بالإعلان عن أسعار الخبز في أماكن ظاهرة للمستهلكين
312	41.43%	تدبير 1.2 مليار جنيه لضم 450 ألف أسرة جديدة للمستفيدين من «تكافل وكرامة»
289	38.37%	تخصيص 130 مليار جنيه للتعامل مع تداعيات التحديات الاقتصادية العالمية وتخفيف آثارها على المواطنين
245	32.52%	تخصيص 190.5 مليار جنيه للهيئة القومية للتأمين الاجتماعي لأصرف زيادة المعاشات بنسبة 13% بحد أدنى 120 جنيهاً بدءاً من أول أبريل
164	21.77%	تحديد الدولار الجمركي بقيمة 16 جنيهاً للسلع الأساسية ومستلزمات الإنتاج بنهاية الشهر المقبل
126	16.44%	إشادة دولية بالقرارات الاقتصادية المصرية
102	13.54%	إعفاء نسبة من الربح المحقق لحملة الأسهم تعادل معدل الائتمان والخصم الصادر من البنك المركزي في بداية كل سنة ميلادية
87	11.55%	خصم نسبة 50% من قيمة الأرباح الرأسمالية المحققة عند الطرح الأولي في بورصة الأوراق المالية لمدة سنتين من تاريخ صدور القانون
42	5.57%	وضع آليات لصناديق الاستثمار و المستثمرين في مصر
38	4.91%	وضع حزمة من الإجراءات في مجال الضرائب .
753		الإجمالي

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

• تبين أن أهم القضايا التي برزت في المواقع الإلكترونية تلك المرتبطة بالبعد الاجتماعي للقضية و تمثلت في "حزمة مالية جديدة للحماية الاجتماعية وتحسين الأجور مع مرتب

أبريل وذلك من خلال زيادة نسبة العلاوة، وزيادة الحافز الإضافي" بنسبة (62.15%) ويرجع ذلك لمساس القرار شريحة كبيرة من الجمهور فهي القضية الأولى التي شغلت بال المواطنين و دار حولها أفوايل عديدة بالمنصات الاجتماعية لذا ركزت الأخبار علي الحديث عنها، مثل تقريراً نشرته بوابة الاهرام⁵³ في عددها الصادر في اليوم التالي لاصدار القرارات بعنوان : " إجراءات سريعة اتخذتها الحكومة المصرية بتوجيهات من الرئيس عبدالفتاح السيسي، لمواجهة موجة ارتفاع الأسعار الأخيرة، والتي جاءت على إثر المتغيرات العالمية التي أثرت بالقطع على حركة الأسعار في الأسواق، ليس فقط في مصر، وإنما كذلك شملت كل بلدان العالم، بدءًا من فيروس كورونا وحتى أزمة روسيا وأوكرانيا، الأمر الذي يساعد في رفع الأعباء الملقة على كاهل الأسر المصرية.

• وجاء في الترتيب الثاني " قرار رئيس مجلس الوزراء بتحديد السعر الجديد لأسعار الخبز الحر والفينو. وإلزام منافذ البيع بالإعلان عن أسعار الخبز في أماكن ظاهرة للمستهلكين" بنسبة (48.33%)، وتعتبر من أهم القضايا التي تم عرضها بجميع المواقع الإخبارية الالكترونية مثل خبر "اعرف الفرق في سعر الخبز السياحي والفينو بعد قرار رئيس مجلس الوزراء⁽⁵⁴⁾ وقامت جميع المواقع بشرح تفصيلي للخبر هو عبارة عن قرار رئيس مجلس الوزراء الهدف منه هو وضع سعر عادل لرغيف الخبز السياحي والفينو يضمن هامش ربح عادل لصحاب المخبز خبز جيد للمواطن وبسعر غير مبالغ فيه وأصبح سعر بيع الخبز " الحر " اعتبارا من اليوم الثلاثاء زنة 45 جراما بـ 50 قرشا، والـ 65 جراما بـ 75 قرشا، و11.5 جنيه لكل كيلو الخبز المعبأ، وبالنسبة للخبز الفينو فحدد القرار 50 قرشا للرغيف زنة 40 جراما، و75 قرشا لزنة 60 جراما، و1 جنيه لزنة 80 جراما، وألزم قرار تحديد أسعار الخبز الفينو والسياحي منافذ البيع بالإعلان عن أسعار الخبز في أماكن ظاهرة للمستهلكين⁽⁵⁵⁾.

• أما في الترتيب الثالث جاءت قضية " تدبير 1.2 مليار جنيه لضم 450 ألف أسرة جديدة للمستفيدين من «تكافل وكرامة»" بنسبة (41.43%) وقامت الحكومة بتفسير هذه القضية على أكثر من خبر لشرحها للجمهور مثل خبر " المالية: تدبير 2.7 مليار جنيه لضم 450 أسرة للتكافل وكرامة" ⁽⁵⁶⁾ الذي قامه بشرحه وزير المالية وقال أنه تم تدبير اعتماد مالي بقيمة ١٣٠ مليار جنيه للتعامل مع تداعيات التحديات الاقتصادية العالمية، وتخفيف آثارها على المواطنين وفقا لبيان وزارة المالية اليوم، ولفت إلى تدبير ٢,٧ مليار جنيه لضم ٤٥٠ ألف أسرة جديدة للمستفيدين من «تكافل وكرامة»، وتخصيص ١٩٠,٥ مليار جنيه للهيئة القومية للتأمين الاجتماعي لصرف الزيادة السنوية في قيمة المعاشات بنسبة ١٣٪ بحد أدنى ١٢٠ جنيهاً بدءاً من أول أبريل المقبل، وزيادة حد الإعفاء الضريبي بنسبة ٢٥٪ من ٢٤ إلى ٣٠ ألف جنيه.

• و برز أيضا في الأخبار الإشارات الدولية بالقرارات الاقتصادية التي اتخذتها الحكومة و من نماذج ذلك خبر نشره موقع الدستور⁵⁷ بعنوان : " «ذا ناشيونال»: الرئيس السيسي أوفى بوعده بدعم الفئات الأكثر احتياجا من تداعيات الأزمة العالمية" اشادت صحيفة "ذا ناشيونال" بالإجراءات الاقتصادية الأخيرة التي اتخذتها الحكومة المصرية، كجزء من استجابتها لتداعيات وتحديات الأزمة العالمية الراهنة وتخفيف آثارها على المواطنين،

ويشمل ذلك إعلانها إعداد حزمة مالية جديدة للحماية الاجتماعية وزيادة الأجور والمرتببات والإعفاءات الضريبية".

• بينما احتلت الأخبار المتعلقة بالبورصة واوضاعها في ظل الأزمة الاقتصادية مرتبة متأخرة ويرجع ذلك إلي أن هناك مواقع الكترونية متخصصة عن سوق البورصة يهتم بتناول أوضاعها، في حين أن هذه المواقع ذات طبيعة إخبارية عامة تتناول ما يرتبط بلقمة العيش و حال المواطن المتوسط، ومن أمثلة هذه الأخبار ما نشره موقع المصري اليوم⁵⁸ بعنوان: " الأعلى في التاريخ.. 31.3 مليار جنيه زيادة في رأس المال السوقي للبورصة المصرية اليوم"

• **اتجاه معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الالكترونية:** وتميزت كافة القضايا التي تم تناولها داخل الاخبار الاقتصادية أثناء الأزمة باتجاه إيجابي نحو حزمة القرارات التي اتخذتها الحكومة من الأمثلة علي ذلك خبر " مديولي: قرارات حاسمة من الحكومة لمواجهة الأزمة الأوكرانية" (59) . كما ظهر تأييد القرارات أيضا في خبر بعنوان⁶⁰: «تضامن النواب»: حزمة القرارات الحكومية هدفها توفير الحماية الاجتماعية " جاء فيه " أشادت دكتور شيماء نبيه عضو لجنة التضامن بمجلس النواب، بالقرارات التي اتخذتها الحكومة اليوم، لمواجهة تداعيات التحديات الاقتصادية العالمية والتخفيف من آثارها علي المواطنين"، خبر آخر بعنوان وزير الاقتصاد الفرنسي: دعم كامل لمصر خلال الأزمة في سوق السلع العالمية. صور" (61)، وخبراء يوضحون تأثير سعر الفائدة على الاقتصاد وأوجه الاستفادة من هذا الإجراء (62).

• و تتفق هذه النتيجة مع ما خلصت إليه دراسة (محمد الدعع، 2018)⁶³، و دراسة رالا أحمد محمد عبد الوهاب، 2020)⁶⁴ من بروز اتجاه إيجابي في معالجة الأخبار الاقتصادية مؤيد لتوجه الحكومة المصرية، و تختلف هذه النتيجة مع دراسة Picard, Selva and Bironzo. (2014)⁶⁵ حيث أشارت النتائج إلي أنه منذ الأزمة المالية العالمية تميل تغطية الأخبار الاقتصادية المتعلقة بالآزمات إلى استخدام اتجاه السلبية، كما تختلف مع نتائج دراسة (Vobic, Brlek, Mance and Prodni 2014)⁶⁶ أيضا .

• **الأطر الخبرية البارزة في الأخبار :** برز الإطار الاقتصادي بالإضافة إلى الأطر المرجعية الاجتماعية حيث ركزت كل الأخبار على الإجراءات التي اتخذتها الحكومة للحفاظ على الشعب المصري من الاضرار الازمة سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية مثل خبر "وزير التضامن: توجيهات بضم 450 ألف أسرة إلى «تكافل وكرامة»، أكدت أن 30% من الأسر مغطاة بشبكة التأمين الاجتماعي،⁽⁶⁷⁾ وقامت الوزارة من خلال استخدام المرجعية الاجتماعية والاقتصادية تفسير الخبر علي النحو التالي : إن الوزارة لديها 17 مليون مواطن تحت مظلة تكافل وكرامة و10.8 مليون مستفيد من المعاشات وبالتالي 30% من الأسر مغطاة بشبكة التأمين الاجتماعي بالإضافة إلي أن قاعدة بيانات برنامجي تكافل وكرامة جاهزة ومليئة بالمعلومات الكافية وأن التوجيهات بضم 450 ألف أسرة للبرنامجين موجودين بالفعل في قوائم الانتظار، وأن قيمة معاش كرامة 450 جنيها موجهة للمسنين وذوي الإعاقات وتكافل يصل إلى 600 جنيه شهريا.

و تتفق هذه النتيجة مع دراسة (هبه فهمي العطار، 2017) (68) حيث توصلت النتائج إلي : تعدد وتباين الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة أزمة تعويم الجنيه، حيث برز إطار الإصلاح الاقتصادي في الخطاب الصحفي، وإطار تحمل الشعب للمعاناة والام، و برز إطار الاخفاق الاقتصادي، و ذلك باختلاف توجهات الأيدلوجية للصحف، كما تتفق كذلك مع دراسة دراسة رالا أحمد محمد عبد الوهاب، 2020 (69) من حيث بروز الأطر الاقتصادية كأكثر الأطر توظيفا في الأخبار الاقتصادية

● **استخدام الأنفوجراف :** برز استخدام الأنفوجراف في الأخبار الاقتصادية محل التحليل بمختلف المواقع الالكترونية التي اهتمت بنشره بشكل كبير و ذلك لتلخيص الكثير من الأفكار الهامة الخاصة بالقرارات و أسبابها و تبعاتها علي المواطن و كذلك لتوضيح خطة الدولة لمواجهة تداعيات الأزمة الروسية الأوكرانية، حيث قام المركز الاعلامي التابع لمجلس الوزراء بإعداد مجموعة من الانفوجراف بعنوان : "أستمرارا لاتخاذ الخطوات الاستباقية لمواجهة الأزمات : خطة الدولة لمواجهة تداعيات الأزمة الروسية الأوكرانية مع توضيح مصدر المعلومات مثل وزارة المالية أو وزارة التموين أو الزراعة..... إلخ و بلغ عددهم (12) أنفوجراف تضمن كل منهم جانبا مختلفا لمواجهة الازمة، فمثلا جاء أنفوجراف تحت عنوان فرعي " التوسع في إقامة المعارض و المنافذ لتوفير السلع بأسعار مخفضة " عرض مجموعة قرارات الحكومة في هذا الصدد أبرزها بدء المرحلة ال 22 لمبادرة كلنا واحد "، " كويونات شراء السلع لغير القادرين بمبالغ محددة "، " تحمل الدولة للزيادات في الخبز المدعم بنسبة 100% "، و غيرها من الخطوات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة تداعيات غلاء الأسعار في ظل الأزمة العالمية⁷⁰.

● أنفوجراف آخر بعنوان : " الدولة تحكم قبضتها علي الأسواق و تعزز الرقابة عليها " و أبرز ماضمه الأنفوجراف القرار الخاص ب " تحديد سعر بيع الخبز الحر لمدة ثلاثة أشهر أو لحين إشعار آخر⁷¹ ".

● أنفوجراف آخر بعنوان فرعي : " الدولة تتخذ مزيدا من الإجراءات لحماية الاقتصاد ضد تقلبات الأزمة "، ضم : - إجراءات البنك المركزي المصري 18% عائد شهري لشهادات ادخارية مدتها سنة، - إجراءات لدعم القطاعات الانتاجية⁷².

● أنفوجراف بعنوان فرعي : " أبرز ضوابط قبول الطلاب المصريين الدارسين بالجامعات الأوكرانية الراغبين في التحويل للجامعات الخاصة و الأهلية " تضمن معلومات عن : أعداد هؤلاء الطلاب – شروط التحويل – شروط القبول – الفترة الزمنية للتحويل – و غيرها من المعلومات الضرورية⁷³.



شكل رقم (1) نماذج الانفوجراف المنشور بالمواقع الإلكترونية محل الدراسة (74)

• كما قامت بعض المواقع الاخبارية بعمل أنفوجراف خاص بها مثل بوابة الاهرام قامت بزيادة دخل المواطنين والعاملين بالدولة| إنفوجراف " (75)



شكل رقم (2) أحد الانفوجراف المعد من قبل بوابة الأهرام

● **طبيعة الاستمالات المستخدمة في الأخبار محل الدراسة :** جاء استخدام أرقام وإحصائيات بكثرة في كافة الاخبار مثل خبر وزير التموين: تداعيات الأزمة الروسية الأوكرانية أسوا من الحرب الباردة وأقل حدة من الحرب العالمية" جاء فيه: التضخم سببه الأزمات الخارجية ويضع أعباء على الدولة" ركز علي النقاط التالية "السكر عندنا اكتفاء حوالى 87%، وكنا محتاجين حوالى 300 أو 400 ألف طن، استوردنا قبل الأزمة 200، و ال 200 طن الأخرى هنوفرها، والسعر 10 أو 10,5 جنيه، والزيت متوفر منه ما يكفي 5,3 شهر كفاية، واللحوم الحية عندنا تعاقد مع الشقيقة السودان وزاد الإنتاج والتوريد، وكذلك الدواجن، والبقول 80% منه فى القطاع الخاص وتوجد كمية أكثر من احتياجنا ومع ذلك تم صدور قرار منع تصدير البقول والعدس و سلع أخرى لمدة مؤقتة، وكافة السلع يستمر ضخها بمعدلات تجعل هناك استقرار في السوق والأسعار." (76)

● خبر آخر نشر في موقع المصرى اليوم⁷⁷ بعنوان : " الأعلى في التاريخ.. 31.3 مليار جنيه زيادة في رأس المال السوقي للبورصة المصرية اليوم" سجل رأس المال السوقي للأسهم المصرية المدرجة بجدول البورصة المصرية، خلال جلسة تداول اليوم الاثنين، زيادة بقيمة 31.3 مليار جنيه «هى الأعلى في تاريخ البورصة المصرية»، مسجلاً 739.7 مليار جنيه، وذلك في استجابة سريعة للقرارات الاقتصادية التي اتخذتها الحكومة المصرية اليوم، برفع أسعار الفائدة بنسبة 1%.

