

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د / أحمد سالم - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الخامس والستون - الجزء الثاني - رمضان ١٤٤٤هـ - أبريل ٢٠٢٣ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وأخر بالغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- ٦٧٩ ■ **توظيف ممارسي العلاقات العامة لتطبيقات الإعلام الجديد في إدارة السمعة الإلكترونية - دراسة ميدانية مقارنة على المنظمات العاملة في القطاع الحكومي والخاص بالمملكة العربية السعودية**
أ.م.د/ نهى السيد أحمد ناصر
-
- ٧٤٣ ■ **فاعلية برنامج تعليمي مدمج لتنمية الجوانب المعرفية والمهارية والدافعية للإنجاز لدى طلاب الإعلام التربوي في إنتاج مشروعات التخرج**
أ.م.د/ دعاء فكري عبد الله محمود- أ.م.د/ سكرة على حسن البريدي
-
- ٧٩٧ ■ **معالجة الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية لموضوعات التغيرات المناخية «دراسة تحليلية في ضوء مؤتمر المناخ COP 27»**
أ.م.د/ سحر عبد المنعم محمود الخولي
-
- ٨٧٧ ■ **واقع الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية في مجال تأثير الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية- دراسة تحليلية من المستوى الثاني في الفترة (٢٠١٨-٢٠٢٢)**
أ.م.د/ وليد العشرى إبراهيم علي
-
- ٩٤٧ ■ **دور الصحف الإلكترونية المصرية في التثقيف بالتغذية العلاجية- دراسة حالة لصفحة (صحة وطب) بموقع اليوم السابع**
د/ محمد فرغلي عطا أحمد
-
- ٩٩١ ■ **التماس الجمهور للمعلومات حول تحديات الاقتصاد المصري عبر الصحافة الرقمية وعلاقته بإدراكه لها**
د/ سحر أحمد غريب محمد

- الأطر الإخبارية للحرب الروسية الأوكرانية في الصحافة العربية-
١٠٤١ بالتطبيق على صحيفة الأهرام المصرية والشرق الأوسط السعودية
نموذجاً د/ أنغام مجدي سليمان
-
- سيميولوجية تناول قضايا المرأة المطلقة في الدراما التلفزيونية- دراسة
١١٣٧ حالة: مسلسل فاتن أمل حربي
د/ هاجر شعبان سعداوي
-
- استخدامات الأسرة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها
١١٨٩ بالترابط الأسري
لينا جميل عليان الجلوسي
-
- Consumers' Attitudes Towards Augmented Reality Advertising
١٢٥٥ as Compared to Traditional Media Advertising
Dr.Nesrin El-Sherbini
-

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة يونيو 2022	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	7	2536- 9393	2735- 4008
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 914X	2682- 4663
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 9158	2682- 4620
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 9131	2682- 4671
5	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110- 5836	2682- 4647
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	7	2735- 3796	2735- 377X
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	7	1110- 5844	2682- 4655
8	الدراسات الإعلامية	مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	7	2356- 9891	2682- 4639
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110- 9297	2682- 292X
10	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	7	2314- 8721	2314- 873X
11	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	7	2536- 9237	2735- 4326
12	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالى للإعلام بالشروق	6.5	2357- 0407	2735- 4016

• يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دوريا في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنة التالية للنشر في هذه المجلات.

● التماس الجمهور للمعلومات حول تحديات الاقتصاد المصري
عبر الصحافة الرقمية وعلاقته بإدراكه لها

- Audience's Information Seeking About the Egyptian Economy Challenges Through Digital Journalism and its Relationship to Their Perception

● د/ سحر أحمد غريب محمد

مدرس بكلية الإعلام - جامعة عين شمس

Email: saharghareeb62@gmail.com

ملخص الدراسة

يواجه الاقتصاد المصري في الفترة الراهنة مجموعة من التحديات التي تؤثر على مسيرة التنمية ومحاولات الإصلاح المستمرة، وفي ظل الثورة الرقمية وتعدد وسائل الإعلام التقليدية والرقمية التي يستقي منه الجمهور معلوماته حول التحديات الاقتصادية؛ يهدف البحث الحالي إلى دراسة التماس الجمهور للمعلومات حول تحديات الاقتصاد المصري عبر الصحافة الرقمية وعلاقته بإدراكه لها.

وتُعد الدراسة الحالية دراسة وصفية تستخدم منهج المسح وأداة الاستبانة الإلكترونية، ونظرية التماس المعلومات، وطُبِّقت على عينة متاحة مكونة من 421 فردًا من الجمهور المصري العام المُستخدم للصحافة الرقمية، وتم مراعاة تمثيل المتغيرات الديموجرافية المختلفة.

وتوصلت النتائج إلى أن غالبية الباحثين يهتمون بمتابعة التحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية «درجة متوسطة»، ثم «بدرجة كبيرة»، وأن الجمهور يلتمس المعلومات حول التحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية «أحياناً» ثم «دائمًا». وكانت أهم القضايا التي يتابعها الجمهور المصري هي «ارتفاع أسعار السلع»، ثم «انخفاض قيمة الجنيه أمام الدولار والعملات الأخرى»، ثم «تأثير الأوضاع العالمية على وضع الاقتصاد المصري». وكذلك فهناك فروق بين الباحثين في مستوى التماس المعلومات وفقاً للمتغيرات الديموجرافية، في حين لا توجد فروق في مستوى الإدراك وفقاً لتلك المتغيرات وهو مؤشر مهم يوضح إدراك ووعي الجمهور بالتحديات الاقتصادية الحالية باختلاف خصائصه؛ وهو ما يرجع إلى مُعايشة الجمهور للأوضاع الاقتصادية اليومية بنفسه.

الكلمات المفتاحية: التماس المعلومات- التحديات الاقتصادية- الصحافة الرقمية- الإدراك- مصادر المعلومات.

Abstract

The Egyptian economy is currently facing a set of challenges that affect the development process and ongoing reform attempts. In light of the digital revolution and the multiplicity of traditional and digital media from which the public draws information about economic challenges, the current research aims to study the audience's information seeking about the Egyptian economy challenges through digital journalism and its relationship to their perception.

The current study is a descriptive study that uses the survey method, the electronic questionnaire tool, and the theory of information seeking. It was applied to an available sample of 421 individuals from the general Egyptian public who use digital journalism, with different demographic variables.

The results concluded that the majority of the respondents are interested in following up on economic challenges through the digital press "to a moderate degree" and then "to a large degree", and that the public seeks information about economic challenges through the digital press "sometimes" and then "always". The most important issues followed by the Egyptian public were "the rise in commodity prices" then "the depreciation of the pound against the dollar and other currencies" and then "the impact of global conditions on the Egyptian economy". also, there are differences between the respondents in the level of seeking information according to demographic variables, while there are no differences in the level of awareness according to those variables.

Keywords: information seeking- economic challenges- digital journalism- perception- information sources.

يمر الاقتصاد المصري- مثله كالعديد من الاقتصادات حول العالم- بمرحلة صعبة تشهد العديد من العوائق، ويرى الخبراء أنه ينبغي النظر لما يصدر من تقارير حول الاقتصاد المصري على المستوى الدولي وليس المحلي فقط، فما يجري في مصر اقتصادياً يجري في غالبية دول العالم باستثناء الدول المصدرة للنفط، والحكومة المصرية هي أول من اعترف بأن هناك تحديات تواجه الاقتصاد بسبب ما يحدث على المستوى الدولي، وأن الدولة تتحرك وفق الوضع الاقتصادي العالمي. (هشام إبراهيم، 2022).

وتؤكد بعض التقارير أن هناك نظرة قاتمة للاقتصاد العالمي؛ من حيث تباطؤ النمو، والتضخم المرتفع والمستمر، وقد تدهورت التوقعات العالمية بشكل ملحوظ خلال عام 2022 خاصة في ظل الحرب في أوكرانيا وانتشار فيروس كورونا؛ مما أدى إلى الارتفاع الشديد في أسعار الغذاء والطاقة، والذي تبعه تآكل الدخل الحقيقي، ولا تزال التجارة العالمية ضعيفة إلى حد كبير. (UN Briefing, 2022).

وبما أن القضايا الاقتصادية تمس الجمهور بشكل مباشر وترتبط ارتباطاً وثيقاً بحياتنا اليومية بكل تفاصيلها؛ تهتم دائماً وسائل الإعلام بتغطية أخبارها سواء من خلال الصحف والمواقع العامة أو المتخصصة في الشأن الاقتصادي؛ في محاولة لشرح وتوضيح التحديات والمشكلات التي تواجه الاقتصاد المصري؛ بما يساعد في بناء وعي وإدراك الجمهور لهذه التحديات، خاصة أن المواد الاقتصادية لم تعد نخبوية، بل تهتم عامة الجمهور، حتى الأمور الاقتصادية المعقدة أصبح لدى الجمهور رغبة في معرفة تفاصيلها؛ لأنه يرى أنها تنعكس بشكل مباشر على تفاصيل يومه، مثل ارتفاع الأسعار، والبطالة، والدعم.. وغيرها من الأمور.

وفي أوقات الأزمات يظهر الدور الكبير الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام وما

تطرحه من مواد وموضوعات تساعد في تشكيل إدراك الجمهور، خاصة أن التماس المعلومات مرتبط بما تقدمه هذه الوسائل من مضمون ومعلومات حول الأزمة، ومن هنا تسعى الدراسة الحالية لمعرفة مدى التماس الجمهور للمعلومات حول تحديات الاقتصاد المصري عبر استخدامه للصحافة الرقمية.

مشكلة الدراسة:

يواجه الاقتصاد المصري في الفترة الراهنة مجموعة من التحديات والعوائق التي تؤثر على مسيرة التنمية ومحاولات الإصلاح المستمرة، خاصة في ظل سعي الدولة لتحقيق تنمية مستدامة تساعد في تحسين مستوى معيشة المواطن، ويعد الجانب الأكبر من هذه التحديات جانباً عالمياً أكثر منه محلياً؛ فالأزمة الاقتصادية في مصر هي جزء من أزمة اقتصادية عالمية متعددة الجوانب والأسباب، بدءاً من جائحة كورونا مروراً بالأزمة الاقتصادية العالمية، ثم الأزمة الروسية الأوكرانية، إلى جانب ترهل وضع الاقتصاد المصري وإنهاكه بسبب الأحداث التي أعقبت الثورات التي مرت بها مصر.

وفي ظل الثورة الرقمية وتعدد مصادر المعلومات والإعلام- سواء التقليدية أو الرقمية الحديثة- التي يستقي منه الجمهور معلوماته حول التحديات الاقتصادية وما يمكن أن تنقله هذه الوسائل من معلومات مغلوطة، ينبغي دراسة المصادر الصحفية الرقمية التي يلتمس منها الجمهور معلوماته التي تشكل إدراكه لهذه التحديات وخطوات التماسه وبحثه عن المعلومات، خاصة أن نظرية التماس المعلومات ترى أن الجمهور يتعرض بشكل انتقائي للمعلومات التي تؤيد اتجاهاته الحالية، وتلبي احتياجاته من المعلومات التي تساعد على تقليل مستوى القلق ومحاولة إزالة الغموض حول الأوضاع والتحديات الاقتصادية، وبالتالي تتحدد المشكلة البحثية في دراسة التماس الجمهور للمعلومات حول تحديات الاقتصاد المصري عبر الصحافة الرقمية وعلاقة هذا الالتماس بإدراك الجمهور للتحديات.

أهمية الدراسة:

1- تأتي الدراسة في وقت يمر فيه المجتمع المصري ودول العالم بتحديات اقتصادية نتيجة للعديد من الأزمات التي مرّ بها، وهي تُعد فترة أزمة تمثل تحدياً لمصر، وهي فترة يظهر ويزيد فيها دور الصحافة الرقمية كمصدر يحصل منه الجمهور على

المعلومات، ومن ثم تشكيل وعيه وإدراكه.

2- تساعد الدراسة في تقديم معلومات لفهم سلوك ودوافع الجمهور في الحصول على المعلومات حول التحديات والأوضاع الاقتصادية؛ بما يسهم في تقديم ما يناسبه من مضمون ومعلومات في الصحافة الرقمية بأشكالها المختلفة.

3- تسعى الدراسة لوضع مقترحات حول تطوير تغطية الصحافة الرقمية لتحديات الاقتصاد المصري.

4- تقديم دراسة علمية جديدة في مجال الدراسات الصحفية الاقتصادية، خاصة في ضوء قلة الدراسات التي تناولت سلوك التماس المعلومات حول تحديات الاقتصاد المصري.

5- توفر الدراسة الحالية فرصة لمعرفة دور ومكانة الصحافة الرقمية المصرية بكل أشكالها؛ بوصفها مصدراً للتماس الجمهور للمعلومات مقارنة بالوسائل الأخرى.

أهداف الدراسة:

1- تحديد مستوى التماس الجمهور للمعلومات حول التحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية.

2- تحديد مدى إدراك الجمهور للتحديات الاقتصادية نتيجة التماسه للمعلومات حولها.

3- معرفة دوافع التماس الجمهور للمعلومات حول التحديات الاقتصادية.

4- تحديد درجة الاعتماد على المصادر التقليدية والحديثة للحصول على المعلومات.

5- معرفة مدى توافق المعلومات المقدمة من الصحافة الرقمية مع ميول واتجاهات الجمهور.

6- تحديد مدى ثقة الجمهور في الصحافة الرقمية بوصفها مصدراً للتماس المعلومات حول التحديات.

