

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 السادس والستون - الجزء الثاني - ذو الحجة ١٤٤٤ هـ - يوليو 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

- ٤٧٣ ■ تعبير عن الاستقرار أم ارتباط بالماضي؟: الثوابت والمتغيرات في خطاب صحيفة عُمان خلال عام ٢٠٢٢م أ.د./ حسني محمد نصر
- ٥١٧ ■ دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة السعودية أ.م.د/ أحمد سامي العايدي
- ٥٥٥ ■ مقاومة الجمهور السعودي لإعلانات المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي- دراسة ميدانية د/ نوره بنت سعود بن حسين آل هلال
- ٦١٣ ■ العوامل المؤثرة في انتقاء ومعالجة كتاب المقالات للمحتوى الرائج (الترند) في الصحف الإلكترونية المصرية.. دراسة ميدانية د/ محمد مهني البحراوي
- ٦٧١ ■ اعتماد الجمهور المصري على صفحات المؤسسات المجتمعية وعلاقته بمستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية- دراسة ميدانية د/ أم الرزق محمود عبد العال المقبل
- ٧٣١ ■ التغطية الصحفية بمنصات التواصل الاجتماعي للصحف في إطار نموذج الجدل والبلاغة - دراسة حالة لصفحة اليوم السابع على الفيسبوك د/ أميرة جمال محمد عيد سلامة
- ٨٢١ ■ صناعة المحتوى عبر خدمات البث المباشر الاجتماعية وعلاقته بالثقافة التشاركية: دراسة حالة على الغرف الصوتية بتطبيق باز د/ سمر صبري صادق

■ تعرض الجمهور المصري للأخبار الاقتصادية في المواقع الصحفية
المصرية وعلاقته بقلق المستقبل لديه: دراسة ميدانية
٨٩٣ د/ مريم عادل وليم بسطا

■ اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في
٩٥٣ الصحافة المصرية وتأثيرها على صناعة الصحافة
د/ إيناس منصور كامل شرف

■ Discourse Analysis of Academic Cheating Phenomenon:
A Case Study of Users' Comments on the Kuwaiti News
Account (Al Majlis) on Twitter
١٠١٩
Yousra Mahmoud Elkhashab

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

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

● تعرض الجمهور المصري للأخبار الاقتصادية في المواقع الصحفية
المصرية وعلاقته بقلق المستقبل لديه: دراسة ميدانية

- **The Egyptian Public's Exposure to Economic News on Egyptian Press Websites and Its Relationship to Their Future Anxiety: A Field Study**

● د/ مريم عادل ولّيم بسطا

مدرس بكلية الإعلام - جامعة عين شمس

Email: mariam.adel@masscomm.asu.edu.eg

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين تعرض الجمهور المصري للأخبار الاقتصادية في المواقع الصحفية المصرية ومستويات قلق المستقبل لديهم، بالإضافة إلى رصد التغييرات في السلوك الاستهلاكي نتيجة متابعتهم للأخبار الاقتصادية، واختبار العوامل المؤثرة على الشعور بقلق المستقبل مثل درجة ثقتهم في تغطية المواقع الصحفية المصرية للموضوعات الاقتصادية، ونوعية القيم الخيرية المتضمنة بالأخبار الاقتصادية التي يتعرضون لها، والفروق بين أفراد الجمهور المصري وفقاً للعوامل الديموجرافية. وتعد الدراسة الحالية دراسة وصفية واعتمدت على منهجي المسح والعلاقات الارتباطية باستخدام أداة الاستبانة الإلكترونية والتي تم تطبيقها على عينة متاحة من الجمهور المصري بلغ قوامها 400 مفردة. كما استندت الدراسة في تعريفها للمشكلة البحثية وتحديدها للتساؤلات والفروض على نظرية مجتمع المخاطر. وانتهت نتائج الدراسة إلى أن مشاعر قلق المستقبل سيطرت بشكل كبير على الباحثين نتيجة تعرضهم للأخبار الاقتصادية في المواقع الصحفية المصرية، كما أسهمت تغطية المواقع الصحفية المصرية للأخبار الاقتصادية في تحفيز مشاعر قلق المستقبل المتعلق بالمجال الاقتصادي بشكل أكبر من المجال النفسي، وغلب الاتجاه الإيجابي على السلوك الاستهلاكي للباحثين الناتج عن تعرضهم للأخبار الاقتصادية في المواقع الصحفية المصرية، وأثبتت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات قلق المستقبل لدى الباحثين وفقاً للعوامل الديموجرافية (النوع- السن- مستوى التعليم- المستوى الاجتماعي والاقتصادي).