● كما أن جميع الأنفوجراف الذي تم نشره اعتمد علي توظيف الأرقام و النسب و الإحصائيات، و من ثم سيطرت الاستمالات العقلية و تفوقت علي العاطفية في الأخبار محل التحليل .

طبيعة المصادر التي تم الاعتماد عليها في الأخبار محل التحليل : اتضح أن من أهم المصادر التي اعتمدت عليها الاخبار المصادر الرسمية المتمثلة في رئاسة مجلس الوزراء والوزارات المعنية بالأزمة مثل : وزارة المالية والتموين والتضامن الاجتماعي والزراعة ووزارة التجارة والصناعة ووزارة الداخلية والدفاع وجهاز حماية المستهلك وغرف التجارة والصناعة ويرجع ذلك لارتباطهم بأركان الأزمة مثل تطبيق زيادة المرتبات والمعاشات وكانت تخص وزارة المالية والتضامن أما ارتفاع أسعار السلع واحتكارها كانت تخص كل من وزارة الداخلية والتموين والزراعة والتجارة والصناعة وجهاز حماية المستهلك والغرف التجارية، و تتفق هذه النتيجة مع ما أنتهت إليه دراسة **الاحمد محمد عبد الوهاب، 2020** ⁷⁸ من حيث الاعتماد علي المصادر الرسمية في الأخبار الاقتصادية، كما اتفقت هذه النتيجة مع دراسة **"مها الملاح 2019"** ⁽⁷⁹⁾ حيث أوضحت النتائج العامة أن مصادر الاخبار المتعلقة بقضية الانتخابات الرئاسية 2014 متنوعة وجاء في مقدمتها المصادر الرسمية .

● **القوى الفاعلة البارزة في الأخبار محل التحليل :** اتساقا مع النتيجة السابقة عن المصادر، جاءت شخصية رئيس الوزراء كأكثر القوى الفاعلة في الاخبار محل التحليل حيث ركزت معظم المواقع الإخبارية علي المهندس مصطفى مديولي مع التأكيد علي أن كافة الإجراءات و القرارات المتخذة بناءً على توجيهات السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي واتضح ذلك من خلال العبارة التي ذكرتها معظم الاخبار " تنفيذًا لتوجيهات الرئيس عبدالفتاح السيسي "

قررت الحكومة اعتبارًا من مرتب شهر أبريل المقبل صرف العلاوة الدورية للمخاطبين بأحكام قانون الخدمة المدنية التي تمت زيادتها لتكون بنسبة ٨٪ من الأجر الوظيفي بحد أدنى ١٠٠ جنيه شهريًا، ودون حد أقصى، كما سيتم منح العاملين بالدولة من غير المخاطبين بأحكام قانون الخدمة المدنية، علاوة خاصة بنسبة ١٥٪ من الأجر الأساسي أو ما يقابله في المكافأة الشاملة لكل منهم بحد أدنى ١٠٠ جنيه شهريًا، ودون حد أقصى⁽⁸⁰⁾، كما برز عدد من الوزراء أبرزهم : الدكتور على المصيلحي، وزير التموين والتجارة الداخلية، وزير المالية الدكتور محمد معيط، طارق عامر، محافظ البنك المركزي، و نيفين القباج وزيرة التضامن الاجتماعي، ومن الشخصيات الأخرى أعضاء مجلس النواب حيث ظهروا في العديد من التصريحات عن القرارات التي اتخذتها الحكومة وتهدف لمواجهة آثار الحرب ونقص الإمداد في العالم⁸¹.

• وتميزت كافة المواقع التي تعرض الأخبار بإمكانية التفاعل مع الخبر من خلال صفحات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك، تويتر، واتس أب، بالإضافة إلى التعليق على الموضوع، إمكانية الطباعة.

• **فيما يتعلق بمستوى اللغة المستخدمة في صياغة الاخبار محل الدراسة :** تميزت كافة الاخبار الاقتصادية على المواقع الالكترونية الإخبارية باستخدام اللغة البسيطة الخالية من المصطلحات الاقتصادية المعقدة لتوصيل المعلومات الي الجمهور العام ومن الأمثلة علي ذلك تقرير نشرته بوابة الازهرام⁸² في عددها الصادر في اليوم التالي لصدور القرارات جاء فيه " إجراءات سريعة اتخذتها الحكومة المصرية بتوجيهات من الرئيس عبدالفتاح السيسي، لمواجهة موجة ارتفاع الأسعار الأخيرة، والتي جاءت على إثر المتغيرات العالمية التي أثرت بالقطع على حركة الأسعار في الأسواق، ليس فقط في مصر، وإنما كذلك شملت كل بلدان العالم، بدءًا من فيروس كورونا وحتى أزمة روسيا وأوكرانيا، الأمر الذي يساعد في رفع الأعباء الملقة على كاهل الأسر المصرية "، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (غادة صقر، 2012)⁽⁸³⁾، حيث خلصت الدراسة إلي استخدام اللغة الدارجة عن اللغة الفصحى بنسبة (61.2%) من إجمالي الموضوعات الاقتصادية الخاضعة للتحليل .

• **عناصر الإبراز المستخدمة في عرض الأخبار محل التحليل :** اتسمت طريقة العرض داخل الاخبار الاقتصادية بعرض نص وصورة وملف فيديو حيث كانت الصورة المصاحبة للأخبار صورة موضوعية من اجتماعات المجلس الوزراء بالإضافة إلى عمل بث مباشر من المؤتمرات الصحفية الخاصة بالمجلس لزيادة نسبة الشفافية والمصداقية لدي المتلقي وإطلاعهم الدائم على مستجدات الأمور، ومن الأمثلة علي ذلك ما نشرته بوابة الوفد بعنوان " لميس الحديدي: الأسعار تحتاج لرقابة بيد من حديد لمنع التلاعب (فيديو)⁽⁸⁴⁾ كان عبارة عن نص وصورة و جزء من الفيديو، و بشكل عام ضمت الاخبار الاقتصادية صوراً معظمها موضوعية توضح اجتماعات مجلس الوزراء، وصور شخصية لرئيس مجلس الوزراء أو أحد الوزراء المعنيين أو صور شخصية لرئيس الغرف التجارية أحد النواب رئيس جهاز حماية المستهلك، بعض الاخبار استخدمت الصور الأرشيفية لمباني الوزارات مثل خبر "25 قرارًا من الحكومة لزيادة دخل المواطنين والعاملين بالدولة"⁽⁸⁵⁾ كان مصاحبة صورة وزارة المالية.



شكل رقم (3) صورة أرشيفية من بوابة الاهرام لوزارة المالية

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة " مها الملاح 2019" (86) بينما تميزت مجموعة كبيرة من الاخبار بكونها بدون وجود صور ورسوم بنسبة (26.7%) بواقع (48% لصحيفة الاهرام، 0.2% لبوابة الوفد، و 30.2% لجريدة المصري اليوم).

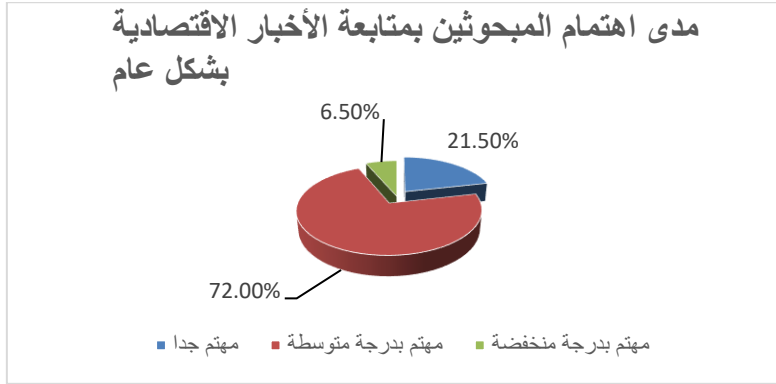
(ب) : نتائج الدراسة الميدانية:

فيما يلي نستعرض النتائج التي كشفت عنها الدراسة الميدانية التي طبقت على عينة عمدية من متابعي الاخبار الاقتصادية بشكل عام قوامها (400) مفردة من المصريين مابين 18 إلي 55 سنة، من مختلف المستويات الاقتصادية و ذلك باستخدام أستمارة الاستبيان التي تم تطبيقها إلكترونياً، وتم صياغة أسئلتها وفقل لعدد من المحاور تتفق مع أهداف الدراسة، و سوف تعرض الباحثة نتائج الدراسة الميدانية علي مستويين هما :

(1) : نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة:

- مستوى الاهتمام بمتابعة الأخبار الاقتصادية عن القرارات الحكومية الصادرة خلال الأزمة الروسية الأوكرانية:
- مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة الأخبار الاقتصادية بشكل عام :

سعت الدراسة إلي رصد درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة الأخبار الاقتصادية بشكل عام في مختلف وسائل الإعلام، و الشكل التالي يوضح درجات و مستويات الاهتمام كما عكستها إجابات المبحوثين :



شكل رقم (4) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى اهتمام المبحوثين بمتابعة الأخبار الاقتصادية عموماً

جاء معدل الاهتمام المتوسط بمتابعة الاخبار الاقتصادية في الترتيب الأول حيث اختارت نسبة (72%) من إجمالي العينة بديل (مهتم إلى حد ما)، تلاهم مرتفعي الاهتمام و هؤلاء يهتمون بدرجة كبيرة بمتابعة الأخبار الاقتصادية وبلغت نسبتهم أقل من ربع العينة (21.5%)، وأخيراً انخفضت نسبة منخفضي الاهتمام بمتابعة الأخبار الاقتصادية لتبلغ نسبتهم (6.5%) من إجمالي العينة، تأتي هذه النتيجة منقحة مع ما انتهت إليه دراسة (J.A.Oyeboade, 2017)⁽⁸⁷⁾، و دراسة رالا أحمد محمد عبد الوهاب، (2020)⁸⁸، وغيرهم من حيث الاهتمام بالأخبار الاقتصادية.

• أسباب متابعة المبحوثين الأخبار الاقتصادية بشكل عام :

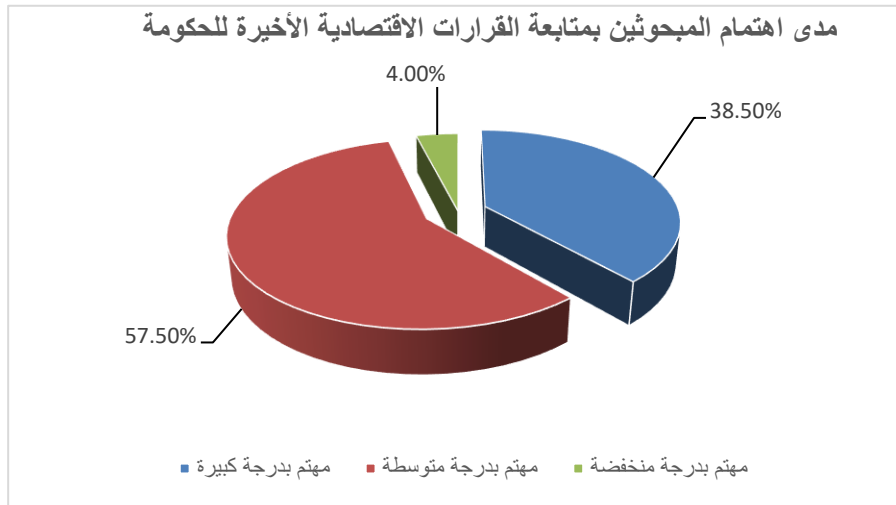
أشار المبحوثون إلى جملة من الأسباب تدفعهم للاهتمام بمتابعة الأخبار الاقتصادية بمختلف وسائل الإعلام، يمكن تقسيمها إلى أربعة أسباب، جاء في مقدمتها: "لأنني قلق من المستقبل و الاقتصاد يؤثر عليه بشكل كبير " ، و هو أمر منطقي كشفت عنه دراسات عديدة اكدت علي الارتباط الوثيق بين اقتصاد الدولة و مستقبل الأجيال و هو الأمر الذي يبرز في أوقات الأزمات، تلاه و بفارق نسبي بسيط للغاية سبب " رغبتني في متابعة القرارات الاقتصادية التي اصدرتها الحكومة مؤخرا في ظل الأزمة العالمية "، ثم جاء سبب "لأنني مهتم بالأوضاع الاقتصادية في البلد بشكل عام" في الترتيب الثالث، و أخيراً أشار المبحوثون إلى سبب "لأنني اتابع كل جديد والاقتصاد جزء منه" كأحد أسباب متابعة الأخبار الاقتصادية، و تتفق هذه النتيجة مع دراسة رالا أحمد محمد عبد الوهاب، 2020⁸⁹ حول أسباب متابعة الاخبار الاقتصادية .

وتري الباحثة أن المضمون الاقتصادي من المضامين الجاذبة للجمهور و ذلك لأثاره القوية علي حياة الناس و يظهر ذلك بشكل أكثر بروزا في ظل الأزمات كما حدث أثناء أزمة فيروس كورونا، و الأزمة الروسية الأوكرانية و قد أشارت بعض المواقع إلي هذا الأمر في تصريحات رئيس الوزراء يوم 21 مارس و نشر موقع الأسبوع الإلكتروني فور صدور القرارات تقريراً⁹⁰ بعنوان : " تفاصيل مؤتمر رئيس الوزراء «المصارحة» للإعلان عن

قرارات مواجهة ارتفاع الأسعار " مدبولي: توجيهات من الرئيس بإعطاء أولوية قصوى لبرنامج الحماية الاجتماعية، وجاء في التقرير علي لسان رئيس الوزراء قوله : " أنه مع انتهاء أزمة كورونا بدأت موجة كبيرة من التضخم والاضطراب في سلاسل الإمداد، كما ارتفعت تكلفة الشحن بصورة كبيرة، وتلاها أزمة روسيا وأوكرانيا لتضيف ضغوطا جديدة تضخمية هائلة على العالم بأسره، وأصبحت هناك أرقام عن التضخم على مستوى العالم لم نشهدها منذ عشرات السنين"

● مستوى الاهتمام بمتابعة الأخبار عن القرارات الاقتصادية للحكومة المصرية بالمواقع الإلكترونية :

اتساقا مع النتيجة السابقة، أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلي أن حوالي نصف العينة من المبحوثين اهتموا بشكل متوسط بمتابعة الأخبار المنشورة عن القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة، و ارتفعت نسبة المتهمين بدرجة كبيرة بمتابعتها إلي قرابة النصف حيث بلغت نسبتهم 40% في حين انخفضت نسبة ذوى الاهتمام المنخفض إلي حوالي 4 % فقط وهي نسبة منخفضة جدا . و بشكل عام ارتفعت نسبة المتابعين بدرجة مرتفعة و متوسطة، و هذا أمر طبيعي لأهمية هذه القرارات من ناحية، و كونها تمس حياة الأفراد اليومية، وحادثة صدور القرارات حيث تم تطبيق الأستبيان بعد أيام من صدور القرارات الاقتصادية للحكومة



شكل رقم (5) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى اهتمام المبحوثين بمتابعة القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة

و تتفق هذه النتيجة مع دراسة دراسة (نورهان فتحي محمود عباس، 2022)⁽⁹¹⁾ حيث تزايد الاهتمام بمتابعة القضية الاقتصادية محل الدراسة، و كان الاهتمام مرتفعاً جداً بأخبار قضية تعويم الجنيه .