الدراسات السابقة:

قسّمت الباحثة الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين، هما: دراسات تناولت نظرية

التماس المعلومات، ودراسات تناولت تغطية القضايا الاقتصادية، وذلك كالتالي:

المحور الأول: دراسات تناولت نظرية التماس المعلومات:

ركّزت دراستا (هناك محمد، 2021) و (Yamamoto and Nah, 2018) على

التماس المعلومات عبر صحافة الموبايل، حيث تناولت دراسة هناك محمد التعرف على

العلاقة بين التماس الشباب الجامعي للمعلومات الخاصة بأزمة سد النهضة عبر صحافة الموبايل وعلاقته بإدراكهم لها، وتوصلت إلى أن عينة الدراسة يستخدمون صحافة الموبايل بصفة دائمة، وأن هناك علاقة بين استخدام الشباب لصحافة الموبايل ومستوى إدراكهم للأزمة. وتناولت Yamamoto and Nah, 2018 ارتباط التماس المعلومات السياسية عبر الهاتف المحمول بالمشاركة السياسية واستخدمت استبانة إلكترونية، وأشارت النتائج إلى أن الرابط بين التماس المعلومات عبر الهاتف المحمول والمشاركة السياسية خارج الإنترنت وعبر الإنترنت يكون أكبر بالنسبة للمبحوثين الذين يناقشون السياسة مع الآخرين وجها لوجه وعلى الإنترنت بشكل متكرر.

وتناولت بعض الدراسات التماس الجمهور للمعلومات حول الموضوعات الاقتصادية مثل: دراسة (سعد كاظم، 2020) ودراسة (سلمان فيحان، 2019) ودراسة (مصطفى صابر، 2016) حول التماس الجمهور للمعلومات حول موضوعات التنمية الاقتصادية والأزمات الاقتصادية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديد، وذلك في دراسات ميدانية وصفية تستخدم منهج المسح وأداة الاستبيان، وبينت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين مستوى التماس المبحوثين للمعلومات واتجاهاتهم نحوها، واهتمام الجمهور بالأخبار الاقتصادية، مع ارتفاع اعتماده على وسائل الإعلام الجديدة بوصفها مصدراً للتماس المعلومات، وقدرة هذه الوسائل على تشكيل الوعي المعرفي والوجداني والسلوكي لديهم.

وركزت بعض الدراسات على التماس الجمهور للمعلومات الصحية مثل: دراسة (رشا محمد، 2020) ودراسة (Jacobs et al, 2017) ودراسة (Rains & Erin, 2016) ودراسة (Choudhury et al, 2014) حول التماس المعلومات الصحية من وسائل الاتصال الحديثة، وتوصلت إلى أن التماس الجمهور للمعلومات الصحية يزيد من وعيهم، وأن وسائل الاتصال الحديثة كانت أهم مصادر البحث عن المعلومات، مثل: محركات البحث، واليوتيوب، وصحافة الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام، وتوصلت كذلك إلى أن الجمهور يتبع استراتيجية الجمع بين عدة مصادر للتماس المعلومات؛ للوصول لعنصر التكامل وتحقيق أقصى إفادة ممكنة، وكان البالغون والأعلى

في المستوى التعليمي هم الأكثر بحثاً عن المعلومات الصحية. وفي نفس الاتجاه توصلت دراسة (Boyle et al, 2004) حول التماس الجمهور للمعلومات نحو الهجمات الإرهابية في 11 سبتمبر 2001 في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن عدم الفهم، والتضليل الإعلامي؛ كانا من أهم الأسباب التي دفعت أفراد العينة إلى الاعتماد على أكثر من مصدر لالتماس المعلومات. تناولت بعض الدراسات سلوك وعادات التماس المعلومات الإخبارية حول الموضوعات الحالية، واستخدام محركات البحث والتفاعل مع الوسائل الحديثة، مثل: دراسة (Scacco and Muddiman, 2020) حول التماس المعلومات في بيئة الأخبار المعاصرة، وكيفية تأثير عناوين الأخبار الرقمية على التماس المعلومات الإخبارية، من خلال دراستين تجريبية وميدانية، وقامت بفحص كيفية تأثير عرض المعلومات الإخبارية على مواقف وسلوكيات التماس المعلومات من الأخبار، وأشارت النتائج إلى تفضيل العناوين الموجزة التي تزيد من التوقعات بأن المقالة ستوفر معلومات واضحة، والتي بدورها تزيد من تفاعل الجمهور مع الأخبار. ودراسة (Geib et al, 2016) حول كيف تطورت وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية وخدمات الإنترنت لتصبح جزءاً من عادات التماس المعلومات لدى المستخدمين حول الموضوعات الحالية، وتأثير وسائل الإعلام على قيام المستخدم بعمليات البحث والتعديل على محتوى موسوعة الويكيبيديا، وتوقعت أن تؤدي التغطية الإعلامية لقضية ما إلى زيادة عمليات "البحث عن" و"تعديلات المستخدم" في المقالات ذات الصلة في موسوعة ويكيبيديا، ودعمت فرضيات نظرية التماس المعلومات. ودراسة (Whyte, 2016) بتقييم صلاحية مصدر بيانات جديد وهو "بحث بيانات الويب من google" واستخدامه في العلوم الاجتماعية، وقامت بتحليل البيانات الخاصة بمواقع الحملات الانتخابية ذات الصلة بالانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2012، وأوضحت أنه عندما يتم جمع البيانات وتطبيقها بشكل مناسب فإنها تتيح إمكانية استخلاص المعلومات حول أنماط التماس المعلومات، وأظهرت أن بحث معلومات الويب يمكن أن يكون بديلاً ومكملاً لأبحاث الرأي العام.

المحور الثاني: دراسات تناولت تغطية القضايا الاقتصادية:

تناولت بعض الدراسات الأطر الإخبارية للقضايا الاقتصادية، مثل: دراسة (نورهان فتحي، 2022) و(أمل السيد، 2018)؛ حيث ركزت الدراسات على الشأن الاقتصادي المصري واتجاهات النخبة حوله بالتطبيق على قضية تعويم الجنيه وأزمة الدولار عام 2016، وركزت الأولى على الأطر الإخبارية لتناول المواقع العالمية للشأن الاقتصادي المصري وكانت دراسة تطبيقية، وخُصت إلى وجود علاقة ارتباطية بين التبعية الدولية للمواقع الإخبارية العالمية، واتباع معايير الحيادية والموضوعية في تغطية القضية. واستخدمت الثانية المدخل الوظيفي إطاراً نظرياً، واعتمدت على التحليل الكيفي، ومنهج المسح، والمقابلة المتعمقة مع عينة النخبة المتخصصة في المجال الاقتصادي، وكشفت عن رؤية سلبية لدى معظم المبحوثين لأنماط معالجة الصفحات الاقتصادية للأزمات بشكل عام، وأزمة الدولار بشكل خاص.

واستخدمت دراستا (Vaia, et al. 2019) و(Khalaf and Dhuib, 2021) أداة تحليل المضمون للتعرف على الأطر الإخبارية للشؤون الاقتصادية، وعمليات إنقاذ الاقتصاد في كل من موقع الوكالة الرسمية العراقية والصحف القبرصية، وتوصلت الأولى إلى أن أسلوب "معالجة الاقتصاد" من الأساليب المستخدمة في التعامل مع القضايا الاقتصادية العراقية، وأن الدور التوعوي المتوقع لا يُقدّم على النحو المطلوب، في حين أشارت نتائج الدراسة الثانية إلى نفي تحميل مسؤولية الأزمة عن العملاء المخالفين لتوجهاتهم، حيث دافعت الصحف عن تطبيق السياسات الليبرالية الجديدة.

كذلك تناولت دراسة (راللا أحمد، 2020) أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور، وأكدت النتائج وجود علاقة دالة إحصائية بين متابعة الأخبار الاقتصادية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي؛ حيث أثبتت النتائج أن ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض أكثر متابعة للأخبار الاقتصادية بالصحف.

وتناولت بعض الدراسات تغطية الأزمات المالية سواء المحلية أو العالمية، مثل: دراسة (أعياد قاسم وجمال ناموس، 2022) حول المعالجة الصحفية للأزمة الاقتصادية في ظل جائحة

كورونا في الصحافة العراقية بالتطبيق على صحيفة الزمان، واستخدمت تحليل المضمون. وتوصلت إلى أن "المعالجة السطحية للأزمة" احتلت المرتبة الأولى؛ لأنها كانت تريد كسب الجمهور عن طريق عرض المعلومات البسيطة والآراء السطحية التي تتناولها. كما ركزت دراسة (Vobic et al, 2014) على تحليل مضمون الأزمة الاقتصادية العالمية في المواقع الإخبارية لأربع مؤسسات إعلامية قومية في الفترة من 2008-2013، وأوضحت النتائج تركيز المعالجة على الأزمة في كونها أزمة مالية دون الاعتبار بارتباطها بجوانب أخلاقية وثقافية واجتماعية، كما أوضحت الاعتماد على التوجه نحو الحدث واستخدام الخبراء كمصادر إخبارية دائمة مع وجود تبسيط دائم للأزمة. وتناولت دراسة (Wei Li, 2014) التفاعل بين التأطير الإعلامي وسوق الأسهم في فترة ما بعد الأزمة المالية العالمية، من خلال دراسة تحليلية قارنت بين صحيفتي نيويورك تايمز، وول ستريت جورنال، وأوضحت النتائج أن التغطية الإخبارية للصحيفتين عكست التغيرات في سوق الأسهم على مستويات مختلفة، وتبين انتعاش تأطير الأخبار الاقتصادية بشأن سوق الأسهم في عام 2013 بشكل إيجابي أكثر من التأطير السلبي. كما تناولت دراسة (علي القضاة، 2012) تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية في الصحافة البحرينية بالتطبيق على صحيفة أخبار الخليج، وتوصلت إلى أن الصحافة البحرينية أبدت اهتماماً كبيراً بالأزمة الاقتصادية، وجاءت التغطية التي تتناول قطاع البنوك والبورصات في المرتبة الأولى، ثم قضية قوة الاقتصاد البحريني. وجاءت دراسة (شريف نبيل، 2015) و(بسنت عطية، 2014) حول المعالجة الإعلامية لأحداث العنف وتأثيرها على الأزمات الاقتصادية، وسلوك واتجاهات الجمهور، وهي دراسات وصفية استخدمت منهج المسح وأداة الاستبانة وتحليل المضمون، وتوصلت إلى أن أسباب متابعة الجمهور للأحداث كان بسبب "الحصول على معلومات حول مشكلات وقضايا مصر"، بالإضافة لوجود علاقة بين اعتماد الجمهور على القنوات في الحصول على معلومات والآثار الناتجة عن هذا الاعتماد. ركزت بعض الدراسات على تغطية الأزمات الاقتصادية عبر فترات زمنية طويلة، واستخدمت تحليل المحتوى الكمي والكيفي، مثل: دراسة (Damstra and

(Vlienghart, 2018) التي قامت بالتحقيق في كيفية تأطير وسائل الإعلام المطبوعة للأزمة الاقتصادية (2007-2013) في هولندا، وإلى أي مدى تُفسر العوامل الزمنية التباين في استخدام الأطر، وتم تحديد خمسة أطر رئيسية يستخدمها الصحفيون مع بروز الإطار الزمني. ودراسة (Knowles et al, 2017) حول تغطية الأزمة المالية العالمية عبر دراسة طويلة ثلاثية حول الصحافة الاقتصادية السائدة في ثلاث صحف رئيسية في (الولايات المتحدة، والمملكة المتحدة، وأستراليا) على مدى ثلاثة عقود، بالإضافة إلى إجراء مقابلات مع المرسلين في البلدان التي شملتها الدراسة، وأشارت إلى حدوث انخفاض في معايير الصحافة الاقتصادية السائدة منذ الثمانينات، حيث واجهت ضغوطاً مؤسسية وأيديولوجية وصناعية متزايدة.

ربطت بعض الدراسات بين التغطية الإعلامية للقضايا الاقتصادية وإدراك وتوقعات الجمهور الاقتصادية، مثل: دراسة (Damstra & Boukes, 2018) حول تأثير الأخبار على التقييمات والتوقعات الاقتصادية على المدى البعيد لدى الجمهور، واستخدمت نظريتي الأطر الإعلامية والاعتماد على الوسيلة، وتوصلت إلى أن الجمهور يفضل تبني نسخة سلبية من الواقع الاقتصادي؛ مما يؤثر على التوقعات الاقتصادية لديه، ولكن ليس على التقييمات. وحاولت دراسة (Daniel et al, 2017) معرفة هل تؤثر تغطية وسائل الإعلام على إدراك الجمهور، وهي دراسة تطبيقية، أوضحت أن إدراك الجمهور للاقتصاد لا يرتبط بشكل أساسي بنغمة تغطية الصحف المحلية للوضع الاقتصادي، وأن الجمهور قادر على استخراج المعلومات حول أداء الاقتصاد، وأن تغطية الأخبار الاقتصادية لا تؤثر على الجمهور العادي بينما تؤثر على النخبة. وتناولت دراسة (Boomgaarden et al, 2011) التغطية الإعلامية للأزمة الاقتصادية والتوقعات الاقتصادية للمواطنين، وأظهرت أن التعرض لوسائل الإعلام أثر بشدة على التوقعات المتعلقة بالتطور المستقبلي للوضع الاقتصادي الوطني، بينما لم يكن مرتبطاً إلى حد كبير بالتوقعات الاقتصادية الشخصية.

وتناولت بعض الدراسات ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية، مثل: دراسة (هند نبيل، 2015) و(فاطمة نبيل، 2014) حول دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون

المصري، وكذلك دور الصحافة الإلكترونية في ترتيب أولويات الجمهور والشباب نحو القضايا الاقتصادية والاجتماعية، وأوضحت أن القضايا الاقتصادية مثل: الأزمات الاقتصادية العالمية، وتراجع أداء الاقتصاد المحلي تصدرت ترتيب القضايا، وكذلك قضايا البطالة، وانخفاض الدخل، ثم ارتفاع الأسعار والبورصة.

التعليق على الدراسات السابقة:

1- المجتمعات المختلفة التي طبقت فيها الدراسات: هدفت الدراسات بشكل عام إلى مجتمعات تضم: الجمهور العام، الطلاب، ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، مستخدمي الإنترنت، وهو ما انعكس على العينات التي تم اختيارها.

2- عينة الدراسة: اعتمدت الدراسات السابقة على عينات ميدانية وتحليلية كالتالي:

- العينة الميدانية: تمثلت في جمهور المستخدمين مثل دراسة (Yamamoto and Nah, 2018) والبعض اعتمد على الشباب الجامعي مثل دراسة (هناى محمد، 2021)، والمصريين المغتربين بالخارج مثل دراسة (مصطفى صابر، 2016)، والنخبة مثل (نورهان فتحي، 2022)، والجمهور العام أو المواطنين مثل (Boomgaarden et al, 2011).