الكلمات المفتاحية: الأخبار الاقتصادية، المواقع الصحفية، مجتمع المخاطر، قلق المستقبل، السلوك الاستهلاكي.

Abstract

The study aims to reveal the relationship between the exposure of the Egyptian public to economic news on Egyptian press sites and their levels of future anxiety, in addition to monitoring changes in consumer behavior as a result of their follow-up of economic news on Egyptian press sites, and testing the factors affecting the feeling of future anxiety such as the degree of their confidence in the coverage of economic topics, the quality of the news values included in the economic news, and the differences between members of the Egyptian public according to demographic factors. The current study is considered a descriptive study and relied on the methodology of the survey and the correlational relations using an electronic survey, which was applied to a convenient sample of the Egyptian public. The study was based on the risk society theory. The results of the study concluded that feelings of future anxiety greatly dominated the respondents as a result of their exposure to economic news on Egyptian press websites. Egyptian press websites' coverage of economic news also contributed to stimulating feelings of future anxiety related to the economic field more than the psychological one. The positive trend prevailed in the consumption behavior of the respondents resulting from their exposure to economic news on the Egyptian press websites. The results proved that there were no statistically significant differences between the levels of future anxiety of the respondents according to demographic factors (gender - age - level of education - social and economic level).

Key words: Economic news, press website, risk society, future anxiety, consumer behavior.

اعتاد العالم على مواجهة الأزمات المختلفة على مر العصور والأزمة من أزمات صحية واقتصادية، ونزاعات بين الدول، وكوارث طبيعية.. وغيرها من الأزمات التي قد ينجح في مواجهة بعضها ويخفق أحياناً في التصدي لأخرى، وتُمثل الأزمة الاقتصادية العالمية الحالية إحدى أسوأ الأزمات التي يعيشها العالم خلال السنوات الماضية.

وكان انتشار جائحة كورونا منذ نهاية عام 2019 بمثابة العقبة الأولى التي واجهت الاقتصاد العالمي بعد أن أدت التدابير الاحترازية التي اتخذتها الدول لمنع تفشي الفيروس- مثل العزل والإغلاق ومنع السفر- إلى توقف النشاط الاقتصادي وإلحاق خسائر ضخمة بالقطاعات الاقتصادية المختلفة ما زال العالم يدفع ثمنها حتى يومنا هذا. وما أن بدأ العالم والنشاط الاقتصادي يتعافى نوعاً ما من الشلل الذي أصابه بعد جائحة كورونا، إلا أن الحرب الروسية الأوكرانية اشتعلت في فبراير 2022 لتزيد من تفاقم حدة الأزمة وتضع الاقتصاد العالمي أمام تحدٍ كبير ربما يكون الأسوأ منذ الحرب العالمية الثانية بعد أن قفزت أسعار السلع العالمية ومنتجات الطاقة بشكلٍ كبير ومتسارع، وما نتج عنها من ارتفاع معدلات التضخم العالمي.

ويظهر دور وسائل الإعلام المختلفة بوضوح خلال أوقات الأزمات؛ نظراً للمسئولية التي تقع عليها في توفير معلومات كافية عن الأزمة وأسبابها تتسم بقدرٍ كافٍ من الدقة والحيادية، وتقديم الشرح والتفسير من خلال الخبراء والمتخصصين، والتصدي للأثار السلبية للأزمة من خلال توعية أفراد المجتمع بالسلوكيات والإجراءات الواجب اتباعها وتشكيل رأي عام ملائم لمواجهة تلك الأزمة، فضلاً عن دورها في توقع حدوث الأزمة والتحذير منها ووضع الحلول المقترحة للتصدي لها وتجاوزها.

لذا يزداد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام بشكلٍ خاص خلال أوقات الأزمات للحصول على المعلومات الفورية التي من شأنها إزالة الغموض الذي يعد من سمات