• المصادر التي اعتمد عليها المبحوثين في متابعة للقرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة، ومكانة المواقع الالكترونية بينها:

تنوعت المصادر التي اعتمد عليها المبحوثون في متابعة أخبار القرارات الاقتصادية مابين وسائل إعلام تقليدية، ووسائل تفاعلية، و منصات إجتماعية، و الناس من حولهم . وجاء التلفزيون علي رأس المصادر التي اعتمد عليها المبحوثين في متابعة للقرارات الاقتصادية الأخيرة، حيث احتلت "القنوات التلفزيونية" الترتيب الأول كأهم المصادر التي اعتمد عليها المبحوثين في متابعة للقرارات الاقتصادية الأخيرة، يليه منصة "الفيسبوك" بنسبة اقتربت كثيرا من التلفزيون و ترى الباحثة ان هذه النتيجة منطقية جدا و تتسق مع دراسات سابقة لها أشارت لتقدم التلفزيون مرة أخرى ليحتل الصدارة كمصدر للمعلومات عن مختلف القضايا و من بعدد الفيسبوك كأحد أبرز المنصات الاجتماعية، ثم جاءت "الصفحات الرسمية للحكومة" علي المنصات الاجتماعية و تفسر الباحثة ذلك في ضوء تصاعد اهتمام المصريين خلال جائحة كورونا بالصفحات الحكومية لبعض الوزارات لاسيما وزارة الصحة، فرما اعتاد المصريون عليها و اعتبروها مصدرا عالي المصداقية، و في الترتيب الرابع جاءت المواقع الالكترونية و بشكل خاص تصدر اليوم السابع المشهد تلاه بوابة الأهرام ثم موقع المصري اليوم . و تراجعت مكانة بعض المصادر الأخرى مثل الواتس أب الذي ارتبط خلال العامين الأخيرين بالشائعات خاصة مع جائحة كورونا ربما ذلك أدى إلي تراجع مكانته في هذه الدراسة .

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة "محسن جلوب الكنائي، جهاد كاظم العكلي، (2019) (92) توصلت الدراسة إلي ارتفاع اعتماد العينة علي القنوات التلفزيونية كمصدر أساسي للأخبار الاقتصادية، و اتفقت مع نتائج دراسة (مروى ياسين بسيوني، 2020) (93) التي أكدت ارتفاع مستوى الاعتماد على برامج الرأي التلفزيونية بوصفها مصدرا للمعلومات حول أداء الدولة المصرية خلال الأزمات، و تشابهت أيضا مع نتائج دراستي : (دراسة نجوى إبراهيم، 2015) (94) و (الشيماء مصطفى محمد، 2021) (95) فالدراسة الأولى أثبتت أن صحيفة اليوم السابع في المركز الأول بنسبة 45% ثم المصري اليوم بنسبة 31,4 % ثم الشروق بنسبة 20%، ثم الأهرام والأخبار بنسبة 11,4% ثم الوفد والمساء بنسبة 8,6%، بينما توصلت الدراسة الثانية توصلت إلي تصدر موقع اليوم السابع تلاه الأهرام كأكثر المواقع استخداما من الشباب للحصول علي المعلومات الاقتصادية.

إلا أنها اختلفت مع ما انتهت إليه دراسة هاجر محمود محمد عمر (2020) (96) و التي سعت إلي التعرف على استخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدي ممثلاً في "التلفزيون" والجديد ممثلاً في " الفيسبوك " للحصول على معلومات عن أزمة كورونا وتبين أنه تزايد الاعتماد علي الفيسبوك للحصول علي معلومات عن الجائحة مقارنة بالتلفزيون الذي جاء في الترتيب الثاني، وأكدت دراسة (آمال عبد الوهاب محمود، 2019) (97) على أن المواقع الاجتماعية تأتي في المقام الأول ويلبها التلفزيون وأخيراً الصحف والمجلات من حيث رصد الأزمة بكل مراحلها.

• زيادة التعرض للمواقع الالكترونية أثناء الأزمة الاقتصادية:

سعت الدراسة نحو رصد أثر القرارات الاقتصادية علي معدل تعرض و متابعة المبحوثين للأخبار الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية و الإجابة علي السؤال التالي: هل زاد زاد استخدام المبحوثين

للمواقع الإلكترونية بعد اعلان الحكومة عن قراراتها الاقتصادية الاخيرة ؟ والجدول التالي يوضح الإجابة :

جدول رقم (4) توزيع عينة الدراسة وفقاً لزيادة استخدام المبحوثين لمواقع الاخبارية والصحفية الإلكترونية بعد اصدار الحكومة لقراراتها الاقتصادية الاخيرة

الإجمالي	%	زاد استخدام المبحوثين لمواقع الاخبارية والصحفية الإلكترونية بعد اصدار الحكومة لقراراتها الاقتصادية الاخيرة
42.2%	169	نعم زاد إلى حد ما.
31.5%	126	نعم زاد بشكل كبير.
21.8%	87	معدل استخدامي كما هو .
4.5%	18	لا لم يزد بالعكس قل .
100.0%	400	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن حوالي 75% من إجمالي المبحوثين أقروا بوجود تأثير إيجابي بزيادة معتدلة إلي كبيرة في معدل تعرضهم و متابعتهم المعتادة للأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الإلكترونية، في حين أشار حوالي خمس العينة إلي أن استخدامهم لم يتأثر بل ظل كما هو، و أخيراً أشارت نسبة قليلة جدا (4.5%) من إجمالي العينة أن تعرضهم للأخبار الاقتصادية قل بعد إعلان الحكومة المصرية للقرارات الاقتصادية الأخيرة . تتفق هذه النتيجة مع ما أكدته دراسة سماح المحمدى (2021)⁹⁸ من تزايد الاعتماد علي وسائل الإعلام التفاعلية بشكل عام خلال الأزمات .

و تختلف هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة **مُحمَّد سامي صبري (2009)** (99) التي أظهرت أن استخدام الشبَّاب الجامعيِّ للصحف الإلكترونيَّة تراوح بين المعدل المتوسِّط والمُنخفض، بينما كانت هناك نسبة ضئيلة تستخدمها بصورة مُرتفعة. ويرجع ذلك بطبيعة الحال إلي اختلاف موقف الأزمة و المتوفر بالدراسة الحالية حيث يزداد الاقبال علي المواقع الإلكترونية لمتابعة مستجدات الأوضاع الاقتصادية داخل مصر و خارجها .

• **مدي اهتمام المبحوثين بالأخبار التي تناولت القرارات المختلفة التي اعلنت عنها الحكومة المصرية للتخفيف عن آثار الأزمة العالمية عليهم:**

في خطابه يوم الاثنين الموافق 21 مارس 2022 اعلن الدكتور مصطفى مدبولي رئيس مجلس الوزراء في مؤتمر صحفي بالمشاركة مع طارق عامر محافظ البنك المركزي عن خطة الدولة في مواجهة أزمة ارتفاع الأسعار والتغيرات الإقتصادية العالمية عبر حزمة من القرارات والإجراءات المالية والاجتماعية لصالح الاقتصاد المصري بهدف تحسين دخول المواطنين، وسعت الدراسة إلي معرفة مدي اهتمام المبحوثين بهذه القرارات و العجرات عبر قياس درجة متابعة الأخبار التي تتناول كل منها في المواقع الإلكترونية، و كشف التحليل الاحصائي عن ارتفاع معدلات الاهتمام بمتابعة كافة الأخبار المرتبطة بالقرارات الاقتصادية بغض النظر عن طبيعة الموضوع المثار، وهو ما يدل على أن طبيعة الأزمة

فرضت حتمية اهتمام الجمهور بكل جوانبها، و بشكل تفصيلي يعرض الجدول التالي ترتيب الأهمية وفقاً لإجابات المبحوثين كالتالي :

جدول رقم (5) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدي اهتمام المبحوثين بالقرارات التي اتخذتها الحكومة للتخفيف من آثار الأزمة الأوكرانية العالمية عن المواطن في المواقع الإلكترونية

الترتيب	الاتجاه	نسبة الأهمية	انحراف معياري	متوسط	مدي اهتمام المبحوثين بالقرارات التي اتخذتها الحكومة للتخفيف من آثار الأزمة الأوكرانية العالمية عن المواطن في المواقع الإلكترونية
1	مهتم	80.91%	.66773	2.4275	قرار الحكومة بتحديد سعر الخبز غير المدعوم.
2	مهتم	78.25%	.70212	2.3475	قرار الحكومة بخفض سعر الجنيه بنسبة 16%
3	مهتم	78.08%	.72561	2.3425	قرار تثبيت سعر الدولار الجمركي
4	مهتم إلي حد ما	77.41%	.75160	2.3225	قرار الحكومة برفع الفائدة على الشهادات البنكية إلى 18%
5	مهتم إلي حد ما	76.25%	.69718	2.2875	قرار الحكومة بحظر تصدير القمح وبعض السلع الغذائية لعدة أشهر
6	مهتم إلي حد ما	76.08%	.78052	2.2825	قرار الحكومة الزيادة المبكرة للأجور والمعاشات في أبريل بدلا من يوليو.
7	مهتم إلي حد ما	69.83%	.73983	2.0950	قرار الحكومة بزيادة عدد الأسر المستفيدين من برنامج تكافل وكرامة
8	مهتم إلي حد ما	67.25%	.71657	2.0175	قرار الحكومة زيادة نسبة الإعفاءات الضريبية.

(ن=400)

تشير بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

– احتل قرار الحكومة بتحديد سعر الخبز غير المدعوم في المرتبة الأولى لاهتمامات المبحوثين بمتابعتها عبر المواقع الإلكترونية وذلك بمتوسط حسابي (2.42) باتجاه مهتم، و تتفق هذه النتيجة مع الدراسة التحليلية حيث جاءت الاخبار المتعلقة بقرار رئيس مجلس الوزراء بتحديد السعر الجديد لأسعار الخبز الحر والفيون، وألزم القرار منافذ البيع بالإعلان عن أسعار الخبز في أماكن ظاهرة للمستهلكين بنسبة (48.33%)، وتري الباحثة أن الخبر المتعلق بدعم رغيف العيش من أهم القرارات التي كان المبحوثين يتبعونها لأنها تؤثر علي حياتهم اليومية .

– جاء في المرتبة الثانية (قرار الحكومة بخفض سعر الجنيه بنسبة 16%) وذلك بمتوسط حسابي (2.347)، يليها (قرار تثبيت سعر الدولار الجمركي) وذلك بمتوسط حسابي (2.342) باتجاه مهتم.

– أما في الترتيب الرابع فجاء (قرار الحكومة برفع الفائدة على الشهادات البنكية إلى 18%) وذلك بمتوسط حسابي (2.32)، يليها (قرار الحكومة بحظر تصدير القمح وبعض السلع الغذائية لعدة أشهر) وذلك بمتوسط حسابي (2.287)، ثم (قرار الحكومة الزيادة

المبكرة للأجور والمعاشات في أبريل بدلا من يوليو.) وذلك بمتوسط حسابي (2.282) باتجاه مهتم إلي حد ما.

- فيما في الترتيب السابع جاء (قرار الحكومة بزيادة عدد الأسر المستفيدين من برنامج تكافل وكرامة) وذلك بمتوسط حسابي (2.09)، وأخيرا (قرار الحكومة بزيادة نسبة الإعفاءات الضريبية) وذلك بمتوسط حسابي (2.01) باتجاه مهتم إلي حد ما.

● مستويات التفاعل مع الأخبار الاقتصادية المنشورة علي المواقع الإلكترونية :

أهم أشكال تفاعل المبحوثين مع الاخبار المتعلقة بالقرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة: تنوعت أشكال و أنماط تفاعل المبحوثين مع الأخبار التي تناولت القرارات الاقتصادية و المنشورة عبر المواقع الالكترونية و الجدول التالي يوضح ذلك :

جدول رقم (6) أهم أشكال تفاعل المبحوثين مع الاخبار المتعلقة بالقرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة

درجة الموافقة	درجة الموافقة		نسبة الحالة
	ك	%	
أشكال التفاعل			
(1) اسجل اهتمامي بالخبر " like "	246	47.4%	69.5%
(2) أقوم بكتابة تعليق على الخبر "Comment".	126	24.3%	35.6%
(3) أقوم بعمل مشاركة للخبر .share.	84	16.2%	23.7%
(4) أقوم بعمل سكرين شوت Screenshot.	63	12.1%	17.8%

(ن=400)

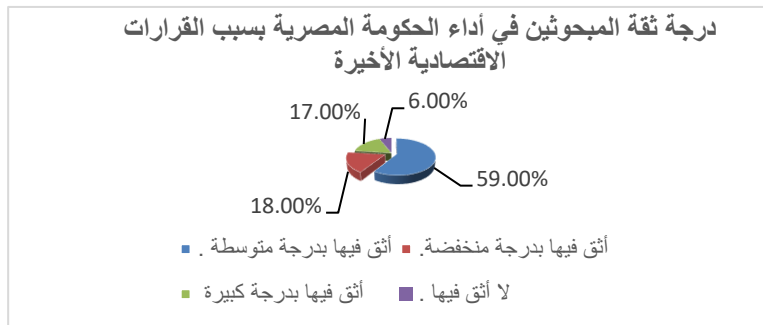
تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

أشكال تفاعل المبحوثين مع الأخبار المتعلقة بالقرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة، وفقاً لما أحرزته من تكرارات الأوزان المئوية كالتالي: سجل التفاعل ب "اسجل اهتمامي بالخبر like" في الترتيب الأول كأهم أشكال تفاعل المبحوثين مع الاخبار المتعلقة بالقرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة بنسبة (47.4%)، يليه شكل "أقوم بكتابة تعليق على الخبر Comment". بنسبة (24.3%)، ثم " أقوم بعمل مشاركة للخبر .share. " بنسبة (16.2%)، أخيراً شكل " أقوم بعمل سكرين شوت Screenshot." بنسبة (12.1%)، وتختلف تلك النتيجة مع دراسة كيرلس عفت نسيم (2013) ⁽¹⁰⁰⁾ حيث جاء (أقوم بإضافة تعليق) في المرتبة الأولى بنسبة 100%.

وعادة يميل رواد المنصات الاجتماعية إلي تسجيل الإعجاب كأسهل و ابسط شكل للتفاعل يليه كتابة تعليق حسب مستوى الاهتمام و بالتالي هي نتيجة تتسق مع دراسات عديدة سابقة، و تتفق هذه النتيجة مع ما أكدت عليه دراسة (وفاء محمد إبراهيم، 2020) ¹⁰¹ من تزايد التفاعل مع الأخبار عبر تقييم المحتوى (أعجبنى/ لا يعجبني)، التعليقات، المشاركات، الروابط... الخ.