- العينة التحليلية: حلّت بعض الدراسات محتوى وكالات الأنباء مثل دراسة (Vaia, et al. 2019) والصحف مثل (Khalaf and Dhuib, 2021) ، والمواقع الإخبارية مثل (Vobic et al, 2014).

3- نوع الدراسة والمنهج: اعتمدت معظم الدراسات على منهج المسح، وكانت معظمها دراسات وصفية مثل دراسة (Vaia, et al. 2019)، والبعض تجريبية مثل دراسة (Scacco and Muddiman, 2020).

4- الأطر النظرية: استخدمت بعض الدراسات نظرية التماس المعلومات مثل دراسة (Rains & Erin, 2016)، ونظرية الأطر مثل (Khalaf and Dhuib, 2021)، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مثل (Damstra & Boukes, 2018)، والمدخل الوظيفي للإعلام مثل (أمل السيد، 2018).

5- الأطر المنهجية وأدوات جمع البيانات: اعتمدت معظم الدراسات على تحليل المحتوى

الكمي والكيفي مثل دراسة (Damstra and Vliegthart, 2018)، واستخدمت بعض الدراسات تحليل المضمون مثل (Khalaf and Dhuib, 2021)، وبعض الدراسات استخدمت أداة الاستبانة مثل دراسة (Jacobs et al, 2017)، والمقابلة المتعمقة مثل دراسة (نورهان فتحي، 2022).

ويمكن القول بأن الدراسات التي تناولت التماس الجمهور للمعلومات كانت ميدانية، أما الدراسات التي تناولت القضايا الاقتصادية كان بعضها تحليلياً وبعضها ميدانياً، وبعضها جمع بين الاثنين مثل (Daniel et al, 2017).

6- نتائج الدراسات السابقة: اتفقت معظم الدراسات على أن:

- هناك علاقة بين مستوى ثقة الجمهور في الوسيلة ومدى التماسهم وإدراكهم للمعلومات منها.
- وجود علاقة بين استخدام الجمهور لوسائل الإعلام ومستوى إدراكهم.
- وجود علاقة بين مدى التماس المعلومات وإدراك الجمهور.
- أبرز القضايا الاقتصادية التي تظهر في التغطية هي أداء السوق، وسياسة الحكومة، وارتفاع الأسعار، والصناعة، والاستثمار.
- ويعد الاطلاع على الدراسات السابقة، فقد أفادت الباحثة منها في صياغة مشكلة الدراسة والتساؤلات والفروض، وتحديد المنهج المناسب، ومجتمع الدراسة والعينة التي يمكن التطبيق عليها، وتحديد الإجراءات المنهجية الخاصة بالدراسة بشكل عام.

نظرية التماس المعلومات: **Information Seeking**

تبحث نظرية التماس المعلومات في سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات، والتعرف على العوامل التي تؤثر على هذا السلوك، وبالتالي فالنظرية تستهدف متلقي الاتصال بدلاً من القائم بالاتصال أو الرسالة الإعلامية، وتؤثر بنية المجتمع على اختيار الأفراد لوسائل الاتصال للتماس المعلومات؛ حيث يؤثر نوع الوسائل المستخدمة في مجتمع ما على تفضيل الأفراد لوسيلة أو وسائل معينة باعتبارها مصدراً للمعلومات (حسن مكاوي وليلى السيد، 1998).

ويفهم البحث عن المعلومات على أنه جهد واع يبذله الفرد للحصول على المعلومات

من مصادر مختلفة؛ استجابةً لحاجات معرفية لديه، وهي إما مصادر رسمية أو غير رسمية، أما ما يُسمى بسلوك البحث عن المعلومات فيُنظر إليه على أنه مجال عام للتحقيق يشمل الالتماس، بالإضافة إلى مجمل السلوكيات الأخرى غير المقصودة أو السلبية التي لا تتطوي على البحث، مثل تجنب المعلومات (Agarwal, 2009).

وفي عملية البحث عن المعلومات يستخدم الفرد "استراتيجية البحث المجازف" التي تعتمد على مصدر معين أو عدة مصادر أساسية، أو باتباع كل ما يستطيع الفرد جمعه من معلومات، ثم يقوم بتصنيفها وتحليلها وربطها بخبرته السابقة (حسن مكاوي وليلى السيد، 1998، ص 337).

وقد ظهرت العديد من نماذج التماس المعلومات واسترجاعها لعل أقدمها نموذج Donohew and Tipton (1973) الذي يصور تسلسل الأحداث ويوضح أن هناك حوافز ومنبهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على معلومات؛ لمواجهة مشكلة ما أو مقارنتها بما لديه من قيم ومعارف سابقة بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة، وكذلك نماذج عمليات البحث بواسطة (Ellis 1989) و Kuhlthau (1991) وتُظهر هذه النماذج سلسلة من المراحل المعرفية والعاطفية التي يُعتقد أن الناس يتحركون خلالها وهم يبحثون عن المعلومات (Kuhlthau, 1991).

تُعد النماذج السابقة متنوعة في طبيعتها وتكمن أهمية هذه النماذج في حقيقة أنها تساعد في فهم وفحص سلوك الباحثين عن المعلومات، وقد تساعد النماذج الجديدة في فحص تأثير التطورات التكنولوجية وقنوات توافر المعلومات على سلوك الملتسمين للمعلومات ((Rather & Ganaie, 2017).

وتتعلق عملية التماس المعلومات مما يسمى بالاحتياج إلى المعلومات Information Need وهي عملية إدراك الفرق بين الحالة المثالية للمعرفة التي يجب أن يصل إليها الفرد والحالة الفعلية للمعرفة؛ أي حجم المعرفة لدى الفرد قبل التماس المعلومات، وقد حدّد Ingwersen and Jarvelin نوعين من المعلومات المطلوبة، وهي: إما معلومات محددة ومعروفة، أو معلومات استكشافية حول عناصر مشوشة أو غير محددة، ويرى (Dervin 1983) أن الاحتياج إلى المعلومات يعتبر فجوة يمكن

سدها بشيء يسميه الشخص المحتاج "معلومات"، ويخلص (Green 1990) إلى أن الحاجة إلى المعلومات دائماً ما تكون مفيدة؛ حيث تتضمن الوصول إلى الهدف المنشود والشعور بالرضا (Agarwal, 2009, p4-5).

ومن أهم العوامل المؤثرة في عملية التماس المعلومات:

- إدراك الجمهور للمصدر أو الوسيلة التي يلتمس منها المعلومات.
- مدى ثقة الجمهور في المصدر.
- كيفية استخدام المعلومات التي حصل عليها.
- التقييم النهائي للمعلومات ومدى رضا الفرد عنها في إطار احتياجاته المعرفية (Edward, 2000, p.13).

التعريفات الإجرائية للدراسة:

1- الصحافة الرقمية: يقصد بها في هذه الدراسة أشكال الصحافة المختلفة على الإنترنت، مثل: (مواقع الصحف- المواقع الإخبارية التي لا تصدر لها نسخ ورقية- صفحات الصحف على وسائل التواصل الاجتماعي- التطبيقات الإخبارية على الهاتف).

2- التماس المعلومات: سعي الجمهور للحصول على المعلومات حول التحديات الاقتصادية.

3- الإدراك: الإدراك هو العملية التي تتم بواسطتها معرفة الشخص لموضوع ما ويكون فيها على دراية ببعض المعلومات عنه، وهي مستوى الفهم والمعرفة المتحقق لدى الجمهور بشأن التحديات الاقتصادية الناتج عن التماسه للمعلومات.

وقد تم صياغة العبارات الخاصة بالإدراك في الدراسة من خلال الاعتماد على تقارير رسمية، مثل: تقارير الأمم المتحدة UN، والبنك الدولي World Bank، ومركز المعلومات بمجلس الوزراء المصري، ومتخصصين في الشأن الاقتصادي، وكلهم تم ذكرهم في المراجع بترتيب ورودهم في البحث.

4- التحديات الاقتصادية: هي تطورات، أو مشكلات، أو صعوبات نابعة من البيئة المحلية أو الدولية تشكل تهديداً على مستقبل التنمية الاقتصادية للدولة (أنيس فتحي، 2005).

5- استراتيجية البحث المجازف: تعني أنه في عملية البحث عن المعلومات هل يعتمد الفرد على مصدر معين أم عدة مصادر للحصول على المعلومات؟ وهل يقوم بالمقارنة والنقد للمعلومات التي حصل عليها من المصادر المختلفة؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة بين مستوى التماس الجمهور للمعلومات حول التحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية وكل من: (مستوى إدراكه للتحديات- البحث المجازف عن المعلومات).

الفرض الثاني: توجد علاقة بين مستوى الثقة في الصحافة الرقمية وكل من:
أ- مستوى التماس الجمهور للمعلومات حول التحديات الاقتصادية.

ب- مستوى إدراك الجمهور للتحديات الاقتصادية.

الفرض الثالث: يوجد فروق بين أفراد الجمهور في (مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية- مستوى إدراك التحديات الاقتصادية) عبر الصحافة الرقمية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المستوى الاجتماعي الاقتصادي)، وينقسم هذا الفرض إلى أربعة فروض فرعية، كالتالي:

الفرض الفرعي الأول: يوجد فروق بين المبحوثين في (مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية- مستوى إدراك التحديات الاقتصادية) وفقاً للسن.

الفرض الفرعي الثاني: يوجد فروق بين المبحوثين في (مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية- مستوى إدراك التحديات الاقتصادية) وفقاً للسن.

الفرض الفرعي الثالث: يوجد فروق بين المبحوثين في (مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية- مستوى إدراك التحديات الاقتصادية) وفقاً للمستوى التعليمي.

الفرض الفرعي الرابع: يوجد فروق بين المبحوثين في (مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية- مستوى إدراك التحديات الاقتصادية) وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي.

الفرض الرابع: يوجد علاقة بين درجة اهتمام الجمهور بالتحديات الاقتصادية وكل من (مستوى التماس للمعلومات حولها- مستوى إدراكه للتحديات الاقتصادية).

نوع الدراسة: تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية، التي تستهدف تعريف الأوصاف الدقيقة للظاهرة التي تقوم الباحثة بدراستها، من حيث ماهيتها وطبيعتها ووصفها الحالي، وهنا تحاول وصف دوافع وسلوك التماس الجمهور للمعلومات حول

التحديات الاقتصادية وإدراكه لها .

منهج الدراسة: تعتمد الدراسة على منهج المسح وهو المنهج الأدق لجمع المعلومات، وذلك عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي، أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بحيث يصعب الاتصال بكل مفرداتها، حيث يتم مسح عينة من الجمهور ممثلة للمجتمع المصري بمختلف متغيراته الديموجرافية لدراسة التماس هذا الجمهور للمعلومات حول التحديات الاقتصادية.

أدوات جمع البيانات: تعتمد الدراسة الحالية على أداة الاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات من الباحثين.

عينة الدراسة: تعتمد الدراسة الحالية على عينة متاحة مكونة من 421 فرداً من الجمهور المصري العام المستخدم للصحافة الرقمية، وتم مراعاة تمثيل المتغيرات الديموجرافية المختلفة، وتم استبيانهم بشكل إلكتروني من خلال إرسال الاستبانة عبر الفيس بوك والماسنجر والإيميل والواتس آب.

ويوضح الجدول التالي أهم خصائص عينة الدراسة الميدانية من الجمهور المصري.

جدول (1)

خصائص العينة محل الدراسة

المتغيرات الديموجرافية	المتغير	ك	%	الإجمالي
النوع	ذكر	197	46.8	421
	أنثى	224	53.2	
السن	من 18 إلى أقل من 30 سنة	216	51.3	
	من 30 إلى أقل من 42 سنة	142	33.7	
	من 42 سنة فأكثر	63	15	
المستوى التعليمي	تعليم متوسط- فوق متوسط	111	26.4	
	بكالوريوس- ليسانس	207	49.2	
	ماجستير- دكتوراه	103	24.5	
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	مرتفع	115	27.3	
	متوسط	178	42.3	
	منخفض	128	30.4	

إجراءات الصدق والثبات:

صدق المُحكِّمين: عرضت الباحثة استمارة الاستبانة على عدد من المُحكِّمين من أساتذة الإعلام والإحصاء؛ وذلك للتأكد من صدق الاستمارة علمياً وصحتها ودقتها، وقامت الباحثة بتعديل الملاحظات بما يتفق مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها.

ثبات استمارة الاستبانة:

استخدمت الدراسة أسلوب إعادة الاختبار لقياس ثبات استمارة الاستبانة، وتم التطبيق على عينة عشوائية تمثل 10% من حجم العينة الذي كان مقترحاً بـ 400 مفردة أي 40 فرداً من الجمهور المصري، وذلك بعد أسبوعين من تطبيق الاستبانة لأول مرة، وبعد مقارنة النتائج كانت قيمة معامل الثبات (0.79)؛ وهي قيمة مرتفعة يمكن الاعتماد عليها.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم معالجة البيانات وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for the Social Science" SPSS عقب ذلك، كان

اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient).
- اختبار (T- Test).
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA.

التحديات التي تواجه الاقتصاد العالمي والمصري:

يمكن القول إن هناك تداخلاً شديداً وارتباطاً وثيقاً بين مجموعة التحديات والمشكلات التي واجهت الاقتصاد العالمي وما تبعه من التأثير على الاقتصاد المصري نستعرضها فيما يلي:

أولاً: جائحة كورونا وتأثر الاقتصاد العالمي:

جاءت جائحة كورونا في أواخر عام 2019 وأصيب الاقتصاد العالمي بشكل كلي في جميع القطاعات؛ حيث اضطرت جميع الحكومات لإغلاق تام على حركة التنقلات والسفر، بالإضافة إلى سياسات التباعد الاجتماعي التي أدت إلى العديد من الأزمات الداخلية مثل ارتفاع معدلات البطالة، وأدت محاولات إنعاش الاقتصاد العالمي إلى زيادة الطلب على الطاقة؛ مما أدى إلى ارتفاع النفط والغاز الطبيعي نتيجة انخفاض درجات الحرارة بشكل كبير بسبب التغير المناخي، هذه الأزمات أدت إلى انخفاض معدلات النمو العالمية، زيادة معدلات التضخم الاقتصادي، ركود وانكماش الاقتصاد العالمي (شيماء فاروق، 2022). وتوقعت بعض التقارير أن تتقلص اقتصادات الدول المتقدمة، وكذلك الدول النامية التي تعاملت مع تفشي الفيروس محلياً (The world bank, 2020).