الأزمة بشكل عام خاصة في بداية ظهورها. ورغم أهمية الحصول على معلومات كافية خلال أوقات الأزمات من وسائل الإعلام المختلفة ودورها في توجيه الأفراد؛ إلا أنها قد تُحدث بعض التأثيرات النفسية والوجدانية لدى المتلقين نتيجة كثافة تعرضهم للأخبار السلبية التي من شأنها التسبب في زيادة مشاعر الخوف والقلق والتوتر والتشاؤم، خاصة وإن كنا نتحدث عن أزمة في مجال يمس شؤون الحياة اليومية للمواطن العادي مثل المجال الاقتصادي. ومن هنا تنطلق الدراسة الحالية بهدف رصد العلاقة بين تعرض أفراد الجمهور المصري للأخبار الاقتصادية المُقدمة في المواقع الصحفية المصرية المختلفة ومستوى قلق المستقبل الناتج لديهم وذلك خلال فترة الأزمة الاقتصادية العالمية التي تشهدها دول العالم أجمع منذ اندلاع الحرب الروسية الأوكرانية بداية عام 2022.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام والقلق لدى الجمهور:
 اتجهت عديد من الدراسات في هذا المحور نحو التركيز على دور وسائل الإعلام في شعور الجمهور المتلقى بقلق المستقبل، ومنها دراسة (داليا إبراهيم المتبولي، 2023) ⁽¹⁾ التي أثبتت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات تعرض الشباب عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية ودرجة قلق المستقبل لديهم من حيث (بعد القلق المُتعلق بالمشكلات الحياتية المستقبلية، وبعد قلق الصحة وقلق الموت، وبعد القلق الذهني واليأس من المستقبل، وبعد القلق من الفشل في المستقبل). وهدفت الدراسة الكشف عن العلاقة بين اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور بالاكئاب والقلق المستقبلي لديهم؛ وذلك بالاستناد على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال تطبيق استبانة عبر الإنترنت على عينة عمدية من الشباب المصري ممن يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي تتراوح أعمارهم ما بين 16 إلى 45 عاماً بلغ قوامها 400 مفردة. كما أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب أفراد العينة لا يثقون إلى حدٍ ما في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.

واستخدمت دراسة (Toff & Nielson, 2022) ⁽²⁾ المنهج الكيفي للتعرف على التصورات والاتجاهات نحو الأخبار لدى أفراد الطبقات الاجتماعية المتوسطة والمنخفضة في المملكة المتحدة ممن يتعرضون بشكلٍ نادر للأخبار أو لا يتعرضون لها على الإطلاق؛

حيث ركزت الدراسة على الأبعاد العاطفية والاجتماعية للأخبار أكثر من كونها مصدر للمعلومات. وتفترض الدراسة أن متغير القلق المتوقع يؤدي دوراً رئيساً في تفسير الأفراد لعدم تفاعلهم وتعرضهم للأخبار. وأظهرت نتائج المقابلات المتعمقة التي تم إجراؤها مع 43 مبحوثاً نادراً ما يتعرضون للأخبار في المملكة المتحدة أن تجنب الأخبار هي استراتيجية معقولة من وجهة نظرهم بالنظر إلى مشاعر القلق وقلة الحيلة التي تسببها لهم الأخبار. كما وجد المبحوثين أن الأخبار التي تهيمن عليها قصص وموضوعات الجريمة والإرهاب والنزاعات الحزبية لا تولد القلق والخوف فقط، بل أيضاً ينتج عنها مشاعر عدم اليقين والشك وانعدام السيطرة.

وانتقلت دراسة (Shabahang et al., 2021)⁽³⁾ إلى مساحة أخرى من الاهتمام حيث اهتمت بالوقوف على الأسباب والعواقب النفسية للتعرض المفرط أو إدمان الأخبار عبر الإنترنت، وربطت الدراسة بين ظاهرة الخوف من فوات شيء ما FOMO ومتغير قلق المستقبل. وافترضت الدراسة وجود علاقة بين متغيرات الثقة في الآخرين والخوف من فوات شيء ما وقلق المستقبل، بإدمان التعرض للأخبار عبر الإنترنت. وخلصت نتائج الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين المشاركين في الاستبانة من الشباب الجامعي ذوي الثقة المحدودة في التعامل مع الآخرين كانوا أكثر ميلاً نحو إدمان التعرض للأخبار عبر الإنترنت، حيث أجمع المبحوثون على أن تواجدهم على الإنترنت جعلهم يشعرون بمزيد من الراحة لغياب التعامل وجها لوجه مع الآخرين، في حين أكدت الدراسة على أن المبحوثين الذين يشعرون بمستويات مرتفعة من قلق المستقبل ويعانون بدرجة كبيرة من الخوف من فواتهم شيء ما كانوا أكثر قلقاً من عدم التعرض أو فواتهم للأخبار العاجلة المهمة، وبالتالي أصبحوا أكثر إدماناً للتعرض للأخبار عبر الإنترنت.