• درجة مصداقية الأخبار التي تتناول القرارات الاقتصادية والمقدمة عبر المواقع الإلكترونية:

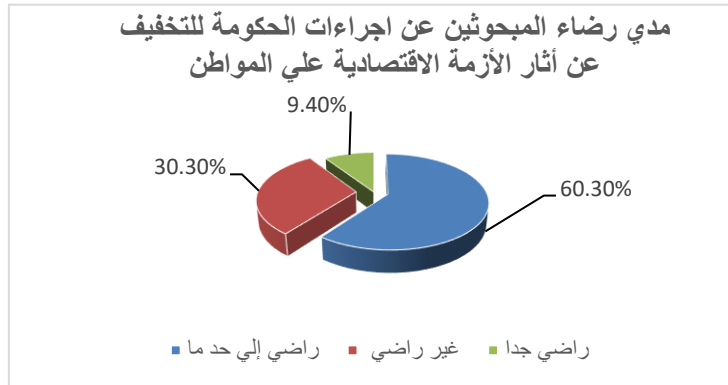
مدى ثقة المبحوثين في الأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الإلكترونية و التي تتناول القرارات الاقتصادية التي اصدرتها الحكومة : يمكن القول أن المبحوثين يثقون في الأخبار المنشورة عبر المواقع الإلكترونية و إن تراوحت درجة الثقة ما بين متوسطة و مرتفعة بنسبة 75% من المبحوثين، في حين أشار حوالي 17% منهم إلي أنهم يثقون في هذه الأخبار بدرجة منخفضة، في حين أشارت نسبة قليلة جدا بلغت 6% إلي أنهم لا يثقون فيما يقرأونه من أخبار ، والشكل التالي يوضح ذلك :



شكل رقم (6) توزيع عينه الدراسه وفقا توزيع عينه الدراسه وفقا لدرجه تفه المبحوثين في أداء الحكومة المصرية بسبب القرارات الاقتصادية الأخيرة

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (جيلان شرف، 2018)⁽¹⁰²⁾ حيث تبين أن وسائل الاتصال الجماهيري لعبت دورًا كبيرًا في استيفاء الشباب معلوماتهم عن قضية تعويم الجنيه، و قضايا الاستثمار، واتسمت اتجاهات الشباب بالإيجابية نحو أداء الحكومة و قدرتها علي تخطي الأزمة الاقتصادية .

• مدي رضاء المبحوثين عن اجراءات الحكومة للتخفيف عن آثار الأزمة الاقتصادية علي المواطن: إلى أى مدى بلغت نسبة الرضا و التأييد لإجراءات عديدة اتخذتها الحكومة و اعلنت عنها للتخفيف عن الآثار الاقتصادية السلبية لازمة العالمية ؟ - الإجابة يعبر عنها الشكل التالي :



شكل رقم (7) توزيع عينه الدراسه وفقا توزيع عينه الدراسه وفقا لدرجه تفه المبحوثين عن اجراءات الحكومة للتخفيف عن آثار الأزمة الاقتصادية علي المواطن

بلغت نسبة الرضا المتوسط من المبحوثين عن إجراءات الحكومة للتخفيف عن آثار الأزمة الاقتصادية على المواطن بنسبة (60.3%) من إجمالي العينة وجاءت في الترتيب الأول، بينما انخفضت درجة الرضا المرتفع وبلغت (9.4%) فقط من إجمالي العينة، وظهرت نسبة كبيرة غير راضين عن إجراءات الدولة لتلافي الآثار السلبية للأزمة الاقتصادية العالمية عن المواطن وبلغت حوالي ثلث العينة وهي نسبة كبيرة إذا ما قارناها بكم الأخبار والأنفوجراف الذي تم نشره خلال فترة التحليل القصيرة (عشرة أيام) و تكثيف النشر عن إجراءات الحكومة للتخفيف عن المواطن.

• **طبيعة اتجاه الجمهور المصرى نحو الحكومة و القرارات التي اصدرتها في ظل الأزمة الاقتصادية:**

باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، كونت الباحثة مقياسا للاتجاهات نحو الحكومة والقرارات الاقتصادية التي اصدرتها خلال الأزمة الاقتصادية العالمية يتكون من ثماني عبارات، نصفها يعبر عن الإتجاه السلبي المعارض لقرارات الحكومة ، النصف الآخر يعبر عن الإتجاه المؤيد لقرارات الحكومة، و تعكس الدرجة الكلية للمقياس نوع الإتجاه السائد، و يشير التحليل الإحصائي إلي زيادة نسبة المبحوثين ذوى الاتجاه الإيجابي بدرجة طفيفة عن نسبة ذوى الإتجاه السلبي ، وفي نفس الوقت شكل الاتجاه المحايد نسبة واضحة بين المبحوثين، ويمكن أن نوضح ذلك تفصيلا فيما يلي :

– بلغ الاتجاه المحايد أقصاه في استجابات المبحوثين علي عبارتي : " القرارات الاقتصادية الأخيرة هدفها فقط الحصول على تمويل الطوارئ من صندوق النقد "، و " القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة قاسية على المواطن "

– في المقابل ارتفعت نسب تأييد معظم العبارات الإيجابية مثل عبارة : " العالم كله يعاني اقتصاديا من تبعات الأزمة الأوكرانية وليست مصر فقط "، تلاها عبارة " تعمل الحكومة كل ما بوسعها للتخفيف الأعباء عن المواطن خاصة الفقير"، ثم عبارة " الأداء الاقتصادى للحكومة يتم بشكل علمي ومخطط "، و في الترتيب الأقل من حيث نسبة التأييد كان ل عبارة " الحكومة اضطرت لإصدار هذه القرارات الاقتصادية بسبب الأزمة العالمية " .

– و جاء الاتجاه السلبي واضحا في تأييد بعض العبارات السلبية، جاء في مقدمتها عبارة " الإجراءات التي اتخذتها الحكومة لن تحمي المواطن من غلاء الأسعار ولن تعمل على ضبط الأسواق "، تلاها عبارة " المواطن سيعاني من تبعات القرارات الاقتصادية الأخيرة "

و تتسق هذه النتيجة مع ما كشفت عنه الدراسة في السؤال السابق الخاص بدرجة الرضا عن إجراءات الحكومة للتخفيف عن المواطن خلال الأزمة حيث كانت النسبة الأكبر من المبحوثين من نصيب راضي إلي حد ما (60%) و ارتفعت نسبة غير الراضين إلي الثلث تقريبا (30%) و من ثم يتلاقى ذلك مع نوع الإتجاه نحو الحكومة من حيث تقارب نسبتي ذوى الاتجاه الإيجابي مع ذوى الاتجاه السلبي . و هذا يتسق مع نتائج دراسات عديدة سابقة عن الإزمات و أثرها علي الإتجاه نحو أداء الحكومات أجريت في العديد من دول العالم، و تتفق هذه النتيجة مع ما أكدت عليه نتائج دراسة (جلال عارف، 2020)⁽¹⁰³⁾ حيث أشارت إلي ارتفاع التقييم الإيجابي لأداء الحكومة بين حوالي ثلثي العينة .

وفي المقابل تختلف نتيجة الدراسة الحالية بخصوص ارتفاع الاتجاه الإيجابي نحو الحكومة مع ما أشارت إليه دراسة **حنان عبد الوهاب عبد الحميد محمد** (2020)¹⁰⁴ إلى التأثير السلبي للتعرض للأخبار بالمواقع الإلكترونية خلال أزمة جائحة كورونا حيث انخفض مستوى الرضا عن الإجراءات التي اتخذتها الحكومة و سادت حالة مزاجية سلبية بين الجمهور المصري.

كما تختلف هذه النتيجة مع ما خلصت إليه نتائج دراسة (**مها مدحت، 2019**)⁽¹⁰⁵⁾ حيث أثبتت نتائج الدراسة إلي انخفاض تأييد الشباب المصري لأداء الحكومة خلال الأزمات الاقتصادية المصرية على الرغم من حرص الصحف الإلكترونية عينة الدراسة على نشر تغطيات إخبارية صحفية تبرز الجهود الحكومية والتحديات التي تواجهها في سبيل الإصلاح الاقتصادي عبر التركيز علي أسلوب الشرح والتفسير في عرض الأزمات المجتمعية.

• التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتماد الجمهور علي المواقع الإلكترونية خلال الأزمة :

إن التأثيرات التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام تعكس العلاقة بين درجة الاعتماد على هذه الوسائل والتي هنا المواقع الإلكترونية واتجاهات التغيير في المعرفة أو الشعور أو السلوك للأفراد باعتبارها مجالات التأثير على مستوى الفرد، وتنقسم التأثيرات لثلاث أنواع، وقد تم قياس كل نوع من التأثير بمجموعة من العبارات كما هو موضح بالجدول، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (7) متوسطات درجات التأثيرات الناتجة عن متابعة الأخبار الاقتصادية بالمواقع الصحفية الإلكترونية

الترتيب	الأهمية النسبية	انحراف معياري	متوسط	متوسطات درجات التأثيرات الحاصلة لتعرض المبحوثين للأخبار الاقتصادية بالمواقع الصحفية الإلكترونية
1	80.58%	.52453	2.4175	التأثيرات المعرفية
3	71%	.52444	2.1300	التأثيرات الوجدانية
2	71.41%	.61595	2.1425	التأثيرات السلوكية
		.50184	2.2563	متوسط العام الإجمالي

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج؛ من أهمها:

• تبين أن أهم التأثيرات الناتجة عن تعرض المبحوثين للأخبار الاقتصادية بالمواقع الصحفية الإلكترونية، من وجهة نظر المبحوثين تمثلت في (التأثيرات المعرفية) بنسبة (80.58%) في الترتيب الأول، ثم (التأثيرات السلوكية). بنسبة (71.41%)، وأخيراً بفارق ضئيل (التأثيرات الوجدانية) بنسبة (71%).

وبشكل تفصيلي يظهر الجدول التالي نتائج التحليل الإحصائي لإجابات المبحوثين حول التأثيرات المعرفية و الوجدانية و السلوكية الناتجة عن اعتمادهم علي الأخبار المنشورة بالمواقع الإلكترونية عن القرارات الاقتصادية الأخيرة :

جدول رقم (8) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدي رضا المبحوثين نحو أداء الحكومة في ظل الأزمة

الترتيب	الاتجاه	نسبة الأهمية	انحراف معياري	متوسط	أرفض		لا اعرف		موافق		مدى الموافقة	
					%	ك	%	ك	%	ك	التأثيرات	
1	موافق	87.5%	.63275	2.6250	8.2%	33	21.0%	84	70.8%	283	مدى الموافقة التأثيرات	(1)
2	موافق	86%	.61608	2.5800	6.7%	27	28.5%	114	64.8%	259		(2)
9	لا اعرف	69.33%	.77466	2.0800	26.3%	105	39.5%	158	34.2%	137		(3)
8	لا اعرف	70.16%	.75525	2.1050	23.8%	95	42.0%	168	34.2%	137		(4)
12	لا اعرف	63.08%	.73981	1.8925	33.3%	133	44.2%	177	22.5%	90	مدى الموافقة التأثيرات	(5)
10	لا اعرف	66.66%	.78839	2.0000	31.0%	124	38.0%	152	31.0%	124		(6)
4	لا اعرف	74%	.76686	2.2200	20.7%	83	36.5%	146	42.8%	171		(7)
3	موافق	79.75%	.69976	2.3925	12.4%	50	35.8%	143	51.8%	207		(8)
5	لا اعرف	73.33%	.75261	2.2000	20.3%	81	39.5%	158	40.2%	161	مدى الموافقة التأثيرات	(9)
6	لا اعرف	73.16%	.74388	2.1950	19.8%	79	41.0%	164	39.2%	157		(10)
7	لا اعرف	71.91%	.73419	2.1575	20.3	81	43.8	175	36.0	144		(11)
11	لا اعرف	66.41%	.76414	1.9925	29.4%	118	41.8%	167	28.8%	115		(12)
				.50184	2.2563	متوسط العام الإجمالي						

(ن=400)

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

● **التأثيرات المعرفية Cognitive Effects:** والتي تعني الكشف عن الغموض الناتج عن نقص المعلومات أو عدم كفايتها لاستعراض الرؤى المختلفة، وبالتالي يكون لها تأثير في تكوين الاتجاهات وترتيب أولويات الفرد، وهي التأثيرات التي تم قياسها من خلال مجموعة من العبارات تمثلت في: **عبارة (ساعدتني المواقع الالكترونية علي فهم القرارات الاقتصادية الأخيرة بشكل أكبر)** و جاءت هذه العبارة في المرتبة الأولى وذلك بمتوسطٍ حسابي(2.62)، تلاها عبارة **(أطلعت علي وجهات نظر مختلفة بخصوص القرارات الاقتصادية)** وذلك بمتوسطٍ حسابي(2.58)، أما عبارة **(ما تنشره المواقع الالكترونية من أخبار لا يعبر عن الشارع)** فقد جاءت في ترتيب متأخر نسبياً وبمتوسطٍ حسابي(2.10)، ثم تلاها عبارة **(حتى الان لم أفهم السبب الحقيقي لصدور هذه القرارات)** وذلك بمتوسطٍ حسابي(2.08).

● **التأثيرات الوجدانية Affective Effects:** تتعلق هذه التأثيرات بالمشاعر والعواطف، إذ تؤثر الرسائل الإعلامية على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، وهي التأثيرات التي تم قياسها

من خلال مجموعة من العبارات تمثلت في: عبارة (من حق الناس أن تقلق من أداء الحكومة بسبب هذه القرارات). وذلك بمتوسط حسابي (2.39) باتجاه موافق وجاءت في الترتيب الثالث، تلاها في الترتيب الرابع فجاء (ألوم الحكومة علي القرارات لأنها أضرت بالمواطن) وذلك بمتوسط حسابي (2.22)، أما عبارة (أنتقد أداء الحكومة لأنني تأذيت من القرارات الاقتصادية) فجاءت في ترتيب متأخر و بمتوسط حسابي (2.15)، بينما في الترتيب العاشر فجاء (أشعر بالتعاطف مع الحكومة لاصدارها هذه القرارات فهي مضطرة لذلك بسبب الأزمة العالمية) وذلك بمتوسط حسابي (2.00).

● **التأثيرات السلوكية Behavioral Effects:** هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية أو العاطفية، وتحولها لسلوك فعلي في الحياة اليومية واتجاه الآخرين، وهي التأثيرات التي تم قياسها من خلال مجموعة من العبارات تمثلت في: (لو سمحت ظروفى سوف اشترى شهادات بنكية لدعم الاقتصاد والحكومة) وذلك بمتوسط حسابي (2.20)، ثم (سأتحمل القرارات الاقتصادية لمصلحة بلدى) وذلك بمتوسط حسابي (2.19)، يليها (أدافع عن قرارات الحكومة أمام المنتقدين لها .) وذلك بمتوسط حسابي (1.99)، وأخيراً (رصيد الحكومة عندى كبير لم يتأثر بالقرارات الاقتصادية الأخيرة) وذلك بمتوسط حسابي (1.89).