ثانياً: الأزمة الاقتصادية العالمية:

كان النشاط الاقتصادي يتحرك بمعدل سريع في كل مناطق العالم تقريباً خلال عام 2017، ولكن تغيرت أمور كثيرة: فتصاعد التوترات التجارية بين الولايات المتحدة والصين، وتشديد سياسات الائتمان في الصين، أسهم في إضعاف التوسع العالمي (شيماء فاروق، 2022). ثم جاء انتشار فيروس كورونا ليتسبب في أعرق ركود عالمي منذ الحرب العالمية الثانية، وأصبح الاقتصاد العالمي في خطر مرة أخرى، هذه المرة يواجه تضخماً مرتفعاً ونموً بطيئاً في نفس الوقت، وحتى لو تم تجنب الركود العالمي فإن آلام الركود التضخمي يمكن أن تستمر لعدة سنوات ما لم يتم الشروع في زيادات كبيرة في العرض، خاصة في خضم الحرب في أوكرانيا، وارتفاع معدلات التضخم، وارتفاع أسعار الفائدة (World Bank Report, 2022).

ثالثاً: الأزمة الروسية الأوكرانية:

لم تكتمل حالة "التعافى الهش" للاقتصاد العالمي جراء ما خلفته جائحة كورونا من انعكاسات سلبية على مختلف المجالات الاقتصادية، لتأتي الأزمة الروسية الأوكرانية وما فرضته بعض دول العالم على روسيا من عقوبات اقتصادية نتج عنها إرباك للنظام المالي والتجاري العالمي، بالتوازي مع اهتزاز "معيار الثقة" في مدى قدرة النظام الاقتصادي العالمي على مواجهة "الأزمات الطارئة غير التقليدية"، لتأتي أبرز التخوفات من التصعيد

بالأزمة الأوكرانية، وانعكاسات العقوبات الاقتصادية على موسكو من إحداث اضطراب بالملفات الاقتصادية ذات التشبيكات الدولية، مثل: اضطراب أسواق الطاقة العالمية، اضطراب أسواق الحبوب العالمية، اضطراب معدلات التضخم العالمي، اضطراب سلاسل الإمداد العالمية (إيمان زهران، 2022).

رابعاً: تراكم مشاكل الاقتصاد المصري منذ فترات سابقة:

عانى الاقتصاد المصري من العديد من المشكلات على مدى فترات طويلة منها ما كان باعثاً على قيام ثورة 25 يناير، مثل الفقر والبطالة وغلاء الأسعار، وفاقمت المرحلة الانتقالية التي مرت بها مصر بعد الثورة من حدة تلك المشكلات، حيث شهدت مؤشرات الاقتصاد خلال عام 2013 وقبل ثورة 30 يونيو تدهوراً كبيراً، خاصة ما يتعلق بالوضع المصرفي؛ حيث اقترب الاحتياطي النقدي إلى أقل مستوى له بوصوله إلى 13 مليار دولار فقط، كما نشرت وسائل الإعلام الغربية صورة سلبية دولية عن الاقتصاد ومناخ الاستثمار الأجنبي المتخبط في تلك الفترة، ومشكلة غياب الاستقرار الأمني، وتراجع عائدات قطاع السياحة، وتراجع العملة الوطنية المصرية أمام الدولار الأمريكي، وعجز الموازنة العامة للدولة المصرية، إضافة إلى تفاقم حجم الدين الخارجي (نورهان فتحي، 2022، ص 96) و(راللا عبد الوهاب، 2020).

خامساً: تحديات الاقتصاد المصري في ظل الأزمات السابقة:

واجه الاقتصاد المصري انعكاسات مباشرة للأزمات السابقة؛ إذ شهدت أسواق المال هبوطاً في أول أيام الهجوم الروسي، وارتفعت أسعار الذهب بشكل ملحوظ، كما ارتفعت أسعار النفط، وهو ما أثر على الموازنة العامة للدولة وحدوث عجز في الموازنة خاصة في بند دعم المحروقات، كما تأثر قطاع السياحة في مصر بسبب انخفاض أعداد السائحين الأوكرانيين والروسين في مصر، ومن المتوقع أن تتخفّض أيضاً أعداد السائحين الأوروبيين بشكل عام؛ بسبب التداعيات الاقتصادية المحتملة للصراع على معدلات التضخم والرفاهة الاقتصادية. وسيبقى التضخم العالمي أبرز التحديات التي يجب أن يتعامل معها الاقتصاد المصري بحذر؛ ولذلك يقوم البنك المركزي المصري برفع معدلات الفائدة لتقليل أثر التضخم ومنع زيادة الطلب على شراء الدولار، إلا أن ذلك قد يؤدي

لارتفاع في حجم الدين عن المخصصات الواردة بالموازنة، كما يقلل من معدلات النمو (راجية البدوي، 2022).

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة:

1- مدى اهتمام الباحثين بمتابعة التحديات التي تواجه الاقتصاد المصري عبر الصحافة الرقمية:

جدول (2)

مدى اهتمام الجمهور بمتابعة التحديات

م	درجة الاهتمام	ك	%
1	أهتم بدرجة متوسطة	245	58.2
2	أهتم بدرجة كبيرة	153	36.3
3	لا أهتم على الإطلاق	23	5.5
	الإجمالي	421	100

يتضح من الجدول أن غالبية الباحثين يهتمون بمتابعة التحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية "بدرجة متوسطة" حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 58.2%، ثم "بدرجة كبيرة" بنسبة 36.3%، وهي نسب كبيرة تدل على أهمية التحديات الاقتصادية بالنسبة للجمهور فهي مرتبطة بشكل دائم بحياته وقراراته الاقتصادية.

2- أهم القضايا الاقتصادية التي يتابعها الجمهور عبر الصحافة الرقمية:

جدول (3)

أهم القضايا الاقتصادية التي يتابعها الجمهور

م	القضية	دائماً		أحياناً		نادراً		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		ك	%	ك	%	ك	%		
1	ارتفاع أسعار السلع بشكل عام	315	74.8	100	23.8	6	1.4	2.73	0.474
2	انخفاض قيمة الجنيه أمام الدولار والعملات الأخرى	280	66.5	118	28	23	5.5	2.61	0.590
3	تأثير الأوضاع العالمية على وضع الاقتصاد المصري	219	52	155	36.8	47	11.2	2.41	0.683
4	معدل نمو الاقتصاد المصري	107	25.4	188	44.7	126	29.9	1.95	0.743
5	معدل البطالة في مصر	98	23.3	202	48	121	28.7	1.95	0.720
6	مشاكل استيراد السلع وحجزها بالموانئ	112	26.6	159	37.8	150	35.6	1.91	0.785
7	قضية القروض الخارجية	104	24.7	138	32.8	179	42.5	1.82	0.801

يتضح من الجدول السابق أن أهم القضايا التي يتابعها الجمهور المصري عبر الصحافة الرقمية هي: ارتفاع أسعار السلع، ثم "انخفاض قيمة الجنيه أمام الدولار والعملات الأخرى"، ثم "تأثير الأوضاع العالمية (كورونا- الأزمة الروسية الأوكرانية- الأزمة المالية العالمية) على وضع الاقتصاد المصري" على التوالي بمتوسطات متقاربة 2.7 ثم 2.6 ثم 2.4 وهي قضايا تتفق مع القضايا المطروحة على الساحة الإعلامية في الوقت الحالي والمسيطر على حديث الرأي العام، حيث استمر انخفاض قيمة الجنيه وما تبعه من ارتفاع الأسعار، وهي أمور مرتبطة أيضاً بالأوضاع العالمية المحيطة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نورهان فتحي، 2022) التي أوضحت أن القضايا الاقتصادية التي تتمتع بأعلى درجة أهمية وفقاً لرأي النخبة هي قضايا (تعويم الجنيه، القروض الخارجية، وارتفاع الأسعار).

3- مدى التماس الجمهور للمعلومات حول التحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية:

جدول (4)

مدى التماس الجمهور للمعلومات حول التحديات الاقتصادية

م	درجة الالتماس	ك	%
1	ألتمس أحياناً	227	53.9
2	ألتمس دائماً	107	25.4
3	ألتمس نادراً	87	20.7
	الإجمالي	421	100

يتضح من الجدول السابق أن الجمهور يلتصق بالمعلومات حول التحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية "أحياناً" حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 53.9%، ثم "دائماً" بنسبة 25.7%؛ وهي نسب منطقية تتفق مع حجم اهتمام الجمهور بالتحديات الاقتصادية، بالإضافة إلى أنه من الممكن أن يلتصق الجمهور بمعلوماته عبر وسائل أخرى غير الصحافة الرقمية، وهو ما نتابعه فيما يلي.

4- درجة اعتماد الجمهور على المصادر المختلفة للتماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية:

جدول (5)

درجة اعتماد الجمهور على المصادر المختلفة للتماس المعلومات

م	المصادر	أعتمد بدرجة كبيرة		أعتمد بدرجة متوسطة		أعتمد بدرجة ضعيفة		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
		%	ك	%	ك	%	ك			
1	مصادر تقليدية		الاتصال المباشر بالأهل والأصدقاء	38.7	163	39.9	168	21.4	90	2.17
			التلفزيون	37.3	157	34.9	147	27.8	117	2.10
			الصحف الورقية	7.6	32	22.8	96	69.6	293	1.38
			الراديو	5.2	22	20.4	86	74.3	313	1.31
2	مصادر رقمية		صفحات الصحف على وسائل التواصل الاجتماعي	69.8	249	23.5	99	6.7	28	2.63
			المواقع الإلكترونية للصحف	56.3	237	30.6	129	13.1	55	2.43
			المواقع الإخبارية	52	219	34	143	14	59	2.38
			التطبيقات الإخبارية على الهواتف	30.4	128	31.8	134	37.8	159	1.93

جدول (6)

مستوى اعتماد الجمهور على المصادر المختلفة للتماس المعلومات

م	المصادر	مرتفع		متوسط		منخفض		الإجمالي	
		%	ك	%	ك	%	ك		
1	المصادر التقليدية		6.9	29	50.6	213	42.5	179	421
			52.7	222	37.3	157	10	42	

توضح نتائج الجدولين السابقين اعتماد الجمهور بدرجة مرتفعة على "المصادر الرقمية الجديدة" بنسبة 52.7%، ثم بدرجة متوسطة بنسبة 37.3%، وهي نسب مرتفعة تدل على مدى اهتمام الجمهور واستخدامه للوسائل الحديثة بشكل عام والصحافة الرقمية بشكل خاص، وتتفق هذه النتيجة مع دراسات (سعد كاظم، 2020) و(سلمان فيحان، 2019) و(مصطفى صابر، 2016) التي أوضحت ارتفاع اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الجديدة بوصفها مصدراً للتماس المعلومات. وجاءت "صفحات الصحف على وسائل التواصل الاجتماعي" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.63، وهي نتيجة تتفق مع تزايد استخدام الجمهور لوسائل التواصل

الاجتماعي بشكل عام.

وجاءت "المواقع الإلكترونية للصحف" و"المواقع الإخبارية" في المرتبة الثانية والثالثة بمتوسطات 2.4 و 2.3 على التوالي والمواقع الإلكترونية للصحف تعني مواقع الصحف التي لها نسخ ورقية مطبوعة، وهي تدل أيضاً على زيادة استخدام الوسائل الرقمية الجديدة مقارنة بالوسائل التقليدية.

كما يتضح من الجدولين السابقين تراجع استخدام "المصادر التقليدية" حيث جاء استخدامها بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 50.6% ولم يأت استخدامها بدرجة مرتفعة إلا بنسبة 6.9% وهي نسبة ضئيلة، وجاء "الاتصال المباشر بالأهل والأصدقاء" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.17، ثم التلفزيون بمتوسط 2.10، وهي تدل على تراجع مشاهدة التلفزيون التقليدي بعد ما كان متصداً لوسائل الإعلام لفترات طويلة.

5- دوافع التماس المعلومات حول تحديات الاقتصاد المصري عبر الصحافة الرقمية:

جدول (7)

دوافع التماس المعلومات

م	الدوافع	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		%	ك	%	ك	%	ك		
دوافع نفعية									
1	متابعة أخبار التحديات الاقتصادية	42.8	180	43.7	184	13.5	57	2.29	0.692
2	لتمدني بمعلومات لم تتناولها وسائل الإعلام التقليدية	45.1	190	37.1	156	17.8	75	2.27	0.746
3	لفهم ومعرفة التفاصيل من خلال آراء الخبراء والمتخصصين حول التحديات	42	177	39.2	165	18.8	79	2.23	0.745
4	لاتخاذ قراراتي الاقتصادية	41.3	174	40.4	170	18.3	77	2.23	0.738
دوافع طقوسية									
5	أتابعها نوعاً من الفضول وحب الاستطلاع	33	139	41.6	175	25.4	107	2.08	0.762
6	التعود على متابعة القضايا الاقتصادية	27.3	115	41.1	173	31.6	133	1.96	0.767

يتضح من الجدول السابق سيطرة "الدوافع النفعية" الخاصة بالجمهور لالتماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (رشا محمد،

(2020) التي أوضحت أن "الدوافع النفسية" جاءت في المرتبة الأولى لالتماس الجمهور للمعلومات الصحية.

وجاء دافع "متابعة أخبار التحديات الاقتصادية" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.29، وتتفق هذه النتيجة مع دراستي (شريف نبيل، 2015) و(بسنت عطية، 2014) اللتان توصلتا إلى أن أسباب متابعة الجمهور للأحداث الاقتصادية كان "الحصول على معلومات حول مشكلات مصر"، ثم "الحصول على المستجدات الاقتصادية".