كما سعت دراسة (هشام رشدي خير الله، 2019)⁽⁴⁾ إلى تحليل العلاقة بين التناول الإعلامي لظاهرة اختطاف الأطفال عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الخوف الاجتماعي وقلق المستقبل لدى الجمهور المصري. واستندت الدراسة على نظريتي ثراء الوسيلة الإعلامية ومجتمع المخاطر. ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطبيق أداة الاستبانة على عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور المصري العام بمحافظة القاهرة والمنوفية. وخلصت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين مستوى قلق المستقبل ومتغير السن ومستوى التعليم، وكذلك وجود علاقة ارتباطية طردية بين مستوى قلق المستقبل والمستوى الاقتصادي والاجتماعي للمبحوثين. وكشفت نتائج الدراسة أيضاً عن وجود

فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس قلق المستقبل تبعاً لاختلاف مستويات التعرض المختلفة لحوادث اختطاف الأطفال عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بمعنى أنه كلما زاد التعرض لحوادث الاختطاف كلما ارتفعت مستويات قلق المستقبل لدى المبحوثين. كما توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين الذكور سجلوا مستويات أعلى من قلق المستقبل مقارنة بالإناث.

وهدف دراسة (سامح عبد الغنى محمود، 2018) ⁽⁵⁾ الكشف عن طبيعة تأثير تعرض أفراد الأسرة المصرية لقضايا التعليم قبل الجامعي بمواقع التواصل الاجتماعي على مستوى قلق المستقبل لديهم، والوقوف على أبرز مظاهر القلق المستقبلي الناتج عن تعرضهم لذلك المحتوى. واستندت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مستخدمة منهج المسح، واعتمدت في جمع بياناتها على أداة الاستبانة التي تم تطبيقها على عينة عمدية من الأسر المصرية التي تحرص على متابعة قضايا التعليم قبل الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي بلغ قوامها 200 مفردة. وأظهرت نتائج الدراسة أن أبرز أعراض قلق المستقبل الناتج عن التعرض لقضايا التعليم قبل الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين تمثلت في: "ظهور حالة من التوتر الدائم داخل الأسرة" في الترتيب الأول، يليه "ظهور حالة من الاضطراب الفكري لدى أفراد الأسرة"، ثم "التأثير السلبي على الصحة النفسية لأفراد الأسرة". وأثبتت نتائج اختبار الفروض وجود علاقة ارتباطية عكسية بين مستويات ثقة المبحوثين في المضامين المنشورة عن قضايا التعليم قبل الجامعي وقلق المستقبل لديهم، وبالتالي كلما زادت ثقة المبحوثين كلما انخفض مستوى القلق لديهم. كما انتهت الدراسة إلى وجود فروق بين المبحوثين في مستوى القلق لديهم طبقاً لمتغير النوع فقط، أي عدم وجود علاقة بين مستوى قلق المستقبل ومتغيرات السن والمستوى الاقتصادي.

وربطت دراسة (طارق محمد الصعيدي، 2017) ⁽⁶⁾ بين تعرض الجمهور المصري في الداخل والخارج لأخبار العنف والإرهاب من خلال الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية ومستوى قلقهم نحو المستقبل. واستندت الدراسة على ثلاثة مداخل نظرية، هي: الاعتماد على وسائل الإعلام، والتهيئة المعرفية والغرس الثقائي. واستخدم الباحث أداة الاستبانة وقام بتطبيقها على عينة عشوائية متعددة المراحل من الجمهور المصري بلغ قوامها 400 مفردة بواقع 250 مفردة في الداخل و150 مفردة في الخارج. وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى قلق المستقبل لديهم وفقاً لمتغير

التعليم، فأظهر المبحوثون الأكثر تعليماً مستويات أعلى من القلق باعتبارهم الفئات الأكثر وعياً في قراءة الأحداث، في حين لم تُثبت الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى القلق نحو المستقبل لديهم، كما تشير النتائج إلى أن زيادة التعرض لأخبار العنف والتفجيرات والأعمال الإرهابية يؤدي إلى ارتفاع مستويات قلق المستقبل لدى الجمهور المصري سواء في الداخل أو الخارج.

ومن ناحية أخرى، ركزت العديد من الدراسات في هذا المحور على العلاقة بين وسائل الإعلام ومجال القلق السياسي بشكل خاص، حيث طرحت دراسة (تامر محمد صلاح الدين سكر، 2021)⁽⁷⁾ تساؤل رئيس حول العلاقة بين معالجة مواقع القنوات الفضائية الإخبارية للأحداث الإرهابية وشعور الشباب الجامعي بالقلق السياسي المستقبلي؟ وللإجابة عن تساؤلات الدراسة استند الباحث على نظريتي تحليل الأطر الخبرية والتهديدات المجتمعية مستخدماً منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي. وتم تطبيق أداة الاستبانة بالمقابلة على عينة من الشباب المصري الجامعي بلغ قوامها 400 مفردة. وكشفت نتائج الدراسة عن تصدر درجة التأثير الكبيرة للتغطية الإخبارية للأحداث الإرهابية على شعور المبحوثين بالقلق السياسي المستقبلي في المقام الأول، يليه درجة التأثير المتوسط في الترتيب الثاني، كما أظهرت النتائج وجود علاقة دالة إحصائية بين تأثير التغطية الإخبارية للأحداث الإرهابية على مستوى القلق السياسي المستقبلي لدى المبحوثين وفقاً لمتغير النوع (ذكور- إناث). وانتهت الدراسة إلى عدم وجود علاقة إحصائية بين مستوى الثقة في تغطية مواقع القنوات الإخبارية للأحداث الإرهابية ومستوى القلق السياسي المستقبلي لدى المبحوثين. وفي المقابل، أثبتت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين مستوى تعرض المبحوثين لتغطية الأحداث الإرهابية بمواقع القنوات الفضائية ودرجة ثقتهم في تلك التغطية.