وبشكل عام يتضح من الجدول ارتفاع حدوث التأثيرات المعرفية على عينة الدراسة نتيجة متابعة الأخبار التي تتعلق بالقرارات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية، ثم حدوث تأثيرات سلوكية على الجمهور المصرى عينة الدراسة، وأخيراً وبفارق طفيف جدا حدوث التأثيرات الوجدانية، وربما يعزو ذلك زيادة الاهتمام بالنشر و تقديم تفاصيل كثيرة عبر مواقع الالكترونية و استخدام أنماط حديثة تمثلت في الأنفوجراف الجذاب و الذي تكرر نشره بمواقع عديدة كما أظهرت الدراسة التحليلية لذا زاد التأثير المعرفي، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (دعاء عادل؛ و آخرون، 2020) ¹⁰⁶ مع النتيجة السابقة بأن جهود التوعية خلال أزمة فيروس كورونا (Covid-19) كانت إيجابية، وكانت التأثيرات المعرفية الأعلى، و اتفقت أيضا مع دراسة (ولاء فايز محمد السريتي، 2020) ¹⁰⁷ حيث جاءت التأثيرات المعرفية في مقدمة التأثيرات الناتجة عن متابعة وسائل الإعلام خلال أزمة كورونا أيضا.

و تقدم التأثيرات السلوكية ربما يرجع إلي المزاييا الواضحة التي قدمتها الحكومة فور صدور القرارات و افردت لها أنفوجراف خاص وهو المتعلق بالشهادات البنكية ذات العائد السنوي 18% لمدة عام من بنك مصر و البنك الأهلي المصرى مما يمثل إغراء كبير لقطاع واسع من الجمهور، و الأنفوجراف التالي يوضح ذلك:

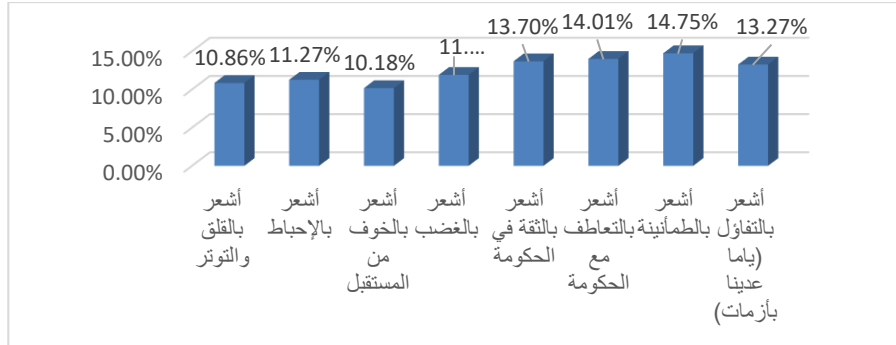


● الحالة المزاجية العامة للمواطنين المصريين كنتيجة للتعرض للأخبار الاقتصادية عن القرارات الحكومية عبر المواقع الالكترونية: انطلقت الدراسة من نظرية إدارة المزاج العام Mood Management Theory، وسعت نحو رصد تأثير تعرض و متابعة المبحوثين للأخبار الاقتصادية عبر المواقع الالكترونية علي الحالة المزاجية العامة للمواطنين، و كونت الباحثة مقياساً لذلك يتكون من ثماني حالات شعورية يجب عنها الجمهور المبحوث بطريقة ليكرت الخماسية لوصف حالتهم المزاجية العامة أو شعورهم العام بعض التعرض للأخبار الاقتصادية عبر المواقع الالكترونية .

مقياس المزاج العام :

تم الاعتماد في قياس حالة المزاج العام للجمهور المصري كنتيجة لمتابعة الأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الالكترونية عن القرارات الاقتصادية علي مقياس إيسباك وبار و Elsbach & Barr، 1999، الذي يتكون من ثماني حالات شعورية يجب عنها الجمهور المبحوث بطريقة ليكرت الخماسية لتحديد وتصنيف حالتهم المزاجية العامة أو شعورهم العام، ويتم وضع رقم أو علامة تشير إلى درجة الموافقة أو المعارضة التي تصف المزاج العام وتتمثل في : أشعر بالانبساط ، أشعر بالسعادة، أشعر بالابتهاج والفرح، أشعر براحة البال والرضا، أشعر بالسخط والحق، أشعر بالانزعاج والتوتر، أشعر بالغضب، أشعر بالإحباط واليأس.

وقامت الباحثة بإجراء بعض التعديلات عليه ليتناسب مع طبيعة القضية محل الدراسة، و تم عرض سؤال على المبحوثين من عينة الجمهور المصري هو: عندما تقرأ أخبار أو موضوعات عن القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة، ما درجة شعورك بالمشاعر والأحاسيس التالية، و الشكل التالي يوضح الحالات الشعورية للمبحوثين ونسبة تأييدهم لكل حالة :



شكل رقم (8) توزيع عينة الدراسة طبقاً لدرجة تعبير عن شعور المبحوثين كنتيجة لمتابعة الأخبار الاقتصادية عن الوضع الحالي

- بتحليل بيانات الشكل يتضح لنا أن ارتفاع الحالة المزاجية الإيجابية للمبحوثين مقارنة بالحالة المزاجية السلبية كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول جميع عبارات الحالة المزاجية للمبحوثين نحو متابعتهم الأخبار الاقتصادية عن الوضع الحالي حيث أن مستوى الدلالة أقل من 5% وهي دالة، وهذا يدل على أن الحالة المزاجية للمبحوثين كنتيجة لمتابعتهم الأخبار الاقتصادية عن الوضع الحالي كانت لصالح الحالة المزاجية الإيجابية حيث زاد تأييد العبارات المعبرة عن الحالات الشعورية الإيجابية حيث جاءت عبارة " أشعر بالطمأنينة " في الترتيب الأول كأهم شعور لدي المبحوثين بوزن مرجح (1546) نقطة بنسبة (14.75%)، ويليه عبارة "أشعر بالتعاطف مع الحكومة" بوزن مرجح (1468) نقطة بنسبة (14.01%)، ثم في الترتيب الثالث جاءت عبارة "أشعر بالثقة في الحكومة" بوزن مرجح (1436) نقطة بنسبة (13.70%)، يليها "أشعر بالتفاؤل (ياما عدينا بأزمات)" بوزن مرجح (1391) نقطة بنسبة (13.27%)،

- وفي المقابل، فإن العبارات المعبرة عن الشعور السلبي جاءت في ترتيب متأخر وبأوزان أقل، فجاءت عبارة "أشعر بالغضب" في الترتيب الخامس وبوزن مرجح (1248) نقطة بنسبة (11.91%) تلاها عبارة "أشعر بالإحباط" بوزن مرجح (1181) نقطة بنسبة (11.27%)، يليها " أشعر بالقلق والتوتر" بوزن مرجح (1138) نقطة بنسبة (10.86%)، أخيراً شعور " أشعر بالخوف من المستقبل " بوزن مرجح (1067) نقطة بنسبة (10.18%).

تتفق هذه النتيجة مع دراسة (محمود محمد عبد الحليم، 2017)¹⁰⁸ التي أشارت إلى ارتفاع مستويات الرضا بين الشباب المصري و زاد شعورهم بأن " الأحوال أصبحت أفضل مما كانت عليه " كنتيجة للتعرض للمضامين الإعلامية عن المشروعات القومية خاصة في القنوات الفضائية، لكنها اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (هيثم جودة مؤيد، ممدوح عبد الله، 2015)¹⁰⁹ حيث توصلت الدراسة إلى ارتفاع معدل المزاج السلبي بين المبحوثين بالبلدين كنتيجة لتعرضهم للأخبار الاقتصادية المتعلقة بالدول العربية في نفس الوقت انخفضت معدلات الرضا و زاد القلق بشكل عام بين المبحوثين، كما تختلف نتيجة الدراسة الحالية مع

نتائج دراسة الـ (أحمد محمد عبد الوهاب، 2020)¹¹⁰ التي أشارت لارتفاع الشعور باليأس و السخط بين عينة الدراسة كنتيجة للتعرض للاخبار الاقتصادية حول الإصلاح الاقتصادي.

(2) : نتائج اختبار صحة فروض الدراسة :

الفرض الأول : توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية (كمتغير مستقل) وبين كل من المتغيرات التالية (كمتغير تابع):

- مستوى الاهتمام بمتابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة .
- طبيعة المزاج العام للجمهور .
- طبيعة الاتجاه نحو الحكومة.

قامت الباحثة بالتحقق من هذا الفرض من خلال حساب معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية عمومًا، وبين مستوى الاهتمام بمتابعة القرارات الاقتصادية الأخيرة وطبيعة المزاج العام للجمهور وطبيعة الاتجاه نحو الحكومة، و يوضح الجدول التالي مصفوفة الارتباط ومستوى معنوية.

جدول (9) معامل ارتباط بيرسون بين درجة مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية عمومًا، وبين طبيعة المزاج العام للجمهور وطبيعة الاتجاه نحو الحكومة

المتغيرات	مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية عمومًا	مستوى الاهتمام بمتابعة القرارات الاقتصادية الأخيرة	طبيعة المزاج العام للجمهور	طبيعة الاتجاه نحو الحكومة
مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية عمومًا	1	.484** (.000)*	.005 (.913)	.225** (.000)*
مستوى الاهتمام بمتابعة القرارات الاقتصادية الأخيرة		1	.023 (.651)*	.191** (.000)*
طبيعة المزاج العام للجمهور			1	0.25 (.617)
طبيعة الاتجاه نحو الحكومة				1

* تدل على معنوية معامل الارتباط عند مستوي معنوية 0.05.

من خلال الجدول السابق نستنتج ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا، وطرديية أي موجبة بين مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية عمومًا، وبين مستوى الاهتمام بمتابعة القرارات الاقتصادية الأخيرة : حيث أن مستوى المعنوية أقل من 5%، و يعني ذلك أنه كلما زاد درجة الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية عمومًا لدى المبحوثين، زاد الاهتمام بمتابعة القرارات الاقتصادية و الاخبار المتعلقة بها .

- وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا، وطرديية بين مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية عمومًا لدى المبحوثين، وبين طبيعة الاتجاه السائد لديهم نحو الحكومة خلال فترة إصدارها للقرارات الاقتصادية : حيث أن مستوى المعنوية أقل من 5%، و يعني ذلك أنه كلما زاد درجة الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية عمومًا لدى المبحوثين، زاد الاتجاه الإيجابي نحو الحكومة و أدائها خلال فترة الدراسة .

- عدم وجود علاقة ارتباط بين مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية عمومًا، وبين **طبيعة المزاج العام للجمهور**، حيث أن مستوى المعنوية أقل من 5% وهذا يدل على عدم وجود علاقة ارتباط بين مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية عمومًا، وبين مستوى **طبيعة المزاج العام للجمهور**.

مما سبق نستخلص ثبوت صحة **الفرض القائل**: " توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية، و بين مستوى الاهتمام بمتابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة بالمواقع الإلكترونية " .

مما سبق نستخلص ثبوت صحة **الفرض القائل**: " توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية، و بين طبيعة اتجاه الجمهور نحو الحكومة المصرية " .

مما سبق نستخلص عدم ثبوت صحة **الفرض القائل**: " توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية، و بين طبيعة المزاج العام للجمهور " .

الفرض الثاني : توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الرضا عن إجراءات الحكومة لتخفيف اثار الأزمة (كمتغير مستقل) وبين كل من المتغيرات التالية :

- طبيعة المزاج العام للجمهور.
- طبيعة الاتجاه نحو الحكومة.

قامت الباحثة بالتحقق من هذا الفرض من خلال حساب معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الرضا عن إجراءات الحكومة لتخفيف اثار الأزمة وبين مستوى الاهتمام وطبيعة المزاج العام للجمهور وطبيعة الاتجاه نحو الحكومة، ويوضح الجدول التالي مصفوفة الارتباط ومستوى معنوية.

جدول (10) معامل ارتباط بيرسون بين درجة مستوى الرضا عن إجراءات الحكومة لتخفيف اثار الأزمة وبين مستوى الاهتمام وطبيعة المزاج العام للجمهور وطبيعة الاتجاه نحو الحكومة

المتغيرات	درجة مستوى الرضا عن إجراءات الحكومة لتخفيف اثار الأزمة	طبيعة المزاج العام للجمهور	طبيعة الاتجاه نحو الحكومة
درجة مستوى الرضا عن إجراءات الحكومة لتخفيف اثار الأزمة	1	.106 (.034)	.401** (.000)*
طبيعة المزاج العام للجمهور		1	.025 (.617)*
طبيعة الاتجاه نحو الحكومة			1

* تدل على معنوية معامل الارتباط عند مستوي معنوية 0.05.

من خلال الجدول السابق نستطيع استنتاج ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية طردية و دالة احصائيا بين مستوى الرضا عن إجراءات الحكومة لتخفيف اثار الأزمة، وبين طبيعة الاتجاه نحو الحكومة، حيث أن مستوى المعنوية أقل من

5% : أي أنه كلما زاد مستوى الرضا لدى المبحوث عن إجراءات الحكومة لتخفيف اثار الأزمة، كلما زاد كان الاتجاه لديه نحو الحكومة يميل إلي الإيجابية، و العكس صحيح .
- عدم وجود علاقة ارتباط بين مستوى الرضا لدى المبحوثين عن إجراءات الحكومة لتخفيف اثار الأزمة وبين طبيعة المزاج العام لدى الجمهور، حيث أن مستوى المعنوية أقل من 5% .

مما سبق نستخلص ثبوت صحة الفرض القائل: "توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الرضا عن إجراءات الحكومة لتخفيف اثار الأزمة، وطبيعة اتجاه الجمهور نحو الحكومة."

مما سبق نستخلص عدم ثبوت صحة الفرض القائل: "توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الرضا عن إجراءات الحكومة لتخفيف اثار الأزمة، وطبيعة المزاج العام للجمهور"

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين درجة متابعة أخبار القرارات الاقتصادية بالمواقع الالكترونية (كمتغير مستقل) وبين التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن التعرض لها(كمتغير تابع).

وقد قامت الباحثة بالتحقق من هذا الفرض من خلال دراسة علاقة الارتباط بين درجة الاعتماد علي متابعة القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة وبين التأثيرات الاعتماد على الأخبار الاقتصادية بالمواقع الصحفية الالكترونية (المعرفية والوجدانية والسلوكية)، ويوضح الجدول التالي معامل ارتباط بيرسون ومستوى معنوية للعلاقة بينهم.

جدول (11) معامل ارتباط بيرسون بين معدل درجة الاعتماد على متابعة القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة وبين التأثيرات الاعتماد على الأخبار الاقتصادية بالمواقع الصحفية الالكترونية (المعرفية والوجدانية والسلوكية)

المتغيرات	الاعتماد على متابعة القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة	التأثيرات المعرفية	التأثيرات الوجدانية	التأثيرات السلوكية
الاعتماد على متابعة القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة	1	.133** (.000)*	.204** (.000)*	.153** (.002)*
التأثيرات المعرفية		1	.233* (.000)*	.199** (.000)*
التأثيرات الوجدانية			1	.389** (.000)*
التأثيرات السلوكية				1

* تدل على معنوية معامل الارتباط عند مستوي معنوية 0.05.