وجاء دافع "لتمدني بمعلومات لم تتناولها وسائل الإعلام التقليدية" في المرتبة الثانية بمتوسط 2.27 وهو يدل على أهمية الصحافة الرقمية باعتبارها مصدراً جديداً يقدم معلومات لم تتناولها الوسائل التقليدية بما يتضمنه من معلومات رسمية تقدمها المواقع الإخبارية، ومعلومات رسمية وغير رسمية من صفحات وسائل التواصل الاجتماعي التي تعكس بشكل مباشر آراء الجمهور وردود أفعالهم حول الأوضاع والتحديات الاقتصادية.

وجاءت "الدوافع الطقوسية" في المرتبة الأخيرة حيث جاء دافعا "أتابعها نوعاً من الفضول وحب الاستطلاع" و"التعود على متابعة القضايا الاقتصادية" بمتوسطات 2.08 و1.96، وهي نتيجة منطقية؛ فالأخبار الاقتصادية مرتبطة بالمنفعة التي تعود على الجمهور، حيث ترتبط بتفاصيل حياته اليومية، وليس مجرد تسلية وفضول.

6- خطوات التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية: جدول (8)

خطوات التماس المعلومات

م	الخطوات	نعم		أحياناً		لا		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		%	ك	%	ك	%	ك		
1	شعرت بخطر تحديات الاقتصاد المصري فبحثت عن معلومات عنها	52.7	222	33	139	14.3	60	0.723	2.38
2	تحققت من صدق وصحة المعلومات التي حصلت عليها	46.6	196	38	160	15.4	65	0.724	2.31
3	بحثت عن المعلومات المطلوبة في مصادر مختلفة	43.5	183	37.5	158	19	80	0.752	2.24
4	قمت بتقييم بعض المعلومات التي جمعتها بالقبول أو بالرفض	32.5	137	42.8	180	24.7	104	0.753	2.08
5	نشرت المعلومات التي توصلت إليها عبر وسائل التواصل	16.4	69	27.3	115	56.3	237	0.754	1.60

يتضح من الجدول أن عبارة "شعرت بخطورة تحديات الاقتصاد المصري فالتمست معلومات عنها" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.38، وهي منطقية؛ فبداية البحث عن شيء تكون بالشعور بخطورته أو أهميته ثم الشروع في البحث عنه، ثم جاءت عبارة "تحققت من صدق وصحة المعلومات التي حصلت عليها" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.31، وهي خطوة مهمة تعني عدم انسياق الجمهور وراء أية معلومات يتعرض لها، بل التحقق من صدقها وصحتها؛ لذلك جاءت أعلى من عبارة "بحثت عن المعلومات المطلوبة في مصادر مختلفة" في المتوسط الحسابي بفارق ضئيل ومتوسط حسابي يساوي 2.24. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Robinson, 2014, p242) التي ترى أنه لكي تكتمل عملية التماس المعلومات يجب تصفية المعلومات أو تقييمها، فالمعلومات مهمة، ولكن الأهم من ذلك هو معرفة ما إذا كانت المعلومات صحيحة وموثوقة وذات صلة بالموضوع أم لا، وعندما تتم تصفية المعلومات- تتم مراجعتها وتقييمها- يثق المستخدمون بالمصدر. وجاءت عبارة "نشرت المعلومات التي توصلت إليها عبر وسائل التواصل" في المرتبة الأخيرة، وهي تعني أن الجمهور اهتم بالبحث عن المعلومات والتأكد من صحتها أكثر من اهتمامه بنشرها.

7- الثقة في الصحافة الرقمية بوصفها مصدراً لالتماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية:

جدول (9)

الثقة في الصحافة الرقمية بوصفها مصدراً لالتماس المعلومات

م	درجة الالتماس	ك	%
1	أثق بدرجة متوسطة	301	71.5
2	أثق بدرجة كبيرة	89	21.1
3	لا أثق على الإطلاق	31	7.4
	الإجمالي	421	100

يتضح من الجدول السابق ارتفاع مستوى الثقة في الصحافة الرقمية بشكل عام بوصفها مصدراً لالتماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية؛ حيث جاءت "أثق بدرجة متوسطة" بنسبة 71.5% ثم "أثق بدرجة كبيرة" بنسبة 21.1% في حين جاءت "لا أثق على الإطلاق" في المرتبة الأخيرة بنسبة 7.4% فقط، وهو أمر يُحسب للصحافة الرقمية

وإن كانت تحتاج لمزيد من الإجراءات حتى يصبح مستوى الثقة بدرجة كبيرة وليست متوسطة فقط لدى الجمهور.

8- مدى توافق المحتوى المقدم في المصادر المختلفة مع ميول واتجاهات الجمهور نحو التحديات الاقتصادية:

جدول (10)

مدى توافق المحتوى المقدم مع ميول واتجاهات الجمهور

م	المصادر	تتوافق بدرجة كبيرة		تتوافق بدرجة متوسطة		لا تتوافق على الإطلاق		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
		%	ك	%	ك	%	ك			
1	مصادر تقليدية	الاتصال المباشر بالأهل والأصدقاء	37.1	156	49.2	207	13.8	58	0.675	2.23
			34.7	146	41.3	174	24	101	0.759	2.11
			16.2	68	44.9	189	39	164	0.707	1.77
			10	42	44.2	186	45.8	193	0.656	1.64
2	مصادر جديدة	صفحات الصحف على وسائل التواصل الاجتماعي	43	181	46.6	196	10.5	44	0.655	2.33
			39.7	167	49.9	210	10.5	44	0.646	2.29
			34.7	146	54.4	229	10.9	46	0.633	2.24
			27.3	115	46.8	197	25.9	109	0.730	2.01

جدول (11)

مستوى توافق المحتوى المقدم مع ميول واتجاهات الجمهور

م	المصادر	مرتفع		متوسط		منخفض		الإجمالي
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	المصادر التقليدية	17.3	73	56.8	239	25.9	109	421
2	المصادر الرقمية الجديدة	37.5	158	52.5	221	10	42	

يتضح من الجدولين السابقين أن مستوى توافق المحتوى المقدم حول التحديات الاقتصادية جاء متوسطاً في المصادر الرقمية الجديدة بنسبة 52.5%، ثم مرتفعاً بنسبة 37.5%، وجاء مستوى التوافق مع المصادر التقليدية متوسطاً أيضاً بنسبة 56.8%، ولكن تلاه التوافق المنخفض بنسبة 25.9%، وهي نتيجة تتفق نسبياً مع النتيجة السابقة الخاصة بالاعتماد على المصادر المختلفة لمتابعة التحديات الاقتصادية؛ حيث غلب الاعتماد على المصادر الرقمية الجديدة وهو ما يتفق مع نظرية التماس المعلومات، حيث يتجه الجمهور للتماس المعلومات من المصادر التي تتفق مع ميوله واتجاهاته، وتتفق هذه

النتيجة مع دراسة (مي عبد الرازق، 2016) التي أوضحت أن درجة توافق المحتوى المقدم في حسابات وكالات الأنباء مع ميول واتجاهات الجمهور جاء "متوسطاً" بنسبة 65.9%.

وتُظهر النتائج أن "صفحات الصحف على وسائل التواصل الاجتماعي" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.33، وهي نتيجة منطقية؛ فوسائل التواصل تعكس وجهة نظر الجمهور وتتيح له التعبير عن رأيه؛ من خلال التفاعل على صفحات هذه الصحف سواء بالإعجاب، أو التعليق، أو المشاركة.. وغيرها، فمن المنطقي إذاً أن تتوافق صفحات الصحف على وسائل التواصل مع ميول واتجاهات المبحوثين، فهي أكثر المصادر التي تتيح لهم التعبير عن آرائهم ومشاركتها مع بقية الجمهور.

وجاءت "المواقع الإلكترونية للصحف الورقية" و"المواقع الإخبارية" في المرتبة الثانية والثالثة على التوالي بمتوسط حسابي 2.29 و 2.24، وهي نتيجة تتماشى مع بقية النتائج التي تؤكد توافق ميول الجمهور مع ما تقدمه الوسائل الرقمية الجديدة.

وفيما يتعلق بالمصادر التقليدية فقد جاء "الاتصال المباشر بالأهل والأصدقاء" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.23، وهي نتيجة منطقية؛ حيث تتوافق ميول واتجاهات الأفراد في الغالب مع الأهل والأصدقاء المقربين منهم، وجاء التلفزيون في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.11.

9- إدراك الجمهور للتحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية:

جدول (12)

إدراك الجمهور للتحديات الاقتصادية

م	العبارات	إجابة صحيحة		إجابة خطأ/ لا أعرف	
		%	ك	%	ك
1	ارتفاع الدين الخارجي يعتبر مشكلة أمام تحقيق التنمية الاقتصادية	80.3	338	19.7	83
2	ارتفاع أسعار السلع في مصر سببه اعتماد الدولة بشكل كبير على الاستيراد	72.9	307	27.1	114
3	أسهمت الأزمة الروسية الأوكرانية في تراجع الوضع الاقتصادي المصري والعالمي	71.3	300	28.7	121
4	إجراءات الإصلاح الاقتصادي سهلة ولا تستغرق وقتاً طويلاً	69.4	292	30.6	129
5	الأزمة الاقتصادية المصرية ليست جزءاً من أزمة اقتصادية عالمية	64.6	272	35.4	194
6	تراجع قيمة الجنيه المصري أمام الدولار أحد أسبابه ارتفاع سعر الدولار عالمياً	59.6	251	40.4	170
7	ارتفاع الأسعار سببه زيادة الطلب على السلع دون أن يقابلها زيادة في المعروض	58	244	42	177
8	مشكلات الاقتصاد المصري أحد أسبابها السياسات الاقتصادية لأنظمة الحكم السابقة	52.7	222	47.3	199
9	الاقتصاد المصري قادر على عبور الأزمة المالية الحالية سريعاً	45.1	190	54.9	231
10	توفير برامج الحماية الاجتماعية مثل تكافل وكرامة كاف لتحقيق الإصلاح الاقتصادي	38	160	62	261
11	استطاعت مصر الخروج من أزمة فيروس كورونا دون أضرار اقتصادية كبيرة	33	139	67	282

جدول (13)

مستوى إدراك الجمهور للتحديات الاقتصادية

م	المستوى	ك	%
1	متوسط	194	46.1
2	مرتفع	141	33.5
3	منخفض	86	20.4
	الإجمالي	421	100

صممت الباحثة مقياساً للإدراك يضم 11 عبارة، قُدرت الإجابات الصحيحة بدرجة والإجابات الخاطئة أو التي لا يعرفها الجمهور بصفر، وتم جمع الدرجات ليتكون مقياساً تتراوح درجاته بين صفر إلى 11 درجة، بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات المبحوثين

6.44 بانحراف معياري 2.244، وكانت العبارات الصحيحة رقم 1- 2- 3- 6- 7- 8- 11 والعبارات الخطأ 4- 5- 9- 10 بعد إعادة ترتيبها تنازلياً وفقاً لنتائج العبارات الصحيحة.

جاء مستوى إدراك التحديات الاقتصادية لدى المبحوثين "متوسطاً" بنسبة 46.1%، ومرتفعاً بنسبة 33.5%، وهي نسب جيدة توضح اهتمام الجمهور ومتابعته للتحديات الاقتصادية وإدراكه لأبعاد هذه التحديات، وهو أمر منطقي؛ نظراً لارتباط التحديات والقضايا الاقتصادية بشكلٍ عام بحياة المواطن وقراراته الاقتصادية وتفاصيل حياته اليومية.

وكانت أكثر العبارات الصحيحة التي أجاب عليها الجمهور هي "ارتفاع الدين الخارجي يعتبر مشكلة أمام تحقيق التنمية الاقتصادية" بنسبة 80.3%، ثم "ارتفاع أسعار السلع في مصر سببه اعتماد الدولة بشكلٍ كبير على الاستيراد" بنسبة 72.9%، وبنسبة قريبة منها جاءت عبارة "أسهمت الأزمة الروسية الأوكرانية في تراجع الوضع الاقتصادي المصري والعالمي" بنسبة 71.3%.

وكانت أكثر العبارات الخاطئة التي أجاب عليها الجمهور على أنها صحيحة "إجراءات الإصلاح الاقتصادي سهلة ولا تستغرق وقتاً طويلاً" بنسبة 69.4%، وقد يرجع ذلك ليس لعدم وعي الجمهور بالمعلومة فقط، ولكن أيضاً لتمنيات الجمهور بحدوث ذلك وعبور التحديات سريعاً، تلاها عبارة "الأزمة الاقتصادية المصرية ليست جزءاً من أزمة اقتصادية عالمية" بنسبة 64.6%.

أما أكثر العبارات الصحيحة التي أجاب عنها المبحوثون خطأ فهي "استطاعت مصر الخروج من أزمة فيروس كورونا دون أضرار اقتصادية كبيرة" بنسبة 67%، وهي معلومة لا يعلمها أو لا يتوقعها الكثير بالفعل؛ لأن من الصعب الخروج من مثل هذه الأزمة دون خسائر كبيرة، ولكن الإحصاءات الرسمية تؤكد هذه المعلومة (سلسلة اتجاهات محلية، 2021).