وأوصت دراسة (Caporino et al., 2020)⁽⁸⁾ بإجراء المزيد من الدراسات المستقبلية لوضع استراتيجيات لتخفيف الأثر السلبي للأخبار السياسية على الشباب والمراهقين وما ينتج عنه من اضطرابات القلق لديهم، وذلك بناء على ما توصلت إليه من نتائج تشير إلى أن 50% من أولياء الأمور عينة الدراسة أكدوا على أن أبناءهم عانوا من واحد على الأقل من أعراض القلق بعد تعرضهم للموضوعات السياسية بوسائل الإعلام. وتمثل الهدف الرئيس للدراسة في قياس مستوى القلق لدى الأطفال والمراهقين من 6 إلى 17 سنة نتيجة تعرضهم للموضوعات السياسية المطروحة بوسائل الإعلام المختلفة وذلك

من خلال إجراء مقابلات بواسطة أمازون على عينة قوامها 374 مبحوثاً من أولياء أمور الأطفال والمراهقين بالولايات المتحدة. وبينت النتائج أن أبرز أعراض القلق الناتجة عن التعرض للموضوعات السياسية بوسائل الإعلام تمثلت في: القلق المتعلق بالاقتصاد والبيئة والإرهاب والسياسة الخارجية والتعامل مع الأقليات، الأمر الذي يوضح أن اضطرابات القلق الناتجة عن متابعة الموضوعات السياسية بوسائل الإعلام لا تتعلق بالضرورة بالمجال السياسي فقط.

وركزت دراسة (نادية محمد عبد الحافظ، 2020) ⁽⁹⁾ على خطورة الشائعات المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها السلبي في زيادة مستوى القلق السياسي لدى الشباب المصري. واستندت الدراسة على نموذج انتقال الشائعات، وقامت بتطبيق أداة الاستبانة على عينة عمدية من الشباب المصري ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بلغ قوامها 400 مفردة. وتشير نتائج الدراسة إلى أن معظم المبحوثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي صادقة إلى حد ما، مقابل نسبة أقل وجدوا أنها صادقة تماماً. كما أكدت ردود معظم المبحوثين على وجود علاقة قوية بين التعرض للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة مستوى شعورهم بالقلق. وقد تمثلت أعراض القلق النفسي الناتج عن التعرض للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين في: الشعور بالقلق والاكتئاب في الترتيب الأول، وتوقع حدوث الأسوأ في الترتيب الثاني، وضعف التركيز وشروود الذهن المستمر في المرتبة الثالثة. وانتهت نتائج اختبار الفروض إلى وجود علاقة عكسية بين المستوى التعليمي والاقتصادي للمبحوثين وبين مستوى شعورهم بالقلق السياسي.

وفي ذات السياق اعتمدت دراسة (سهير صالح إبراهيم، 2019) ⁽¹⁰⁾ على المنهج شبه التجريبي بهدف قياس تأثير تعرض عينة من الشباب المصري الجامعي للأخبار الكاذبة والمضللة على مواقع التواصل الاجتماعي على مستويات القلق السياسي لديهم تجاه الأوضاع السياسية بالدولة. واستندت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مُستخدمة أداة الاستبانة التي تم تطبيقها على عينة قوامها 90 مفردة من الشباب الجامعي، بالإضافة إلى مجموعات النقاش المركزة مع 16 طالباً وطالبة. وتشير النتائج إلى أن اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار يرتبط بمستوى القلق بصفة عامة؛ وخاصة مع انتشار الأخبار السلبية أو الكاذبة التي تؤدي إلى توليد مشاعر الخوف والقلق من المستقبل لدى المتلقي. وأثبتت النتائج صحة

الفرض الرئيس للدراسة بتأثير التعرض للأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي على معدلات القلق السياسي لدى الشباب الجامعي. وخلصت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين معدلات القلق السياسي للشباب عينة الدراسة وتأكدتهم من مصادر الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي.