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

توجد علاقة ارتباطية طردية دالة احصائيا بين درجة الاهتمام بمتابعة القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة وبين التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على هذه الأخبار بالمواقع الالكترونية (المعرفية والوجدانية والسلوكية)، حيث أن مستوى المعنوية أقل من 5% : وهو ما يعني أن كلما ارتفعت متابعة عينة الدراسة للأخبار المتعلقة بالقرارات الاقتصادية عبر المواقع

الإلكترونية يدل ذلك على زيادة احتمالية حدوث التأثيرات الاتصالية سواء المعرفية أو الوجدانية أو السلوكية من التعرض لهذه الأخبار.

نستخلص مما سبق ثبوت صحة الفرض الثالث للدراسة و القائل: "توجد علاقة ارتباطية بين درجة متابعة الجمهور لأخبار القرارات الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية، وبين التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن التعرض لها.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين طبيعة المزاج العام للجمهور (كمتغير مستقل)، وبين التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن التعرض للأخبار الاقتصادية بالمواقع الصحفية الإلكترونية (كمتغير تابع)

وقد قامت الباحثة بالتحقق من هذا الفرض من خلال دراسة علاقة الارتباط بين طبيعة المزاج العام للجمهور وبين التأثيرات الاعتماد على الأخبار الاقتصادية بالمواقع الصحفية الإلكترونية (المعرفية والوجدانية والسلوكية)، ويوضح جدول التالي معامل ارتباط بيرسون ومستوى معنوية للعلاقة بينهم.

جدول (12) معامل ارتباط بيرسون بين معدل طبيعة المزاج العام للجمهور وبين التأثيرات الاعتماد على الأخبار الاقتصادية بالمواقع الصحفية الإلكترونية (المعرفية والوجدانية والسلوكية)

المتغيرات	طبيعة المزاج العام للجمهور	التأثيرات المعرفية	التأثيرات الوجدانية	التأثيرات السلوكية
طبيعة المزاج العام للجمهور	1	.127* (.011)	.017 (.740)	.169** (.001)*
التأثيرات المعرفية		1	.195** (.000)*	.199** (.000)*
التأثيرات الوجدانية			1	.395** (.000)*
التأثيرات السلوكية				1

* تدل على معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية 0.05.

تدل بيانات الجدول السابق على:

- توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة و دالة احصائيا بين طبيعة المزاج العام للجمهور، وبين التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد على الأخبار الاقتصادية بالمواقع الصحفية الإلكترونية حيث أن مستوى المعنوية أقل من 5% : فكلما كان المزاج العام السائد لدي المبحوثين إيجابيا، كلما زادت التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد و التعرض للأخبار الاقتصادية أي كانوا أكثر ميلاً لاتخاذ سلوك واضح مثل شراء شهادات بنكية مثلا من تلك التي طرحتها الحكومة أو بالدفاع عن قرارات الحكومة أمام الغير أو بتحمل تبعات هذه القرارات، حيث أن مستوى المعنوية أقل من 5%، في حين لم يثبت وجود علاقة دالة احصائيا علي مستوى التأثيرات المعرفية أو الوجدانية، حيث أن مستوى المعنوية أعلي من 5% .

نستخلص مما سبق ثبوت صحة الفرض الرابع للدراسة و القائل: " توجد علاقة ارتباطية بين طبيعة المزاج العام للجمهور، وبين التأثيرات الناتجة عن التعرض للأخبار الاقتصادية بالمواقع الصحفية الإلكترونية وذلك علي مستوى التأثيرات السلوكية فقط .

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى متابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة بالمواقع الإلكترونية (كمتغير مستقل)، و بين المتغيرات الديمجرافية (النوع – الفئات العمرية - المستوى التعليمي – المستوى الاقتصادي) للمبحوثين (كمتغير تابع).

حسب النوع: لإختبار معنوية الفرق بين متوسط آراء فئتي الدراسة (ذكور، اناث)، تم استخدام اختبار Independent T- test لقياس الفروق بين فئتي الدراسة حول درجة الاعتماد علي متابعة القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة، و تبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي الدراسة (ذكور، اناث) حول مستوى الاهتمام متابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة حيث أن مستوى الدلالة أكبر من 5% وهي غير دالة وهذا يدل على عدم وجود فروق معنوية بين الذكور والاناث من حيث درجة متابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة بالمواقع الإلكترونية .

حسب العمر: ولإختبار معنوية الفرق بين متوسط فئات العمر تم استخدام اختبار التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) لقياس الفروق بين فئات العمر من حيث درجة متابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة بالمواقع الإلكترونية . و تبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية من حيث درجة متابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة بالمواقع الإلكترونية .، حيث أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05

حسب المستوى التعليمي: ولإختبار معنوية الفرق بين متوسط المستويات التعليمية تم استخدام اختبار التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) لقياس الفروق بين المستويات التعليمية من حيث درجة متابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة بالمواقع الإلكترونية . و تبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات التعليمية من حيث درجة متابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة بالمواقع الإلكترونية، حيث أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05 .

حسب المستوى الاقتصادي: ولإختبار معنوية الفرق بين متوسط المستويات الاقتصادية تم استخدام اختبار التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) لقياس الفروق بين المستويات الاقتصادية من حيث درجة متابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة بالمواقع الإلكترونية . و تبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاقتصادية من حيث درجة متابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة بالمواقع الإلكترونية، حيث أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05 .

و بالتالي نستخلص مما سبق رفض الفرض الخامس للدراسة القائل " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى متابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة بالمواقع الإلكترونية (كمتغير مستقل)، و بين المتغيرات الديمجرافية (النوع – الفئات العمرية - المستوى التعليمي) للمبحوثين (كمتغير تابع).

مما يعني أن كل الفئات من المبحوثين اهتموا بمتابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة عبر المواقع الإلكترونية وذلك لأهمية القضية التي جذبت الجميع لمتابعتها وارتباطها بحياة المواطن المصري بغض النظر عن نوعه، عمره، مستواه التعليمي، أو مستواه الاقتصادي .

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الحالة المزاجية العامة للجمهور المصري (كمتغير مستقل)، و بين النوع و المستوى الاقتصادي للمبحوثين (كمتمغير تابع).

حسب النوع : لإختبار معنوية الفرق بين متوسط آراء فئتي الدراسة (ذكور، اناث)، تم استخدام اختبار Independent T- test لقياس الفروق بين فئتي الدراسة حول طبيعة المزاج العام للجمهور، يعرض جدول التالي نتائج هذا الاختبار.

جدول (13) اختبارات للمقارنة بين فئتي الدراسة (ذكور، اناث) حول طبيعة المزاج العام للجمهور

Sig.	T test	اناث		ذكور		البعد
		الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	
*.001	2.948	1.14224	3.1525	1.11158	3.0650	حالة المزاجية الايجابية
*.004	1.070	1.04315	2.4099	.95483	2.2740	حالة المزاجية السلبية

* تدل على معنوية معامل T-TEST عند مستوي معنوية 0.05.

تشير بيانات الجدول السابق إلى : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي الدراسة (ذكور، اناث) حول د طبيعة المزاج العام للجمهور حيث أن مستوى الدلالة أقل من 5% وهي دالة وهذا يدل على وجود فروق معنوية بين الذكور والاناث لصالح الاناث من حيث الحالة المزاجية السائدة لديهن حيث تزداد المشاعر الإيجابية و الشعور بالطمأنينة و الثقة في أداء الحكومة بين الأناث مقارنة بالذكور.

حسب المستوي الاقتصادي : ولإختبار معنوية الفرق بين متوسط فئات المستوي الاقتصادي تم استخدام اختبار التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) لقياس الفروق بين فئات المستوي الاقتصادي حول طبيعة المزاج العام للجمهور ويعرض جدول التالي نتائج هذا الاختبار.

جدول (14) يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف بين فئات المستوي الاقتصادي حول طبيعة المزاج العام للجمهور

Sig.	قيمة F	فئات المستوي الاقتصادي		البعد
		الانحراف المعياري	المتوسط	
*.001	.449	1.26987	3.0812	منخفض
		1.10782	3.0851	متوسط
		.97245	3.2500	مرتفع
*.003	.273	.93825	2.2606	منخفض
		.99756	2.3514	متوسط
		1.08305	2.3983	مرتفع

* تدل على معنوية معامل F عند مستوي معنوية 0.05.

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئات المستوي الاقتصادي بالنسبة لطبيعة المزاج العام للجمهور، حيث أن مستوي المعنوية أكبر من 0.05 ونستخلص من هذا أن هناك أختلاف بين الفئات المستوي الاقتصادي من حيث طبيعة المزاج العام للجمهور لصالح المستوي المرتفع فهؤلاء لديهم مشاعر مزاجية إيجابية أكثر مقارنة بالفئات الأقل في المستوي الاقتصادي .

و بالتالي نستخلص مما سبق ثبوت صحة الفرض السادس للدراسة القائل " توجد فروق ذات دلالة الإحصائية بين الحالة المزاجية العامة للجمهور المصري، و بين النوع و المستوي الاقتصادي لهم .

خاتمة الدراسة :

فيما يلي نستعرض أبرز النتائج التي كشفت عنها الدراسة الحالية بشقيها التحليلي و الميداني، مع الربط بالنظريتين المستخدمتين في الدراسة :

- اهتمت كافة المواقع الالكترونية بنشر أخبار و تقارير إخبارية تتناول القرارات الاقتصادية للحكومة و إن اختلفت في كثافة النشر، وتصدر موقع المصري اليوم المواقع الالكترونية، تلاه و بفارق واضح بوابة الأهرام، تلاهما و بفارق نسبي واضح بوابة الأخبار، ثم موقعي الشروق و اليوم السابع، وجاءت بوابة الوفد في مرتبة متأخرة جدا .
- تنوعت القضايا الفرعية المتضمنة في الأخبار حول القرارات الاقتصادية، و برزت القضايا المرتبطة بالبعد الاجتماعي للقضية و تمثلت في "حزمة مالية جديدة للحماية الاجتماعية وتحسين الأجور مع مرتب أبريل وذلك من خلال زيادة نسبة العلاوة، وزيادة الحافز الإضافي" كأبرز في اجمالي المواد المحللة، تلاها " قرار رئيس مجلس الوزراء بتحديد السعر الجديد لأسعار الخبز الحر والفينو. وإلزام منافذ البيع بالإعلان عن أسعار الخبز في أماكن ظاهرة للمستهلكين"، و برز أيضا في الأخبار الاشارات الدولية بالقرارات الاقتصادية التي اتخذتها الحكومة، و كانت القضايا المرتبطة بأداء البورصة المصرية الأقل ظهورا .
- اتجاه معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الالكترونية للقرارات الاقتصادية كان الاتجاه الإيجابي المؤيد لقرارات الحكومة و توجهاتها هو السائد .
- برز الإطار الاقتصادي تلاه الاجتماعي كأكثر الأطر الخبرية البارزة في الأخبار محل التحليل .
- برز استخدام الأنفوجراف في الأخبار الاقتصادية محل التحليل بمختلف المواقع الالكترونية، و مالت معظم المواقع إلي استخدام أنفوجراف جاهز اعده المركز الاعلامي التابع لمجلس الوزراء .
- بالنسبة لطبيعة الاستمالات المستخدمة في الأخبار محل الدراسة سيطرت الاستمالات العقلية و تفوقت علي العاطفية في الأخبار حيث تم استخدام أرقام وإحصائيات بكثرة في كافة الاخبار .

• بالنسبة لطبيعة المصادر التي تم الاعتماد عليها في الأخبار محل التحليل اعتمدت الاخبار علي المصادر الرسمية المتمثلة في رئاسة مجلس الوزراء والوزارات المعنية بالأزمة مثل : وزارة المالية والتموين والتضامن الاجتماعي والزراعة وزارة التجارة والصناعة وغيرها .

• بالنسبة للقوى الفاعلة البارزة في الاخبار محل التحليل : جاءت شخصية رئيس الوزراء كأكثر القوى الفاعلة بروزا، مع التأكيد علي أن كافة الإجراءات و القرارات المتخذة بناءً على توجيهات السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي.

• ارتفعت معدلات الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية بشكل عام، و متابعة الاخبار التي تناولت القرارات الاقتصادية للحكومة بالمواقع الالكترونية لاسيما بدرجة متوسطة إلي مرتفعة، و أشار المبحوثون إلي جملة من الأسباب تدفعهم للاهتمام بمتابعة الأخبار الاقتصادية بمختلف وسائل الإعلام، تمثلت في : "لأنني قلق من المستقبل و الاقتصاد يؤثر عليه بشكل كبير"، " رغبتني في متابعة القرارات الاقتصادية التي اصدرتها الحكومة مؤخرا في ظل الأزمة العالمية " و "لأنني مهتم بالأوضاع الاقتصادية في البلد بشكل عام".

• تنوعت المصادر التي اعتمد عليها المبحوثون في متابعة أخبار القرارات الاقتصادية مابين وسائل إعلام تقليدية، ووسائل تفاعلية، و منصات إجتماعية، وجاء التلفزيون علي رأس المصادر، يليه منصة "الفيستوك"، و في الترتيب الرابع جاءت المواقع الالكترونية و بشكل خاص موقع اليوم السابع و بوابة الأهرام و المصرى اليوم.

• زيادة التعرض للمواقع الالكترونية أثناء الأزمة الاقتصادية حيث أشارت نسبة كبيرة (75%) إلي أن الأزمة الاقتصادية العالمية و صدور القارات الاقتصادية أثرت إيجابيا علي معد استخدامهم للمواقع الالكترونية لمتابعة الأخبار و التطورات أ و يتفق ذلك مع ما خلصت إليه الدراسة التحليلية من كثافة نشر الأخبار و التقارير الإخبارية بشكل يومي و فور صدور القرارات بكافة المواقع الالكترونية العشرة محل الدراسة . و يمكن تفسير هذه النتيجة، و النتيجة السابقة لها في ضوء افتراضات نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام و التي تنص علي " يزيد الاعتماد على الوسيلة التي تقدم معلومات مهمة للفرد، و تلك التي تلبي لديه حاجات أكثر"، كذلك ينص الافتراض الثاني للنظرية أن " تتأثر درجة الاعتماد علي وسائل الاعلام بدرجة الاستقرار أو التغير الاجتماعي السائد، ففي حالات الصراع والأزمات يزداد اعتماد الأفراد علي وسائل الإعلام من أجل إعادة تقييم مواقفهم واتخاذ قرارات جديدة، (111) بينما يقل الاعتماد في حالات الاستقرار الاجتماعي.(112) ففي الدراسة الحالية نجد أن المجتمع يمر بالعديد من الأحداث والظروف الحرجة نتيجة لأحداث عالمية كبرى تتمثل في الأزمة الروسية الأوكرانية و تداعياتها علي اقتصاديات مصر و العالم أجمع ومن ثم زاد الاعتماد علي وسائل الاعلام كمصدر للمعلومات .