10- الإجراءات التي يقوم بها الجمهور عند احتياجه للمعلومات عن التحديات الاقتصادية: (استراتيجية البحث المجازف)

جدول (14)

الإجراءات التي يقوم بها الجمهور عند احتياجه للمعلومات

م	الإجراءات	نعم		أحياناً		لا		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		%	ك	%	ك	%	ك		
1	البحث في مصادر إخبارية متعددة أتوقع أنها ستزودني بالمعلومات	65.1	274	27.1	114	7.8	33	0.634	2.57
2	المقارنة والنقد للمعلومات التي حصلت عليها من المصادر المختلفة	52.5	221	32.3	136	15.2	64	0.734	2.37
3	الاعتماد على مصدر إخباري واحد بشكل دائم	15	63	34	143	51.1	215	0.729	1.64

جدول (15)

مستويات البحث المجازف

م	المستوى	ك	%
1	منخفض	220	52.3
2	متوسط	149	35.4
3	مرتفع	52	12.4
	الاجمالي	421	100

يتضح من الجدولين السابقين أن مستوى البحث المجازف عند الجمهور كان منخفضاً بنسبة 52.3%، ثم متوسطاً بنسبة 35.4%، وهي نسب جيدة حيث يعتمد الجمهور على "البحث في مصادر إخبارية متعددة أتوقع أنها ستزودني بالمعلومات" بمتوسط حسابي 2.57، ثم "المقارنة والنقد للمعلومات التي حصلت عليها من المصادر المختلفة" بمتوسط حسابي 2.37، ولم يعتمد بشكل كبير على "مصدر إخباري واحد بشكل دائم" للحصول على معلوماته حول التحديات الاقتصادية، وهو أمر منطقي في ظل تعدد مصادر الأخبار وإتاحتها بشكل مجاني وفوري وسهل الوصول إليه. وتتفق هذه النتيجة مع دراسات (Rains & Erin, 2016) ودراسة (choudhury et al, 2014) التي توصلت إلى أن الجمهور يتبع استراتيجية الجمع بين عدة مصادر لالتماس المعلومات لتحقيق التكامل وأقصى إفادة ممكنة، خاصة مع وجود العديد من المصادر المتاحة.

11- العوامل المؤثرة في سلوك التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية:
جدول (16)

العوامل المؤثرة في سلوك التماس المعلومات

م	العوامل	دائما		أحيانا		لا		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		ك	%	ك	%	ك	%		
1	أستفيد بتوظيف المعلومات التي أحصل عليها لتحقيق مصلحتي	181	43	172	40.9	68	16.2	0.722	2.27
2	أبحث عن المعلومات الاقتصادية بهدف تدعيم اتجاهاتي وميولي الحالية	163	38.7	190	45.1	68	16.2	0.706	2.23
3	أبحث عن المعلومات لحاجتي لتتبع الموضوعات التي اتابعها	152	36.1	198	47	71	16.9	0.703	2.19
4	أسعى للحصول على المعلومات لقضاء وقت فراغي	67	15.9	170	40.4	184	43.7	0.721	1.72

يوضح الجدول السابق أن أهم العوامل المؤثرة في سلوك التماس المعلومات لدى الباحثين كانت: "أستفيد بتوظيف المعلومات التي أحصل عليها لتحقيق مصلحتي" بمتوسط حسابي 2.27، ثم "أبحث عن المعلومات الاقتصادية بهدف تدعيم اتجاهاتي وميولي الحالية" بمتوسط حسابي 2.23، وهو ما يتفق مع فرضيات نظرية التماس المعلومات التي ترى أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الحالية. وجاء في المرتبة الأخيرة "أسعى للحصول على المعلومات لقضاء وقت فراغي"، وهو أمر منطقي؛ حيث يهتم الباحثون بالمعلومات الاقتصادية لتحقيق مصلحتهم في المقام الأول، خاصة أن هذه المعلومات تمس حياتهم بشكل مباشر وليس مجرد قضاء وقت فراغ، وتتفق هذه العوامل المؤثرة مع العوامل التي ذكرها الدكتور صالح أصبع في كتابه حول العوامل المؤثرة في سلوك التماس المعلومات (صالح أبو أصبع، 2006).

12- مقترحات تطوير تغطية الصحافة الرقمية لتحديات الاقتصاد المصري:

جدول (17)

مقترحات تطوير تغطية الصحافة الرقمية لتحديات الاقتصادية

م	المقترحات	ك	%
1	الاهتمام بتقديم معلومات مبسطة يستطيع الجمهور العام فهمها	303	72
2	الاهتمام بتصحيح الشائعات حول الأوضاع الاقتصادية	257	61
3	استخدام وسائل متنوعة لتوصيل المعلومات للجمهور مثل الفيديو والصور وغيرها	242	57.5
4	الاهتمام بعرض آراء الجمهور ودراسة احتياجاته	234	55.6
5	الاعتماد على شرح آراء الخبراء والمتخصصين	193	45.8

يتضح من الجدول السابق أن أبرز المقترحات التي قدمها الباحثون لتطوير تغطية الصحافة الرقمية لتحديات الاقتصاد المصري كانت "الاهتمام بتقديم معلومات مبسطة يستطيع الجمهور العام فهمها" بنسبة 72%، وهي نتيجة منطقية؛ فالأمور الاقتصادية أمور صعبة الفهم للجمهور العام وتحتاج شرحاً وتبسيطاً، خاصة إذا كانت تلك الأمور والتحديات مرتبطة بحياة المواطنين وغير مقتصرة على المسؤولين، أو الخبراء، أو المؤسسات الاقتصادية، وبالتالي فالشرح والتبسيط دوره مهم يجب أن تقوم به الصحافة المصرية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Vobic et al, 2014) التي أوضحت اعتماد الصحف على تبسيط شرح الأزمة الاقتصادية مع استخدام الخبراء بوصفهم مصادر إخبارية دائمة.

وجاء في المرتبة الثانية "الاهتمام بتصحيح الشائعات حول الأوضاع الاقتصادية" بنسبة 61%، وتدلل على إدراك الجمهور وتعرضه للكثير من الشائعات حول الأوضاع والتحديات الاقتصادية؛ وهو الأمر الذي يجب أن تلتفت له وسائل الإعلام بشكل عام والصحافة الرقمية بشكل خاص.

ثانياً: نتائج الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة بين مستوى التماس الجمهور للمعلومات حول التحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية وكل من: (مستوى إدراكه للتحديات- البحث المجازف عن المعلومات).

جدول (18)

العلاقة بين التماس المعلومات والإدراك والبحث المجازف

التماس الجمهور للمعلومات		
مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
0.000	0.266	إدراك الجمهور للتحديات الاقتصادية
0.000	0.334-	البحث المجازف

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين التماس الجمهور للمعلومات حول التحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية وإدراكه لهذه التحديات، حيث قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.266) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.000)؛ أي أنه كلما زاد التماس المعلومات زاد إدراك المبحوثين، وهي نتيجة منطقية؛ فزيادة البحث عن المعلومات خاصة في مصادر متعددة تؤدي لزيادة الوعي وإدراك القضية أو التحديات، وتتفق هذه النتيجة مع دراستي (هناء محمد، 2021) و(رشا محمد، 2020) اللتين أوضحنا وجود علاقة بين التماس المعلومات وإدراك ووعي المبحوثين بأزمة سد النهضة والمعلومات الصحية.

كما يتضح من الجدول وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين التماس الجمهور للمعلومات الاقتصادية والبحث المجازف لديه، حيث قيمة معامل ارتباط بيرسون (-0.334)؛ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.000)، أي أنه كلما زاد التماس المعلومات عبر الصحافة الرقمية قلَّ البحث المجازف- الذي يعتمد على وسيلة واحدة- فزيادة الالتماس قد ترتبط بالالتماس من مصادر متعددة وليس مصدراً واحداً بشكل متكرر، وهو ما يتفق مع النتيجة السابقة في البحث الخاصة باستراتيجية البحث المجازف عن المعلومات.

وبالتالي تتضح صحة الفرض الأول القائل بوجود علاقة بين مستوى التماس الجمهور للمعلومات حول التحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية وكلٌّ من: (مستوى إدراك الجمهور- البحث المجازف عن المعلومات).

الفرض الثاني: توجد علاقة بين مستوى الثقة في الصحافة الرقمية وكلٌّ من:

أ- مستوى التماس الجمهور للمعلومات حول التحديات الاقتصادية.

ب- مستوى إدراك الجمهور للتحديات الاقتصادية.

جدول (19)

العلاقة بين الثقة في الصحافة الرقمية والالتماس والإدراك

الثقة في الصحافة الرقمية كمصدر للمعلومات		مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية
مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
0.000	0.172	مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية
0.901	0.006	إدراك الجمهور للتحديات الاقتصادية

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين مستوى الثقة في الصحافة الرقمية ومستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية، حيث قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.172)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.000)، أي أنه كلما زادت الثقة في الصحافة الرقمية بوصفها مصدراً للمعلومات زاد التماس الجمهور للمعلومات من خلالها؛ فالجمهور يذهب للمصدر الذي يثق فيه للحصول على المعلومات، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (هناء محمد، 2021) التي توصلت إلى أن هناك علاقة بين مستوى ثقة المبحوثين في صحافة الموبايل والتماسهم للمعلومات منها.

في حين يتضح من الجدول عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى الثقة في الصحافة الرقمية ومستوى إدراك الجمهور للتحديات الاقتصادية حيث قيمة ارتباط بيرسون (0.006)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.901)، بمعنى أن الجمهور قد يبحث عن المعلومات في مصادر مختلفة يثق في بعضها ولا يثق في البعض

الآخر، ولكنه في النهاية يُكوّن وعياً وإدراكاً حول التحديات الاقتصادية بغض النظر عن ثقته فيها، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (هناء محمد، 2021) التي توصلت إلى وجود علاقة بين الثقة في صحافة الموبايل ومدى إدراك المبحوثين لأزمة سد النهضة. ومن هنا تتضح صحة الفرض الثاني جزئياً، حيث توجد علاقة بين مستوى الثقة في الصحافة الرقمية ومستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية، ولا توجد علاقة بين مستوى الثقة في الصحافة الرقمية ومستوى إدراك الجمهور للتحديات الاقتصادية.

الفرض الثالث: يوجد فروق بين أفراد الجمهور في (مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية - مستوى إدراك التحديات الاقتصادية) عبر الصحافة الرقمية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المستوى الاجتماعي الاقتصادي)، وينقسم هذا الفرض إلى أربعة فروض فرعية: الفرض الفرعي الأول: يوجد فروق بين المبحوثين في (مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية - مستوى إدراك التحديات الاقتصادية) وفقاً للنوع.

جدول (20)

الفروق بين المبحوثين وفقاً للنوع

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة (ت)	إناث			ذكور			النوع
			الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	
0.003	419	3.002	0.641	1.96	224	0.705	2.15	197	التماس المعلومات حول التحديات
0.619	419	0.497-	2.194	6.50	224	2.304	6.39	197	إدراك التحديات الاقتصادية

يتضح من الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية؛ لأن قيمة (ت) تساوي (3.002) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.003) والفروق لصالح الذكور بمتوسط حسابي (2.15) مقابل (1.96) للإناث، وهو فرق ضئيل، وربما يرجع ذلك لكون الرجال مسؤولين أكثر عن توفير الالتزامات المالية الاقتصادية الخاصة بالأسرة، وبالتالي هم الأكثر بحثاً عن المعلومات، في حين يتضح من الجدول عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين

الذكور والإناث في مستوى إدراك التحديات الاقتصادية أي أن متغير النوع لم يكن مؤثراً في إدراك التحديات؛ لأن الكل يعايش التحديات بنفسه.

وبالتالي ثبت صحة الفرض الفرعي الأول جزئياً؛ حيث توجد فروق دالة إحصائية في مستوى التماس المعلومات وفقاً للنوع، في حين لا توجد فروق في مستوى إدراك التحديات وفقاً للنوع.

الفرض الفرعي الثاني: يوجد فروق بين المبحوثين في (مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية- مستوى إدراك التحديات الاقتصادية) وفقاً للسن.

جدول (21)

الفروق بين المبحوثين وفقاً للسن

المتغير	السن	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية		قيمة (ف)	مستوى المعنوية
					بين المجموعات	داخل المجموعات		
التماس المعلومات حول التحديات	من 18- أقل من 30	216	1.91	0.615	2	418	12.53	0.000
	من 30 لأقل من 42	142	2.11	0.716				
	من 42 فأكثر	63	2.37	0.679				
	الإجمالي	421	2.05	0.678				
إدراك التحديات الاقتصادية	من 18- أقل من 30	216	6.36	2.382	2	418	0.700	0.497
	من 30 لأقل من 42	142	6.44	2.098				
	من 42 فأكثر	63	6.74	2.078				
	الإجمالي	421	6.44	2.244				

يتضح من الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى التماس المعلومات الاقتصادية وفقاً للسن حيث قيمة (ف) تساوي (12.53)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.000) وذلك لصالح الفئة العمرية الأكبر (من 42 سنة فأكثر) بمتوسط حسابي 2.37، ثم الفئة العمرية (من 30 سنة لأقل من 42) بمتوسط 2.11، ثم الفئة العمرية من (18 لأقل من 30 سنة)، وبالتالي كلما زاد السن زاد التماس المعلومات؛ وقد يرجع ذلك لأن المسؤولين عن الإنفاق في الأسرة هم الأكبر

سناً، وبالتالي هم الأكثر التماساً وبحثاً عن المعلومات الاقتصادية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Jacobs et al, 2017) التي أوضحت أن الأكبر سناً هم الأكثر بحثاً والتماساً للمعلومات.

في حين يتضح من النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في إدراك التحديات الاقتصادية وفقاً للسن حيث قيمة (ف) تساوي (0.700)، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.497)، أي أن متغير السن لم يكن عامل مؤثر في إدراك المبحوثين للتحديات الاقتصادية.

ويتضح صحة الفرض الفرعي الثاني جزئياً؛ حيث توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى التماس المعلومات الاقتصادية وفقاً للسن، وعدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في إدراك التحديات الاقتصادية وفقاً للسن.

الفرض الفرعي الثالث: يوجد فروق بين المبحوثين في (مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية- مستوى إدراك التحديات الاقتصادية) وفقاً للمستوى التعليمي.

جدول (22)

الفروق بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	المستوى التعليمي	المتغير
		داخـل المجموعات	بين المجموعات					
0.042	3.20	418	2	0.676	1.92	111	تعليم متوسط / فوق متوسط	التماس المعلومات حول التحديات
				0.686	2.07	207	بكالوريوس / ليسانس	
				0.648	2.15	103	ماجستير - دكتوراه	
				0.678	2.05	421	الإجمالي	
0.365	1.01	418	2	2.254	6.18	111	تعليم متوسط / فوق متوسط	إدراك التحديات الاقتصادية
				2.250	6.54	207	بكالوريوس / ليسانس	
				2.222	6.53	103	ماجستير - دكتوراه	
				2.244	6.44	421	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية وفقاً للمستوى التعليمي، حيث قيمة (ف) تساوي 3.20 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.042) وذلك لصالح المستوى التعليمي الأعلى (ماجستير - دكتوراه) بمتوسط حسابي 2.15، ثم (بكالوريوس/ ليسانس) بمتوسط حسابي 2.07، وأخيراً (التعليم المتوسط وفوق المتوسط)، أي أنه كلما زاد المستوى التعليمي زاد التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية، تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Jacobs et al, 2017) التي أوضحت أن الأعلى في المستوى التعليمي هم الأكثر بحثاً عن المعلومات.