وتتفق هذه النتائج جزئياً مع ما توصلت إليه دراسة (سعد بن سعود بن محمد آل سعود، 2018)⁽¹¹⁾ التي تناولت العلاقة بين تعرض الشباب السعودي الجامعي للأخبار السلبية على شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى القلق السياسي لديهم، بالإضافة إلى التعرف على مدى ثقة الشباب في أخبار شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بغيرها من المصادر الأخرى. واستخدم الباحث أداة الاستبانة وقام بتطبيقها على عينة قوامها 250 مفردة من الشباب الجامعي بالسعودية. وبينت النتائج أن أعراض القلق الاجتماعي جاءت في المقام الأول، وفي مقدمتها "الشعور بالقلق من المستقبل فيما يخص أهلي ووطنني"، و"الإصابة بالتوتر من متابعة ما يتناقله الناس من أخبار"، يليها أعراض القلق النفسي المتمثل في "الشعور بعدم الرضا عموماً" و"توقع حدوث الأسوأ باستمرار". كما أكد غالبية الباحثين على ثقتهم في أخبار شبكات التواصل الاجتماعي ولكن ليس لدرجة الاعتماد عليها، بينما جاءت ردود الباحثين الذين يثقون ثقة كاملة في أخبار الشبكات في الترتيب الثاني. ومن ناحية أخرى، توصلت نتائج الدراسة إلى أنه كلما زاد معدل متابعة الشباب عينة الدراسة لأخبار مواقع التواصل الاجتماعي كلما زاد مستوى القلق السياسي لديهم. وأثبتت النتائج وجود فروق بين مستويات القلق السياسي لدى الباحثين وفقاً لمتغير العمر وليس النوع.

كما حاولت دراسة (Rigterink & Schomerus, 2017)⁽¹²⁾ التحقق من تأثير التعرض لوسائل الإعلام وبشكل خاص المحطات الإذاعية بالراديو على مستويات القلق والمواقف السياسية لدى المستمعين في المناطق المتأثرة بالصراع في مقاطعتي إيزو وتامبورا بجنوب السودان، وذلك من خلال الجمع بين الأسلوب الكمي والكيفي. وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة المقابلات المتعمقة التي تم إجراؤها مع 70 مبحوثاً، بالإضافة إلى أداة الاستبانة التي تم تطبيقها على عينة عشوائية بلغ قوامها 433 مفردة. وأظهرت نتائج التحليل الكمي والكيفي أن الباحثين الذين يعيشون في المناطق الأكثر تعرضاً للراديو كانوا أكثر خوفاً وقلقاً من هجمات الجيش مقارنة بالباحثين في المناطق الأقل تعرضاً لمحطات الراديو.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت علاقة المعالجة الإعلامية للموضوعات الاقتصادية بالجمهور المتلقى:

هدفت بعض الدراسات في هذا المحور تسليط الضوء على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المختلفة للحصول على المعلومات حول القضايا والموضوعات الاقتصادية، حيث ركزت دراسة (سحر أحمد غريب، 2023) ⁽¹³⁾ على تحديد مستوى التماس الجمهور للمعلومات حول التحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية ومدى إدراكهم للتحديات الاقتصادية نتيجة التماس المعلومات حولها. واعتمدت الدراسة الوصفية على منهج المسح باستخدام أداة الاستبانة الإلكترونية وتطبيقها على عينة متاحة من الجمهور المصري العام المستخدم للصحافة الرقمية بلغ قوامها 421 مفردة. ولتحقيق الهدف الرئيس للدراسة تم الاستناد على نظرية التماس المعلومات التي تدرس سلوك المتلقي في بحثه عن المعلومات. وكشفت نتائج الدراسة عن اهتمام غالبية الباحثين بمتابعة التحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية بدرجة متوسطة، ثم بدرجة كبيرة. وجاءت الدوافع النفسية في مقدمة دوافع الباحثين لمتابعة التحديات الاقتصادية، يليها الدوافع الطقوسية في الترتيب الثاني متمثلة في الفضول وحب الاستطلاع. وأوضحت النتائج أن مستوى إدراك الباحثين للتحديات الاقتصادية عبر الصحافة الرقمية جاء متوسطاً في الترتيب الأول بنسبة 46.1%، يليه مستوى الإدراك المرتفع بنسبة 33.5%. كذلك تصدر مستوى ثقة الباحثين المتوسط في الصحافة الرقمية كمصدر للمعلومات حول التحديات الاقتصادية الترتيب الأول بنسبة 71.5%، يليه نسبة من يثقون فيها بدرجة كبيرة في الترتيب الثاني بقيمة بلغت 21.1%. كما تمثلت أهم القضايا الاقتصادية التي يتابعها الباحثون عبر الصحافة الرقمية في: ارتفاع الأسعار في الترتيب الأول، ثم انخفاض قيمة الجنيه أمام العملات الأخرى في الترتيب الثاني.