• أحتل قرار الحكومة بتحديد سعر الخبز غير المدعوم في المرتبة الأولى لاهتمامات المبحوثين بمتابعة أخبارها عبر المواقع الالكترونية، تلاها الأخبار عن (قرار الحكومة بخفض سعر الجنيه بنسبة 16%) و تتفق هذه النتيجة مع ما اظهرته الدراسة التحليلية حيث جاءت الاخبار المتعلقة بقرار رئيس مجلس الوزراء بتحديد السعر الجديد لأسعار الخبز الحر

والفينو، وألزام القرار منافذ البيع بالإعلان عن أسعار الخبز في أماكن ظاهرة للمستهلكين بنسبة (48.33%) من عينة المواد المحللة

• **تنوعت أشكال وأنماط تفاعل المبحوثين مع الأخبار التي تناولت القرارات الاقتصادية و المنشورة عبر المواقع الالكترونية و جاء تسجيل الاعجاب، و كتابة تعليق كأكثر الأنماط استخداما**

• **يمكن القول أن المبحوثين يثقون في الأخبار المنشورة عبر المواقع الالكترونية حول القارات الاقتصادية للحكومة، و إن تراوحت درجة الثقة ما بين متوسطة و مرتفعة بنسبة 75% من اجمالي المبحوثين وهي نسبة مرتفعة .**

• **إلى أي مدى بلغت نسبة الرضا و التأييد لإجراءات عديدة اتخذتها الحكومة و اعلنت عنها للتخفيف عن الآثار الاقتصادية السلبية لازمة العالمية؟، بلغت نسبة الرضا المتوسط من المبحوثين عن اجراءات الحكومة للتخفيف عن آثار الأزمة الاقتصادية علي المواطن حوالي ثلثي العينة (60.3%) من إجمالي العينة، بينما انخفضت درجة الرضا المرتفع، و عبر حوالي (30%) عن عدم رضاهم عن اجراءات الدولة لتلافي الآثار السلبية للازمة الاقتصادية العالمية عن المواطن وهي نسبة كبيرة إذا ما قارناها بنتائج الدراسة التحليلية من كثافة النشر و كم الأخبار و الأنفوجراف الذي تم نشره خلال فترة التحليل القصيرة (عشرة أيام) و تكثيف نشر عن إجراءات الحكومة للتخفيف عن المواطن .**

• **طبيعة اتجاه الجمهور المصري _ عينة الدراسة _ نحو الحكومة و القرارات التي صدرتها في ظل الأزمة الاقتصادية كنتيجة لمتابعتهم للأخبار المنشورة بالمواقع الالكترونية : اشارت النتائج إلي تقارب كبير بين نسبي ذوى الاتجاه الإيجابي و ذوى الاتجاه السلبي مع زيادة طفيفة بالاتجاه الإيجابي اتساقا مع النتيجة السابقة حول معدلات الرضا عن إجراءات الحكومة للتخفيف عن تداعيات الأزمة ، وفي نفس الوقت شكل الاتجاه المحايد نسبة واضحة من بين المبحوثين، و بشكل تفصيلي : ارتفعت نسب تأييد معظم العبارات الإيجابية في المقياس مثل عبارة : " العالم كله يعاني اقتصاديا من تبعات الأزمة الأوكرانية وليست مصر فقط "، تلاها عبارة " تعمل الحكومة كل ما بوسعها للتخفيف الأعباء عن المواطن خاصة الفقير"، ثم عبارة " الأداء الاقتصادى للحكومة يتم بشكل علمي ومخطط"، و جاء الاتجاه السلبي واضحا في تأييد بعض العبارات السلبية، جاء في مقدمتها عبارة " الاجراءات التي اتخذتها الحكومة لن تحمي المواطن من غلاء الأسعار ولن تعمل على ضبط الأسواق"، تلاها عبارة " المواطن سيعاني من تبعات القرارات الاقتصادية الأخيرة ".**

• **بالنسبة لطبيعة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الجمهور المصري _ عينة الدراسة _ علي الأخبار المنشورة بالمواقع الإلكترونية خلال الأزمة و لمتابعة القرارات الاقتصادية تبين أن أهم التأثيرات الناتجة عن المتابعة هي (التأثيرات المعرفية)، ثم (التأثيرات السلوكية)، ثم بفارق ضئيل (التأثيرات الوجدانية)، حيث : قال المبحوثون عن التأثيرات المعرفية : " ساعدتني المواقع الالكترونية أفهم القرارات الاقتصادية الأخيرة بشكل أكبر"، كما " أطلعت علي وجهات نظر مختلفة بخصوص القرارات الاقتصادية"، و بالنسبة للتأثيرات السلوكية أشاروا إلي : " لو سمحت ظروف**

سوف اشترى شهادات بنكية لدعم الاقتصاد و الحكومة "، و " سأتحمل القرارات الاقتصادية لمصلحة بلدى "، و برزت التأثيرات الوجدانية في عبارات: " من حق الناس أن تقلق من أداء الحكومة بسبب هذه القرارات."، و " أوم الحكومة علي القرارات لأنها أضرت بالمواطن اقتصاديا " و هي تأثيرات وجدانية سلبية . وتفسر الباحثة هذه النتيجة في ضوء نتائج الدراسة التحليلية حيث زيادة الاهتمام بالنشر و تقديم تفاصيل كثيرة عبر مواقع الالكترونية و استخدام أنماط حديثة تمثلت في الأنفوجراف الجذاب و الذي تكرر نشره بمواقع عديدة لذا زاد التأثير المعرفي و السلوكي بشكل أكبر . و يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء افتراضات نظرية الاعتماد التي تنطلق منها الدراسة حيث " تتنوع تأثيرات اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام مابين معرفية، ووجدانية و سلوكية و قد ثبت ذلك فعلا في الدراسة .

• **الحالة المزاجية العامة للمواطنين المصريين كنتيجة للتعرض للأخبار الاقتصادية عن القرارات الحكومية عبر المواقع الالكترونية** اشارت النتائج إلى ارتفاع الحالة المزاجية الإيجابية للمبحوثين مقارنة بالحالة المزاجية السلبية و ظهر ذلك واضحا في ارتفاع استجابات التأييد للعبارات الأربعة التي تعكس مشاعر إيجابية مقارنة بتلك التي تعكس مشاعر سلبية مثل : " أشعر بالطمأنينة " ، و " أشعر بالتعاطف مع الحكومة" ، و "أشعر بالثقة في الحكومة"، و "أشعر بالتفاؤل (ياما عدينا بأزمات)". و برز المزاج الإيجابي بين الأناث أكثر من الذكور، و بين ذوى المستوى الاقتصادي المرتفع مقارنة بالمستويات الأقل، في المقابل انخفضت نسب استجابات تأييد العبارات التي تعكس مشاعر سلبية مثل : "أشعر بالغضب" ، "أشعر بالإحباط" ، "أشعر بالقلق والتوتر" و " أشعر بالخوف من المستقبل " . و يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية إدارة المزاج العام حيث ينص الافتراض الأساسي للنظرية علي فكرة أساسية مؤداها " أن الأفراد يختارون و ينتقون المحتوى الإعلامي الذي يعتقدون أنه يحسن و يعزز حالتهم المزاجية بشكل عام، مثل الانتقال من الملل و التوتر إلي الشعور بالسعادة و الفرح و الارتياح، و من ثم فهم يستخدمون مختلف وسائل الإعلام للتخلص من الحالة المزاجية السلبية و الوصول لحالة مزاجية إيجابية" و ارتبطت المشاعر الإيجابية هنا باستخدام الجمهور للمواقع الالكترونية .

وهكذا تكون الباحثة قد اجابت علي كل تساؤلات الدراسة، و وظفت الافتراضات الأساسية للنظريتين المستخدمتين بالدراسة كأطار نظرى لها لتفسير ما كشفت عنه الدراسات التحليلية و الميدانية، و في الجزء التالي سوف نلخص نتائج اختبار صحة فروض الدراسة :

- **أشار التحليل الاحصائي إلى ثبوت صحة العلاقات التالية :**
- " توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا و طردية بين مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية، و بين مستوى الاهتمام بمتابعة أخبار القرارات الاقتصادية الأخيرة بالمواقع الإلكترونية " .
- " توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا و طردية بين مستوى الاهتمام بمتابعة الاخبار الاقتصادية، و بين طبيعة اتجاه الجمهور نحو الحكومة المصرية " .

- " توجد علاقة ارتباطيه طردية و دالة احصائيا بين مستوى الرضا عن إجراءات الحكومة لتخفيف اثار الأزمة، وبين طبيعة الاتجاه نحو الحكومة"
- " توجد علاقة ارتباطية طردية دالة احصائيا بين درجة الاهتمام بمتابعة القرارات الاقتصادية الأخيرة للحكومة، وبين التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على هذه الأخبار بالمواقع الالكترونية (المعرفية والوجدانية والسلوكية)."
- " توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة و دالة احصائيا بين طبيعة المزاج العام للجمهور، وبين التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد على الأخبار الاقتصادية بالمواقع الصحفية الالكترونية"
- " توجد فروق ذات دلالة الإحصائية بين الحالة المزاجية العامة للجمهور المصري، و بين النوع و المستوى الاقتصادي للمبحوثين "

مراجع الدراسة

- 1 البنك المركزي المصري، المجلة الاقتصادية، ديسمبر 2019، ص ص 26-31
- 2 شريف درويش اللبان، "التغير السريع: الصحافة وإدارة المزاج العام للمصريين نحو تيارات الاسلام السياسي"، المركز العربي للدراسات والبحوث، 18 أغسطس 2014 :
- 3 نورهان فتحي عباس، " الأطر الإخبارية لتناول المواقع العالمية للشأن الاقتصادي المصري ، و اتجاهات النخبة حولها : قضية تعويم الجنيه نموذجا – دراسة تحليلية و ميدانية " ،رسالة دكتوراة غير منشورة ،(جامعة عين شمس ، كلية الآداب ، قسم علوم الاتصال و الإعلام ، 2022)
- 4 DoudakiVaia, Boubouka Angelik, Tzalavras Christos," Framing The Cypriot Economic Crisis: In The Service of The Neoliberal Version" Journalism, Sage Publication, Vol.(20), no.(2), 2019.
- 5 Johannes Kaiser, Katharina Kleinen-von KönigsLöw (2019)"Partisan journalism and the issue framing of the Euro crisis: Comparing political parallelism of German and Spanish online news", Journalism, Vol. 20, No 2, pp331-348.
- 6 (محمد خليل مختار الدعدي،"المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في المواقع الالكترونية المصرية وعلاقتها بنمط الملكية"، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة المنصورة، 2018.
- 7، زيزيت إبراهيم أحمد،"أطر المعالجة الإعلامية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، 2017
- 8 هبة فهمي العطار، " دور تكتيكات المعلومات في تأطير وأدلجة الخطاب الصحفى أثناء الأزمات الاقتصادية، دراسة تحليلية ميدانية بالتطبيق على أزمة تعويم الجنيه المصري "، للمجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد (61)، ديسمبر 2017.
- 9 (إلهام يونس أحمد، "اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة المواقع الإخبارية للأوضاع الاقتصادية المصرية، دراسة ميدانية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد (18)، 2017.
- 10 (دعاء عادل محمود،"أطر تقديم القضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة في المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 11 عدلات عبد المعطى الشيخ . (2015) "دور الصحف الالكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (غزة: جامعة الإسلامية، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام).
- 12 Rebert G.Picard, Meera Selva and Diego Bironzo (2014) "Media coverage of Banking and Financial news". Reuters Institute for the study of Journalism. Report. April. pp 1-40. available at: <https://www. Media coverage of Banking and Financial news.pdf>. visit in 1/2/2017
- 13 Igor Vobic, Aleksander Brlek, Boris Mance and Jernej Prodnik (2014) "Changing Faces of Slovenia: Political, Socio-Economic, and News Media Aspects of the Crisis", Javnost – The public, European Institute for Communication and Culture, Vol. 21, No 4, pp 77-98.

- 14 **صديق صادق الزين** . (2013) "اتجاهات الشكل والمضمون في الصحافة الاقتصادية المعاصرة: دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة الاقتصادية العربية والصحافة الاقتصادية الأجنبية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الاتصال- قسم الصحافة والنشر).
- 15 **أميمة مجدى محمد**. (2012) "أطر معالجة قضايا الاقتصاد المصرى فى الصحافة المحلية والدولية: دراسة مقارنة فى الفترة من يوليو 2004 حتى يوليو 2007"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام- قسم الصحافة).
- 16 **محمد شحدة على الحروب** . (2012) " معالجة الصحافة السعودية للشأن الاقتصادى: دراسة تحليل المضمون" رسالة ماجستير غير منشورة، (المملكة العربية السعودية: جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام).
- 17 **الشيما مصطفي محمد** ، " استخدام المراهقين للإنترنت و علاقته باتجاهاتهم نحو القضايا الاقتصادية "، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس : كلية الدراسات العليا للطفولة ، 2021)
- 18 **رالا أحمد محمد عبد الوهاب** ، " أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية و دورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصرى نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادى " ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد 55، ج 6، أكتوبر 2020
- 19 **جلال عارف** ، " معالجة الصحف الإلكترونية للموضوعات الاقتصادية و علاقتها باتجاهات المراهقين نحوها" ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس : كلية الدراسات العليا للطفولة ، 2020)
- 20 **مها مدحت أحمد** ، "المعالجة الإعلامية للأزمات الاقتصادية فى الصحف الإلكترونية وانعكاسها على اتجاهات الشباب المصرى نحو الأداء الاقتصادى للحكومة"، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عين شمس :كلية الآداب، قسم علوم الاتصال و الإعلام ، 2019.
- 21 **أحمد قطب** ، **حسام عبد الحي**: " تعرض الشباب الجامعي لتغطية الصحف و المواقع الإلكترونية الإخبارية لقرض صندوق النقد الدولي وعلاقته بالرهاب الاجتماعي و التوجه الحياتي "، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ، عدد 71، 2019 ، ص ص : 223- 274
- 22 **جيلان شرف** ، " اعتماد الشباب علي وسائل التواصل في تشكيل إتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية و الاقتصادية "، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة و التلفزيون ، العدد 16، خريف 2018، ص ص 61-101
- 23 **رامى جمال محمد** . (2017) "معالجة الصحف المصرية للقضايا الاقتصادية بعد 30 يونيو 2013 وعلاقتها باتجاهات الجمهور"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الإعلام- قسم الصحافة والنشر).
- 24 **محسن جلوب الكنانى** ، **جهاد كاظم العكيلي**، " التعرض للأخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية و تأثيره علي الحالة المزاجية العامة للجمهور "، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد67، 2019، ص ص 430-405
- 25 **محمود محمد عبد الحليم** ، " اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية و مواقع الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية "، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، العدد 16، 2017، ص ص 429-496
- 26 **أمل حمدين عبد الجليل**، " التعرض للمسلسلات الكوميديية التليفزيونية "الست كوم" وعلاقته بالحالة المزاجية للمشاهدين، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2017
- 27- **Francesca R. Dillman Carpentier, Brown, J. D.; Bertocci, M.; Silk, J. S.; Forbes, E. E., & Dahl, R. E.** (2017). Applying Mood Management Theory to Youth Use of Social Media Sites, *Media Psychology*; 1 (16).

28 Mulligan, M. (2017). Exploring Mood Management in Youth Exposure to Social Media, PhD Thesis, Florida State University: USA.