الفرض الفرعي الرابع: يوجد فروق بين المبحوثين في (مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية- مستوى إدراك التحديات الاقتصادية) وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي.

جدول (23)

الفروق بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	المتغير
		داخل المجموعات	بين المجموعات					
0.028	3.623	418	2	0.712	2.19	115	مستوى مرتفع	التماس المعلومات حول التحديات
				0.689	2.00	178	مستوى متوسط	
				0.615	1.98	128	مستوى	
				0.678	2.05	421	الإجمالي	
0.576	0.553	418	2	2.279	6.55	115	مستوى مرتفع	إدراك التحديات الاقتصادية
				2.202	6.31	178	مستوى متوسط	
				2.279	6.53	128	مستوى	
				2.244	6.44	421	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي، حيث قيمة (ف) تساوي (3.623)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.028)، وذلك لصالح المستوى الاجتماعي والاقتصادي "المرتفع" بمتوسط حسابي

(2.19)، ثم "المتوسط" بمتوسط حسابي (2.00)، ثم المستوى "المنخفض"، أي أنه كلما زاد المستوى الاجتماعي والاقتصادي زاد مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية؛ وربما يرجع ذلك لأن أصحاب المستوى الاجتماعي والاقتصادي "الأعلى" يحرصون على متابعة أخبار التحديات الاقتصادية أولاً بأول؛ لارتباط مصالحهم وقراراتهم الاقتصادية بمستجدات الأمور في الشأن الاقتصادي، بعكس أصحاب المستوى الاجتماعي والاقتصادي المنخفض الذين يستقون معلوماتهم الاقتصادية بشكل أكبر من معاشيتهم اليومية للأوضاع الاقتصادية مثل متابعة الأسعار، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (راللا أحمد، 2020) التي أوضحت أن ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض أكثر متابعة للأخبار الاقتصادية بالصحف، وأنها تساعدهم على تكوين وجهات نظرهم.

كما يتضح من الجدول عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى إدراك المعلومات حول التحديات الاقتصادية وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي، حيث قيمة (ف) تساوي (0.553) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.576)، أي أن متغير المستوى الاجتماعي والاقتصادي غير مؤثر في إدراك المبحوثين للتحديات.

ومن هنا يثبت صحة الفرض الفرعي الرابع جزئياً حيث يوجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية، في حين لا يوجد فروق بين المبحوثين في مستوى إدراك التحديات الاقتصادية وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي.

الفرض الرابع: يوجد علاقة بين درجة اهتمام الجمهور بالتحديات الاقتصادية وكل من مستوى التماسه للمعلومات حولها- مستوى إدراكه للتحديات الاقتصادية).

جدول (23)

العلاقة بين الاهتمام ومستوى الالتماس والإدراك

درجة الاهتمام بالتحديات الاقتصادية		معامل ارتباط بيرسون
مستوى المعنوية		
0.000	0.555	مستوى التماس المعلومات حول التحديات الاقتصادية
0.002	0.154	إدراك الجمهور للتحديات الاقتصادية

يتضح من الجدول وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين درجة اهتمام الجمهور بالتحديات الاقتصادية ومستوى التماسه للمعلومات حولها، حيث قيمة ارتباط بيرسون (0.555) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000)، وبالتالي فكلما زاد الاهتمام بمتابعة التحديات الاقتصادية زاد التماس المعلومات حولها، وهي نتيجة منطقية.

كما يتضح وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين درجة اهتمام الجمهور بالتحديات الاقتصادية وإدراكه للتحديات الاقتصادية؛ حيث قيمة ارتباط بيرسون (0.154) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.002)، وبالتالي فكلما زاد الاهتمام بمتابعة التحديات الاقتصادية زاد إدراك الجمهور لهذه التحديات، وهي أيضاً نتيجة منطقية؛ فزيادة الاهتمام تؤدي لزيادة الالتماس وبالتالي زيادة الإدراك.

مناقشة النتائج:

بعد استعراض نتائج الدراسة يمكن إيجاز أهمها؛ حيث أوضحت نتائج الدراسة أن:

- غالبية الباحثين يهتمون بمتابعة التحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية "بدرجة متوسطة"، ثم "بدرجة كبيرة"؛ وهي درجات جيدة يمكن استغلالها في إرسال رسائل واضحة وتفصيل مهمة تشرح للجمهور الوضع الاقتصادي وما يجب عليه أن يفعله في مثل هذه الأوضاع.

- مستوى الدوافع لدى الجمهور لمتابعة التحديات الاقتصادية جاء "مرتفعاً" بنسبة 47.5% للدوافع النفعية و34.5% للدوافع الطقوسية، وهي نتائج منطقية؛ حيث إن الأوضاع الاقتصادية مرتبطة بحياة الجمهور، وبالتالي لديه دوافع عالية لمتابعتها، وتؤكد هذه النتائج ما توصلت إليه بعض نماذج البحث عن المعلومات بأن هناك حوافز ومنبهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على المعلومات؛ لمواجهة مشكلة ما بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة. (Kuhlthau, 1991)

- هناك فروق بين أفراد الجمهور في مستوى التماس المعلومات وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع- السن- المستوى التعليمي- المستوى الاجتماعي والاقتصادي)، في حين أنه ليس هناك فروق بين أفراد الجمهور في مستوى الإدراك وفقاً لتلك المتغيرات، وهو مؤشر مهم يوضح إدراك ووعي الجمهور بالتحديات الاقتصادية الحالية باختلاف خصائصه وطبقاته؛ وهو ما يرجع إلى معاشة الجمهور للأوضاع الاقتصادية اليومية بنفسه على أرض الواقع، وعدم الاكتفاء بما تنقله وسائل الإعلام حول تلك الأوضاع، وبالتالي فهناك إدراك ووعي عام بتحديات الاقتصاد المصري في الوقت الحالي، وتُفسر ذلك دراسة (Agarwal, 2009) التي ترى أن الالتماس والإدراك يتم وسط مجموعة من العوامل التي تحيط بسلوك البحث عن المعلومات وتؤثر عليه وتُعرف على أنها السياق المحيط.

توصيات الدراسة:

1- التوسع في دراسة دور وسائل الإعلام وخاصة الرقمية الجديدة في التماس مستخدميها للمعلومات حول القضايا المختلفة الاجتماعية، والصحية، والقانونية.. وغيرها.

2- عمل دراسات تحليلية حول تغطية وسائل الإعلام للتحديات التي تواجه الاقتصاد المصري.

3- عقد العديد من الورش والندوات التوعوية للصحفيين المختصين بالشأن الاقتصادي بما يزيد من خبراتهم وثقافتهم الاقتصادية.

4- الاهتمام بعرض آراء المواطنين حول الأوضاع الاقتصادية في وسائل الإعلام وتقديم معلومات مبسطة من خلال الخبراء، والاهتمام بتصحيح الشائعات حيث كانت هذه المقترحات أبرز ما ذكره المبحوثون في هذه الدراسة.

هوامش:

المراجع العربية:

- محمد، أعياد قاسم. وعبد ناموس، جمال. (2022) المعالجة الصحفية للأزمة الاقتصادية في ظل جائحة كورونا في الصحافة العراقية: جريدة الزمان نموذجاً.. دراسة تحليلية، مجلة أريد الدولية للدراسات الإعلامية وعلوم الاتصال، المجلد الثالث، العدد الخامس، ص- ص 177- 179 .
- الجزيرة مباشر، ما حقيقة المشكلات التي تواجه الاقتصاد المصري؟ وهل هي مجرد انعكاسات للأزمات العالمية؟ متاح على:

<https://1-m6426.azureedge.net/news/2022/4/24> تاريخ الدخول 15 أكتوبر 2022.

- أحمد، أمل السيد. (2018) اتجاهات النخبة نحو أنماط المعالجة الصحفية للأزمات الاقتصادية في الصفحات المتخصصة بالصحف اليومية بالتطبيق على أزمة الدولار في مصر عام 2016، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد (64)، ص- ص 1-37.

- أنيس، فتحي، الإمارات إلى أين.. استشراف التحديات والمخاطر على مدى 25 عاماً (أبو ظبي: مركز الإمارات للدراسات والإعلام، 2005) ص- ص 15-17 .

زهران، إيمان. (2022) هل سينجح "سلاح العقوبات" في تقويض الاقتصاد الروسي وإرباك الاقتصاد العالمي؟ مجلة السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، متاح على <http://www.siyassa.org.eg> تاريخ دخول الموقع 3 نوفمبر 2022.

- عطية، بسنت محمد. (2014) المعالجة الإعلامية للأزمات الاقتصادية المصري في القنوات الموجهة بالعربية واتجاهات الجمهور حيالها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.

مكاوي، حسن عماد. وعبد المجيد، ليلي السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية: 1998) ط (1)، ص 337.

- البدوي، راجية. (2022) الجهاز المصري ومواجهة تداعيات الصراع الروسي- الأوكراني، مجلة السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، متاح على <http://www.siyassa.org.eg> تاريخ الدخول 5 نوفمبر 2022.

- عبد الوهاب، راللا أحمد. (2020) أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد (55)، ج (6)، ص- ص 3548-3638.

- عبد المحسن، رشا محمد. (2020) التماس المعلومات الصحية بأمراض الكبد من وسائل الاتصال الحديثة، مجلة كلية التربية، جامعة طنطا، مج (80) العدد (4)، ص-ص 136-148.
- حسن، سعد كاظم. (2020) أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التماس المعلومات عن موضوعات التنمية المستدامة: دراسة ميدانية، مجلة آداب ذي قار، جامعة ذي قار، العدد (33) ص-ص 128-149.
- فيصل، سلمان فيحان. (2019) التماس الجمهوري السعودي للمعلومات عن الأزمات المجتمعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع (25)، ص-ص 147-188.
- نبيل، شريف محمد. (2015) المعالجة الإعلامية لأحداث العنف وتأثيرها على الأزمات الاقتصادية بعد الثورة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- فاروق، شيماء. (2022) الأزمة الاقتصادية العالمية: جائحة كورونا، التغير المناخي، وأزمة الطاقة، المركز الديمقراطي العربي، متاح على <https://democraticac.de/?p=81885> تاريخ الدخول 1 نوفمبر 2022.
- أبو أصعب، صالح خليل. الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (عمان، دار مجدلاوي: 2006، ط5) ص 137.
- القضاة، علي منعم. (2012) تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية في الصحافة البحرينية: دراسة تحليلية، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، المجلد (38)، العدد (145)، ص-ص 161-210.
- السروجي، فاطمة نبيل. (2014) الصحافة الإلكترونية وترتيب أولويات قضايا الشباب الاجتماعية، مجلة البحث العلمي في الآداب، جامعة عين شمس - كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، ع15، ج1، ص-ص 105 - 128.
- مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري، الاقتصاد المصري يحقق معدل نمو استثنائياً وسط تحديات الإصلاح، سلسلة اتجاهات محلية، السنة الثانية- العدد (11) مارس 2021.
- عطية، مصطفى صابر محمد. (2016) التماس المصريين المغتربين في دول الخليج العربي للمعلومات الاقتصادية عن مصر من خلال وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وانعكاساته على ادخارهم الدولار، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد (15) العدد (4)، ص-ص 453-497.
- عبد الرازق، مي مصطفى. (2016) التماس الجمهور المصري للمعلومات عن الأحداث الجارية من حسابات وكالات الأنباء بمواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد (15) العدد (4)، ص-ص 277-361.
- عباس، نورهان فتحي. (2022) الأطر الإخبارية لتناول المواقع العالمية للشأن الاقتصادي المصري واتجاهات النخبة حولها (قضية تعويم الجنيه نموذجاً): دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام.

- عبد المقصود، هناء محمد. (2021) التماس الشباب الجامعي للمعلومات حول أزمة سد النهضة عبر صحافة الموبايل وإدراكهم لها، مجلة التربية النوعية والتكنولوجيا، جامعة كفر الشيخ، كلية التربية النوعية، ع (9) ص 38-78.

- نبيل، هند. (2015) دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات الجمهور نحو الموضوعات والقضايا الاقتصادية، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد (52)، العدد (1)، ص- ص 147-155.

- تم تحكيم الاستمارة، وتم ترتيب الأسماء أبجدياً بحسب الدرجة العلمية:

- أ. د/ دينا فاروق أبو زيد، أستاذ بكلية الإعلام- جامعة عين شمس
 - أ. د/ رضا عبد الواحد عميد كلية الإعلام- جامعة الأزهر.
 - أ. د/ سلوى سليمان، أستاذ بكلية الإعلام- جامعة عين شمس.
 - أ. د/ شريف درويش اللبان، أستاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
 - أ. د/ محمد حسام، أستاذ بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
 - أ. د/ محمد سعد، عميد المعهد الدولي العالي للإعلام سابقاً بأكاديمية الشروق.
 - أ. م. د/ ايناس عبد الحميد، أستاذ مساعد بكلية الإعلام- جامعة الأهرام الكندية.
 - أ. م. د/ شيرين عمر أستاذ مساعد بكلية الإعلام- جامعة عين شمس.
 - أ. م. د/ شيماء عز الدين أستاذ مساعد بكلية الإعلام- جامعة عين شمس.
 - أ. م. د/ عماد شلبي، أستاذ الإعلام المساعد المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.
 - د/ إبراهيم بسيوني/ مدرس بكلية الإعلام- جامعة الأزهر.
 - د/ عصام فرج، أمين عام المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام السابق.
 - د/ نورهان فتحي، مدرس منتدب بالمعهد العالي للإعلام بالشروق وصحفية متخصصة بالشئون الاقتصادية بجريدة اليوم السابع.
- المراجع باللغة الإنجليزية:

- Alyt Damstra and Rens Vliegthart (2018) (UN)COVERING THE ECONOMIC CRISIS? Over-time and inter-media differences in salience and framing, **Journalism Studies**, 19:7, pp 983-1003.
- Alyt Damstra & Mark Boukes (2018) The economy, the news, and the public: A longitudinal study of the impact of news on economic evaluations and expectations, **Communication Research**, Vol 48, PP 1-25
- Atkin (1973) Instrumental Utilities and information seeking, in peter Clarke. (ed) **New Models for Mass Communication Research**, Beverly Hills: SAGE Publication.
- Boomgaarden et al (2011) Covering the Crisis: Media Coverage of the Economic Crisis and Citizens' Economic Expectations, **Acta Politica**, Vol. 46, 4, pp 353-379.