وتمثل الهدف الرئيس لدراسة (على حمودة جمعة سليمان وأحمد سامي العايدي، 2018) ⁽¹⁴⁾ في رصد وتحليل مدى اعتماد الجمهور المصري على المواقع الإلكترونية الصحفية ومواقع التواصل الاجتماعي من خلال معرفة المعلومات حول أزمة ارتفاع الأسعار. ومن خلال منهج المسح تم استخدام أداة الاستبانة وتطبيقها على عينة عمدية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري بلغ قوامها 400 مفردة. وخلصت الدراسة إلى أن التأثيرات المعرفية احتلت الترتيب الأول في قائمة تأثيرات التعرض للمواقع الإلكترونية خلال أزمة ارتفاع الأسعار، ثم جاءت التأثيرات السلوكية في الترتيب الثاني. كما جاءت درجة الاعتماد الكبيرة على المواقع الإلكترونية خلال أزمة

ارتفاع الأسعار في الترتيب الأول، ثم جاءت في الترتيب الثاني درجة الاعتماد المتوسطة. وتمثلت أبرز المواقع الصحفية التي يعتمد عليها المبحوثون للحصول على معلومات حول أزمة ارتفاع الأسعار في موقع اليوم السابع في المقام الأول، يليه موقع بوابة الأهرام، ثم موقع بوابة الوطن.

ومن ناحية أخرى، اهتم عدد من الباحثين بدراسة التأثيرات النفسية والاجتماعية والسلوكية لمعالجة وسائل الإعلام للقضايا والموضوعات الاقتصادية على الجمهور، ومنها دراسة (راللا أحمد محمد عبد الوهاب، 2020) ⁽¹⁵⁾ التي اعتمدت على نظرية إدارة المزاج العام للتعرف على الكيفية التي يؤثر بها المحتوى الاقتصادي بالمواقع الإلكترونية على تغيير حالة المزاج السائدة لدى الجمهور واتجاهاتهم نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي المصري. واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة وقامت بتطبيقها على عينة قوامها 400 مفردة ممن يتعرضون للأخبار الاقتصادية وإجراءات الإصلاح الاقتصادي بالقاهرة الكبرى. وأوضحت نتائج الدراسة أن أبرز عبارات المزاج العام لدى المبحوثين تمثلت في "الشعور بالإحباط واليأس" في الترتيب الأول، مقابل عبارة "الشعور بالابتهاج والفرح" التي احتلت الترتيب الأخير. كما كشفت النتائج عن عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متابعة الأخبار الاقتصادية والمستوى الاقتصادي والاجتماعي للمبحوثين. بالإضافة إلى ذلك، تمثلت أبرز التأثيرات السلوكية الناتجة عن تعرض المبحوثين للأخبار الاقتصادية في نصيحة الأسرة بترشيد استهلاك المياه والكهرباء.

وسعت دراسة (أبو بكر حبيب أحمد الصالحى، 2017) ⁽¹⁶⁾ إلى التعرف على العلاقة بين تعرض الجمهور المصري للوضع الاقتصادي في مصر كما تناوله المواقع الإلكترونية للصحف المصرية والإحساس بالخطر المجتمعي؛ وذلك بالاستناد إلى مدخل التهديدات المجتمعية. وتنتمي الدراسة إلى فئة الدراسات الوصفية التي تستخدم منهج المسح بالعينة، واستخدم الباحث في جمع بيانات الدراسة أداة الاستبانة وتم تطبيقها على عينة عشوائية غير منتظمة من الجمهور المصري من 15 سنة فأكثر بلغ إجمالي قوامها 450 مفردة. وانتهت نتائج تحليل فروض الدراسة إلى أن مستويات الإحساس بالمخاطر المجتمعية تزداد لدى المبحوثين من أصحاب المستوى الاجتماعي والاقتصادي المنخفض مقارنة بالمبحوثين ذوي المستويات المتوسطة والمرتفعة. كذلك كشفت النتائج عن وجود اختلافات بين المبحوثين في مستويات إحساسهم بالخطر المجتمعي وفقاً لمستوى التعليم