29 (شريف درويش اللبان، " التغيير السريع: الصحافة وإدارة المزاج العام للمصريين نحو تيارات الاسلام السياسي"، المركز العربي للدراسات والبحوث، 18 أغسطس 2014، متاح على الرابط هيثم جودة مؤيد، ممدوح عبد الله ، " العلاقة بين التعرض للمضامين السياسية بالصحف والقنوات الفضائية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمزاج العام نحو قضايا الوطن العربي : دراسة على الجمهور المصري والسعودي"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، المجلد (14)، يوليو- سبتمبر 2015.

31C. Serrone, (2018). Mood Management Theory and Youth Engagement in Social Media: The Importance of User-Experience in Assessing Social Media Effects On The Perception of Current Economic Issues Among Youth, MA Thesis, San Jose State University

32 B.K.Johnson& Knobloch-Westerwick, S. (2018). Social Networking Sites Effects On Youth Understanding Of Economic Issues According To Mood Management Theory, Computers in Human Behavior; 4 (1).

33 Dell'Anno, R.; Rayna, T. & Solomon, O. H. (2018). Impact Of Social Media On Economic Statuses Understanding Among Youth– Evidence From Social Media, Applied Economics Letters, Applied Economics; 3 (2).

34 - C.Butosi. (2017). Social Net-working: Exploring the Effect of Online Social Network Engagement of Youth on Perception Development of Current Economic and Political Issues, MA Thesis, Western University: Ontario, Canada.

35J. A. Oyeboade, (2017). Use Of Social Media By Undergraduate Students In University Of Ibadan, Nigeria And Perception For Economic Status, And Pressure, Social Networks; 3 (8).

36 Liew, E. J. Y.; Vaithilingam, S., & Nair, M. (2017). Facebook And SocioEconomic Issues Awareness Among Youth In The Developing World, Behaviour & Information Technology, 33:4.

37 Luo, S.; Morone, F.; Sarraute, S.; Travizano, M., & Makse, H. A. (2017). The Relationship Between Social Networks Usage Among Youth And Their Ability To Infer Current Economic Statue, Nature Communication, 12 (4).

38 Sundararajan, A.; Provost, F., & Oestreicher-Singer, G. (2016). Information in Digital Sphere: Social Networking Sites Relationship to Youth Acquisition of Information About Economic Statuses, Information Systems Research; 3 (11).

39 ، "محسن جلوب الكنانى ، جهاد كاظم العكيلي،" التعرض للأخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية و تأثيره على الحالة المزاجية العامة للجمهور ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد67، 2019، ص 409

40 رجعت الباحثة في هذا الجزء إلي :

S.Knobloch, "Mood management theory: Evidence, and advancements ". In J. Bryant & P. Vorderer (eds.), Psychology of entertainment. 2006,pp. 239–254.

P.Vorderer" Entertainment theory. In J. Bryant, D. RoskosEwoldsen, & J. Cantor (eds.), Communication and emotion: Essays in honor of Dolf Zillmann., 2003, pp. 131–153. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. 15.

D. Zillmann, “ Mood management through communication choices. American Behavioral Scientist., 1988, pp 327–341.

41) Reinecke Leonard, Tamborini Ron Gizzard Matthew, Lewis Robert, Eden Allison, Bowman Nicholas, "Characterizing Mood Management as need Satisfaction: The Effects of Intrinsic Needs on Selective Exposure & Mood Repair", Journal Of Communication, Vol.(62), 2012,P.P. 437-453.

(42) Stephen W.Litteljohn, **Theories of Mass Communication**, (united Kingdom:Wadsworth,2002) p14.

(5) محمد منير حجاب، نظريات الاتصال (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع،2010)، ص 303.

(44) Stephen W.Litteljohn. **Op.Cit.** 2002. p:325

45 شيماء ذو الفقار. **مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية.** القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.2009. ص ص. 89-90

46 : أ.د. هشام عطية : الأستاذ بكلية الاعلام جامعة القاهرة و عميد كلية الاعلام جامعة مصر للعلوم و التكنولوجيا
أ.د. سلوى سليمان الأستاذ بكلية الآداب – جامعة عين شمس.

أ.م.د. ايناس الخريبي ، الاستاذ المساعد بكلية الاعلام جامعة الأهرام الكندية

د.ريهام يحيى أمبابي ، دكتورة في العلاقات العامة و محلل احصائي .

47 <https://www.albawabhnews.com/4547776> (21-3-2022)

48 **رامى جمال محمد .** (2017) "معالجة الصحف المصرية للقضايا الاقتصادية بعد 30 يونيو 2013 وعلاقتها باتجاهات الجمهور"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الإعلام- قسم الصحافة والنشر).

49 <https://gate.ahram.org.eg/News/3449751.aspx> (21-3-2022)

50 <https://www.almasryalyoum.com/news/details/2560446>(28-3-2022)

51 <https://www.elbalad.news/5222119> (30-3-2022)

52 <https://m.akhbarelyom.com/news/newdetails/3709004/1/>-القرارات-تهدف-
E2%80%8E%E2%80%8E%E2%80%8E (21-3-2022)

53 <https://gate.ahram.org.eg/News/3449767.aspx>

54 <https://www.youm7.com/story/2022/3/22/>-و الفينو- السياحي- الخبز- سعر- الفرق- في-
5700385/بعد-قرار-رئيس/ (22-3-2022)

55 <https://www.elwatannews.com/news/details/6004624> (21-3-2022)

56 <https://www.shorouknews.com/news/view.aspx?cdate=21032022&id=54062baa-7081-4d0d-88d0-26cfd5d8ea5b> (21-3-2022)

57 <https://www.dostor.org/3750254>

58 <https://www.almasryalyoum.com/news/details/2555545>

59 <https://www.gomhuriaonline.com/Gomhuria/1008004.html> (21-3-2022)

60 <https://m.akhbarelyom.com/news/NewDetails/3709051/1/>-

%D8%AA%D8%B6%D8%A7%D9%85%D9%86-

%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%A8---

%D8%AD%D8%B2%D9%85%D8%A9-

%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-
%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%83%D9%88%D9%85%D9%8A%D8%A9-
%D9%87%D8%AF%D9%81%D9%87%D8%A7-
%D8%AA%D9%88%D9%81%D9%8A%D8%B1-
%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%8A%D8%A9-
%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9
%D9%8A%D8%A9

61 <https://www.youm7.com/story/2022/3/28/-الوزير-الاقتصادي-الفرنسي-دعم-كامل-لمصر-خلال->
5708469/الأزمة-في-سوق/28-3-2022)

62 <https://www.albawabhnews.com/4547776/> (21-3-2022)

63 (محمد خليل مختار الددع، "المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها بنمط الملكية"، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة المنصورة، 2018.

64 رالا أحمد محمد عبد الوهاب، "أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية و دورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي " ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد 55، ج 6، أكتوبر 2020

65 **Rebert G.Picard, Meera Selva and Diego Bironzo** (2014) "Media coverage of Banking and Financial news". Reuters Institute for the study of Journalism. Report. April. pp 1-40. available at:

[https://www. Media coverage of Banking and Financial news.pdf](https://www.Media%20coverage%20of%20Banking%20and%20Financial%20news.pdf). visit in 1/2/2017

66 **Igor Vobic, Aleksander Brlek, Boris Mance and Jernej Prodnik** (2014) "Changing Faces of Slovenia: Political, Socio-Economic, and News Media Aspects of the Crisis", Javnost – The public, European Institute for Communication and Culture, Vol. 21, No 4, pp 77-98.

67 <https://almalnews.com/> وزيرة-التضامن-توجيهات-بضم-450-ألف-أسرة-إل(21-2-2022)
68 هبة فهمي العطار، " دور تكتيكات المعلومات في تأطير وأدلة الخطاب الصحفي أثناء الأزمات الاقتصادية، دراسة تحليلية ميدانية بالتطبيق على أزمة تعويم الجنيه المصري "، للمجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد (61)، ديسمبر 2017.

69 رالا أحمد محمد عبد الوهاب، "أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية و دورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي " ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد 55، ج 6، أكتوبر 2020

70 <https://gate.ahram.org.eg/News/3456953.aspx>

71 [https://www.youm7.com/story/2022/3/28/%D8%AE%D8%B7%D8%A9-
%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A9-
%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%AC%D9%87%D8%A9-
%D8%AA%D8%AF%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A7%D8%AA-
%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B2%D9%85%D8%A9-
%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%88%D8%B3%D9%8A%D8%A9-
%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%88%D9%83%D8%B1%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9-
%D8%A5%D9%86%D9%81%D9%88%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D9%81/5707944](https://www.youm7.com/story/2022/3/28/%D8%AE%D8%B7%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A9-%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%AC%D9%87%D8%A9-%D8%AA%D8%AF%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B2%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%88%D8%B3%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%88%D9%83%D8%B1%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9-)

72 <https://www.dostor.org/4042062>

73 <https://gate.ahram.org.eg/News/3456953.aspx>

74 <https://www.dostor.org/4042062> (28-3-2022)

75 <https://gate.ahram.org.eg/News/3449547.aspx> (21-3-2022)

76 <https://www.elbalad.news/5222119> (30-3-2022)

77 <https://www.almasryalyoum.com/news/details/2555545>

78 رالا أحمد محمد عبد الوهاب، " أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية و دورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصرى نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادى " ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد 55، ج 6، أكتوبر 2020

79 مها محمد حسين الملاح: مرجع سابق .

80 <https://gate.ahram.org.eg/News/3449364.aspx> (22-3-2022)

81 <https://m.akhbarelyom.com/news/NewDetails/3709051/1/-%D8%AA%D8%B6%D8%A7%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%A8---%D8%AD%D8%B2%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%83%D9%88%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D9%87%D8%AF%D9%81%D9%87%D8%A7-%D8%AA%D9%88%D9%81%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A>

82 <https://gate.ahram.org.eg/News/3449767.aspx>

83 غادة صقر، دور الصحافة المصرية في تشكيل معارف الصفة المصرية نحو قضايا الإصلاح السياسي بعد ثورة 25 يناير 2011 - دراسة تطبيقية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع 37، يناير 2012.

84 <https://alwafd.news/4206327-لميس-الحديدي-الأسعار-تحتاج-لر-قابة-بيد-من-حديد-لمنع-التلاعب-فيديو> (21-3-2022)

85 <https://gate.ahram.org.eg/News/3449547.aspx> (21-3-2022)

86 مها محمد حسين الملاح: (2019) "دور الصحف الإلكترونية المصرية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو انتخابات الرئاسة"، رسالة دكتوراة غير منشورة، (القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب - قسم علوم الاتصال والإعلام).

87J. A. Oyeboade, (2017). Use Of Social Media By Undergraduate Students In University Of Ibadan, Nigeria And Perception For Economic Status, And Pressure, Social Networks; 3 (8).

88 رالا أحمد محمد عبد الوهاب، " أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية و دورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصرى نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادى " ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد 55، ج 6، أكتوبر 2020

89 رالا أحمد محمد عبد الوهاب، " أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية و دورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصرى نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادى " ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد 55، ج 6، أكتوبر 2020

90 <https://www.elaosboa.com/217740/>

- 91 نورهان فتحي عباس، " الأطر الإخبارية لتناول المواقع العالمية للشأن الاقتصادي المصري ، وإتجاهات النخبة حولها : قضية تعويم الجنيه نمودجا – دراسة تحليلية و ميدانية " ،رسالة دكتوراة غير منشورة ،(جامعة عين شمس ، كلية الآداب ، قسم علوم الإتصال و الإعلام ، 2022)
- 92 محسن جلوب الكنانى ، جهاد كاظم العكيلي، " التعرض للأخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية و تأثيره علي الحالة المزاجية العامة للجمهور "، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد67، 2019، ص ص 430-405
- 93 مروى ياسين بسيوني. التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية التلفزيونية وعلاقته بمستوى الروح المعنوية لدى الشباب المصري نحو أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية (كورونا). مجلة العلاقات العامة، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد 29. الجزء الأول. أكتوبر 2020
- 94نجوى إبراهيم سيد إبراهيم، "نشر محتوى الصحف الإلكترونية عبر موقعي التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتز) وعلاقته بنمط المتابعة الإخبارية لدى الشباب الجامعي"، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2015) ص 280.
- 95 الشيماء مصطفى محمد ، " استخدام المراهقين للإنترنت و علاقته بإتجاهاتهم نحو القضايا الاقتصادية "، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة عين شمس : كلية الدراسات العليا للطفولة ، 2021)
- 96 هاجر محمود محمد عمر. استخدام الجمهور المصري للتلفزيون و الفيس بوك للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي. مجلة العلاقات العامة، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد 29. الجزء الثاني. أكتوبر 2020
- 97آمال عبد الوهاب محمود. دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث: دراسة سوسيولوجية في صعيد مصر . رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم الاجتماع، 2019)
- 98 سماح المحمدى " دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة المصرية خلال أزمة جائحة كورونا – دراسة ميدانية " ، مجلة البحوث الاعلامية - جامعة الأزهر – العدد 55- الجزء الخامس – يناير 2021
- 99 محمد سامي صبري، "استخدامات الشباب الجامعي لكل من الصحف المطبوعة والإلكترونية والإشباعات المتحققة منها" رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية بدمياط، قسم الإعلام التربوي، 2009)، ص 305.
- 100 كيرلس عفت نسيم مصري "اتجاهات المراهقين السياسية وعلاقتها باستخداماتهم التفاعلية في الصحف الإلكترونية المصرية:دراسة مسحية"، رسالة ماجستير، غير منشورة، (القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2013) ص 122.
- 101 وفاء محمد إبراهيم الشراوي. استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2020)
- 102 جيلان شرف ، " اعتماد الشباب علي وسائل التواصل في تشكيل إتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية و الاقتصادية "، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة و التلفزيون ، العدد 16، خريف 2018، ص ص 101-61
- 103 جلال عارف ، " معالجة الصحف الإلكترونية للموضوعات الاقتصادية و علاقتها بإتجاهات المراهقين نحوها" ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس : كلية الدراسات العليا للطفولة ، 2020)

- 104 حنان عبد الوهاب عبد الحميد محمد. تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري - دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر. المجلد 55. الجزء الرابع. 2020
- 105 مها مدحت أحمد، "مرجع سابق.
- 106 دعاء عادل، ليلي عبده شيبلي، علياء عادل محمود؛ مروة محمد بكرى. اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر. المجلد 54. الجزء الرابع عن جائحة كورونا، يوليو 2020
- 107 ولاء فايز محمد السريتي. دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر. المجلد 54. الجزء الرابع عن جائحة كورونا، يوليو 2020
- 108 محمود محمد عبد الحليم، " اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية و مواقع الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية "، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 16، 2017، ص 429-496
- 109 هيثم جودة مؤيد، ممدوح عبد الله، " العلاقة بين التعرض للمضامين السياسية بالصحف والقنوات الفضائية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمزاج العام نحو قضايا الوطن العربي : دراسة على الجمهور المصري والسعودي"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، المجلد (14)، يوليو- سبتمبر 2015.
- 110 رالا أحمد محمد عبد الوهاب، " أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية و العالمية و دورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادى " ، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد 55، ج 6، أكتوبر 2020
- 111 محمد منير حجاب، نظريات الاتصال (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010)، ص 303.
- (112) Stephen W. Litteljohn. **Op.Cit.** 2002. p:325