- Boyle, Michael et al (2004) Information seeking and emotional reactions to the September 11 terrorist attacks, **Journalism and Mass Communication**, 81. (1).
- Christopher E Whyte (2016) Thinking inside the (black) box: Agenda setting, information seeking, and the marketplace of ideas in the 2012 presidential election, **new media & society**, Vol. 18(8) pp 1680–1697.
- De. choudhury et al (2014) Seeking and sharing health information online comparing search Engines and social media, **Conference of Computer Human Interaction**, Toronto, Canada.
- Doudaki Vaia, et al (2019) Framing The Cypriot Economic Crisis: In The Service of The Neoliberal Version, **Journal of Journalism**, Sage Publication, Vol. (20), n . (2).
- Edward M (2000):"Information need and Information seeking Patterns of Rural People in the Northern Province", **PHD**, Department of information study, Faculty of Arts at the Rand Afrikaans university, Jonesburg university.
- Hopkins Daniel, Kim Eunji, Kim Soojong, (2017) Does Newspaper Coverage Influence or Reflect Public Perceptions of The Economy, **Research & Politics**, Vol. (1), no. (7).
- 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.
- Joshua M Scacco & Ashley Muddiman (2020) The curiosity effect: Information seeking in the contemporary news environment, **new media & society**, Vol. 22(3) pp 429–448.
- Kuhlthau, C.C. (1991) Inside the search process: Information seeking from the user's perspective, **Journal of the American Society for Information Science**, 42 (5), pp 361-371.
- Laura Robinson (2014) Freeways, detours, and dead ends: Search journeys among disadvantaged youth, **new media & society**, Vol. 16(2) pp 234–251.
- Masahiro Yamamoto & Seungahn Nah, (2018) Mobile information seeking and political participation: A differential gains approach with offline and online discussion attributes, **new media & society**, Vol. 20(5) pp 2070–2090.
- Mudasir Rather & Shabir Ganaie, (2017) Information Seeking Models in the Digital Age, **IGI Global**, pp 4515- 4527.
- Nar Esh Agarwal, (2009) Information Seeking Behavior and Context: Theoretical Frame works and an Empirical Study of Sources, **PHD Thesis**, School of Computing National University of Singapore.
- UN, World Economic Situation and Prospects: September 2022 Briefing, No. 164, Department of Economic and Social Affairs, Available at: <https://www.un.org/development>

- Qais Khalaf & Muhammed Dhuib (2021) Frameworks for news processing of economic affairs on the Iraqi News Agency website: analytical study for the period from 9/1/2020 to 12/31/2020. **Journal of Media Studies and Research**, Vol 3, 2021, PP 321- 367.
- Stefan Geib, et al (2016) The interplay between media-for-monitoring and media-for-searching: How news media trigger searches and edits in Wikipedia, **new media & society**, Vol. 18 (11) pp 2740–2759.
- Stephen Rains & Erin Ruppel, (2016) Channel Complementarity Theory and the Health information –seeking process: Further Investigating the implications of source characteristic Complementarity, **Communication Research**, vol.43, No.2, p.p232-252.
- Sophie Knowles et al (2017) Reporting the Global Financial Crisis a Longitudinal Tri-nation Study of Mainstream Financial Journalism, **Journalism Studies**, Vol. 18, No. 3, PP 322–340.
- **The World Bank** (2020) The Global Economic Outlook During the COVID-19 Pandemic: A Changed World.
- Wei Li (2014) On the road of recovery: The interaction between media framing and equity market in the post-financial crisis, University of Nebraska at Omaha, ProQuest Dissertations Publishing.
- **World Bank Group Flagship Report**, Global Economic Prospects, June 2022, p xv.
- Wura Jacobs & Anno Amuta and Kwonchan Jeon. (2017). "Health information seeking in the digital age: An analysis of health information seeking behavior among USA adults", **Media and communication studies**, Research Article, social science, California state, U.S.A, No: 1302785, Vol.: 3, pp 1-11.

References

- Muhamad, A. (2022) almuealajat alsahufiat lil'azmat alaiqtisadiat fi zili jayihat kuruna fi alsahafat aleiraqiati: jaridat alzaman nmwdhjan.. dirasat tahliliati, majalat 'urid alduwaliat lildirasat al'ielamiat waeulum alaitisal, almujalad althaalithi, 5(3).
<https://1-m6426.azureedge.net/news/2022/4/24/>
- Ahmed, A. (2018) aitiyahat alnukhbat nahw 'anmat almuealajat alsahufiat lil'azmat alaiqtisadiat fi alsafahat almutakhasisat bialsuhuf alyawmiat bialtatbiq ealaa 'azmat alduwlar fi misr eam 2016, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, jamieat alqahirati, kuliyat al'ielami, aleadad (64), sa- s 1-37.
<http://www.siyassa.org.eg>
- Atia, B. (2014) almuealajat al'ielamiat lil'azamat alaiqtisadiat almisrii fi alqanawat almuajahat bialearabiat waitijahat aljumphur hialha, risalat dukturah ghayr manshuratin, jamieat alqahirati, kuliyat al'ielami, qism al'iidhaeat waltilifizyuni.
- Abd alwahaabi, R. (2020) 'atur muealajat al'akhbar alaiqtisadiat almanshurat fi almawaqie al'ikhbariat almahaliyat walealamiat wadawriha fi 'iidarat almizaj aleami liljumphur almisrii nahw 'ijra'at al'iislah alaiqtisadii, majalat albuuhuth al'ielamiati, jamieat al'azhar, kuliyat al'ielami, aleadad (55), j (6), sa- s 3548-3638.
- Hasan, S. (2020) 'ahamiyat mawaqie altawasul alaijtimaeii fi ailtimasu almaelumat ean mawdueat altanmiat almustadamati: dirasat maydaniatun, majalat adab dhi qari, jamieat dhi qari, aleadad (33) sa- s 128-149.
- Jayusal, S. (2019) ailtimasu aljumphuriu alsaeudiu lilmaelumat ean al'azamat almujtamaeiat min khilal mawaqie altawasul alaijtimaeii, majalat buhuth alealaqat aleamat alsharq al'awsata, aljameiat almisriat lilealaqat aleamati, e (25), sa- s 147- 188.
- Nabil, S. (2015) almuealajat al'ielamiat li'ahdath aleunf watathiruha ealaa al'azamat alaiqtisadiat baed althawrati, risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat alqahirati, kuliyat al'ielami.
- 'Abu 'asbae, S. (2006). alaitisal wal'ielam fi almujtamaeat almueasira (Amman, dar majdalawi).
- Alsuruji, F. (2014) alsahafat al'iiliktruniat watartib 'awlawiaat qadaya alshabab alaijtimaeiati, majalat albahth aleilmii fi aladab, jamieat eayn shams - kuliyat albanat liladab waleulum waltarbiati, ea15, ja1, sa- s 105 - 128.
- Atia, M. (2016) ailtimas almisriiyn almughtaribin fi dual alkhaliij alearabii lilmaelumat alaiqtisadiat ean misr min khilal wasayil al'ielam altaqlidiat waljadidat waineikasatih ealaa aidikharhim alduwlari, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat alqahirati, kuliyat al'ielami, almujalad (15) aleadad (4), sa- s 453- 497.
- Aabd alraaziq, M. (2016) ailtimasu aljumphur almisrii lilmaelumat ean al'ahdath aljariat min hisabat wikalat al'anba' bimawaqie altawasul alaijtimaeii, majalat alraay aleami, jamieat alqahirati, kuliyat al'ielami, almujalad (15) aleadad (4), sa- s 277- 361.

- Abaas, N. (2022) al'utur al'iikhbariat litanawul almawaqie alealamiat lilshaan alaiqtisadii almisrii waitijahat alnukhbat hawlaha (qadiat taewim aljunayh nmwdhjan): dirasat tahliliat maydaniatan, risalat dukturah ghayr manshuratin, jamieat Ain shams, kuliyyat aladab, qism eulum alaitisal wal'ielami.
- Aabd almaqsud, H. (2021) ailtimasu alshabab aljamieii lilmaelumat hawl 'azmat sadi alnahdat eabr sahafat almubayl wa'iidrakihih laha, majalat altarbiat alnaweiat waltiknulujia, jamieat kafr alshaykhi, kuliyyat altarbiat alnaweiat, e (9).
- Nabil, H. (2015) dawr alnasharat walbaramij alaiqtisadiat bialtilifizyun almisrii fi tartib 'awlawiaat aljumphur nahw almawdueat walqadaya alaiqtisadiati, almajalat alaijtimaeiat alqawmiata, almujalad (52), aleadad (1).
- Alyt Damstra and Rens Vliegenthart (2018) (UN)COVERING THE ECONOMIC CRISIS? Over-time and inter-media differences in salience and framing, **Journalism Studies**, 19:7, pp 983-1003.
- Alyt Damstra & Mark Boukes (2018) The economy, the news, and the public: A longitudinal study of the impact of news on economic evaluations and expectations, **Communication Research**, Vol 48, PP 1-25.
 - Atkin (1973) Instrumental Utilities and information seeking, in peter Clarke. (ed) **New Models for Mass Communication Research**, Beverly Hills: SAGE Publication.
 - Boomgaarden et al (2011) Covering the Crisis: Media Coverage of the Economic Crisis and Citizens' Economic Expectations, **Acta Politica**, Vol. 46, 4, pp 353–379.
 - Boyle, Michael et al (2004) Information seeking and emotional reactions to the September 11 terrorist attacks, **Journalism and Mass Communication**, 81. (1).
 - Christopher E Whyte (2016) Thinking inside the (black) box: Agenda setting, information seeking, and the marketplace of ideas in the 2012 presidential election, **new media & society**, Vol. 18(8) pp 1680–1697.
 - De. choudhury et al (2014) Seeking and sharing health information online comparing search Engines and social media, **Conference of Computer Human Interaction**, Toronto, Canada.
 - Doudaki Vaia, et al (2019) Framing The Cypriot Economic Crisis: In The Service of The Neoliberal Version, **Journal of Journalism**, Sage Publication, Vol. (20), n . (2).
 - Edward M (2000):"Information need and Information seeking Patterns of Rural People in the Northern Province", **PHD**, Department of information study, Faculty of Arts at the Rand Afrikaans university, Jonesburg university.
 - Hopkins Daniel, Kim Eunji, Kim Soojong, (2017) Does Newspaper Coverage Influence or Reflect Public Perceptions of The Economy, **Research & Politics**, Vol. (1), no. (7).
 - 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.

- Joshua M Scacco & Ashley Muddiman (2020) The curiosity effect: Information seeking in the contemporary news environment, **new media & society**, Vol. 22(3) pp 429–448.
- Kuhlthau, C.C. (1991) Inside the search process: Information seeking from the user's perspective, **Journal of the American Society for Information Science**, 42 (5), pp 361-371.
- Laura Robinson (2014) Freeways, detours, and dead ends: Search journeys among disadvantaged youth, **new media & society**, Vol. 16(2) pp 234–251.
- Masahiro Yamamoto & Seungahn Nah, (2018) Mobile information seeking and political participation: A differential gains approach with offline and online discussion attributes, **new media & society**, Vol. 20(5) pp 2070–2090.
- Mudasir Rather & Shabir Ganaie, (2017) Information Seeking Models in the Digital Age, **IGI Global**, pp 4515- 4527.
- Nar Esh Agarwal, (2009) Information Seeking Behavior and Context: Theoretical Frame works and an Empirical Study of Sources, **PHD Thesis**, School of Computing National University of Singapore.
- UN, World Economic Situation and Prospects: September 2022 Briefing, No. 164, Department of Economic and Social Affairs, Available at: <https://www.un.org/development>
- Qais Khalaf & Muhammed Dhuib (2021) Frameworks for news processing of economic affairs on the Iraqi News Agency website: analytical study for the period from 9/1/2020 to 12/31/2020. **Journal of Media Studies and Research**, Vol 3, 2021, PP 321- 367.
- Stefan Geib, et al (2016) The interplay between media-for-monitoring and media-for-searching: How news media trigger searches and edits in Wikipedia, **new media & society**, Vol. 18 (11) pp 2740–2759.
- Stephen Rains & Erin Ruppel, (2016) Channel Complementarity Theory and the Health information –seeking process: Further Investigating the implications of source characteristic Complementarity, **Communication Research**, voL.43, No.2, p.p232-252.
- Sophie Knowles et al (2017) Reporting the Global Financial Crisis a Longitudinal Tri-nation Study of Mainstream Financial Journalism, **Journalism Studies**, Vol. 18, No. 3, PP 322–340.
- **The World Bank** (2020) The Global Economic Outlook During the COVID-19 Pandemic: A Changed World.
- Wei Li (2014) On the road of recovery: The interaction between media framing and equity market in the post-financial crisis, University of Nebraska at Omaha, ProQuest Dissertations Publishing.

- **World Bank Group Flagship Report**, Global Economic Prospects, June 2022, p xv.
- Wura Jacobs & Anno Amuta and Kwonchan Jeon. (2017). "Health information seeking in the digital age: An analysis of health information seeking behavior among USA adults", **Media and communication studies**, Research Article, social science, California state, U.S.A, No: 1302785, Vol.: 3, pp 1-11.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Ahmed Salem

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 65 April 2023 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.