والمرحلة العمرية، في مقابل عدم وجود فروق دالة إحصائية بين مستويات الإحساس بالخطر المجتمعي لدى المبحوثين باختلاف النوع. وبالتطبيق على أزمة تعويم الجنية المصري عام 2016 بشكل خاص، سعت دراسة (منى على محمد عبد الرحمن، 2017)⁽¹⁷⁾ إلى الكشف عن تأثير وسائل الاتصال الحكومي في تغيير اتجاهات وسلوك المشاهدين خلال الأزمات الاقتصادية. ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الباحثة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ومنهج المسح من خلال تطبيق صحيفة الاستبانة على عينة عشوائية قوامها 200 مفردة من الجمهور المصري من سكان القاهرة الكبرى. وانتهت النتائج إلى اهتمام أفراد الجمهور المصري عينة الدراسة بمتابعة المواد الإعلامية التي تُقدمها وسائل الإعلام في أوقات الأزمات الاقتصادية، حيث أكد 85% من المبحوثين على متابعتهم للتلفزيون للتعرف على تطورات أزمة تعويم الجنيه المصري. وأيضاً أوضحت النتائج أن لوسائل الاتصال- وبشكل خاص التلفزيون- دوراً كبيراً في التأثير على آراء واتجاهات وسلوكيات الجمهور تجاه الأزمات، حيث أفاد 95% من عينة الدراسة بأن التلفزيون أسهم في تشكيل اتجاهاتهم نحو أزمة تعويم الجنيه. وفي المقابل، كشفت الدراسة عن تراجع تأثير وسائل الاتصال الحكومية وعزوف الجمهور عن متابعتها مقابل الإعلام الخاص والجديد، حيث بلغت نسبة من يتابعون التلفزيون المصري الحكومي 10% فقط.

كما اتجهت عدة دراسات في هذا المجال- وخاصة الدراسات الأجنبية- نحو التعرف على تأثير التغطية الإعلامية للموضوعات الاقتصادية على توقعات أفراد الجمهور وتقييمهم للأداء الاقتصادي، ومنها دراسة (Jonkman et al., 2020)⁽¹⁸⁾ التي انطلقت من أهمية رصد العلاقة بين الأخبار الاقتصادية وثقة الجمهور وتقييمهم لأداء الاقتصاد سواء على المستوى الاقتصادي أو السياسي، حيث حاولت الدراسة الطولية والعبارة للحدود الوطنية الكشف عن تأثير الأخبار الاقتصادية السلبية على مستوى ثقة الجمهور في أداء الاقتصاد، وإلى أي درجة يختلف هذا التأثير بين الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي وعبر سنوات الأزمة الاقتصادية (2005-2018). وتبنت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للوقوف على العوامل التي تتحكم في تأثيرات الأخبار الاقتصادية على الجمهور. وانتهت نتائج الدراسة إلى أن تأثير التغطية الإعلامية الاقتصادية على تقييمات الجمهور للاقتصاد العام بالدولة كان أكثر بروزاً من تأثيرها على تقييمهم لوضعهم الاقتصادي الشخصي. كما تشير النتائج إلى وجود علاقة بارزة

بين التغطية الإخبارية السلبية للقضايا والتطورات الاقتصادية وانخفاض مستوى ثقة الجمهور في أداء الاقتصاد. وأثبتت الدراسة صحة الفرض القائل بانخفاض تأثير الأخبار الاقتصادية السلبية على ثقة الجمهور في أداء الاقتصاد كلما زاد معدل البطالة والضرر الناتج عن الأزمة الاقتصادية بالدولة.

وتشابهت الدراسة السابقة إلى حد ما مع دراسة (Brosius et al., 2020)⁽¹⁹⁾ التي سلطت الضوء على اتجاه التغطية الإخبارية للموضوعات الاقتصادية، وسعت إلى الكشف عن العلاقة بين تعرض الجمهور للأخبار السلبية المتعلقة باقتصاد الاتحاد الأوروبي، ودرجة المصادقية التي يتمتع بها الاتحاد الأوروبي لدى الجمهور ومستوى ثقتهم في أداء الاقتصاد. وأظهرت نتائج الاستبانة التي تم تطبيقها على عينة من الجمهور الهولندي بلغ قوامها 2.236 مبحوثاً أن تعرض المبحوثين لأخبار اقتصاد الاتحاد الأوروبي السلبية كان له تأثير سلبي واضح على مستوى ثقتهم في أداء الاقتصاد، على الرغم من تأثيره الإيجابي على درجة المصادقية التي يتمتع بها الاتحاد الأوروبي لدى المبحوثين. والعكس هو الحال بالنسبة للتغطية الإخبارية الإيجابية، حيث انتهت الدراسة إلى أن تعرض المبحوثين لأخبار الاتحاد الأوروبي الإيجابية كان له تأثير إيجابي على ثقتهم في أداء الاقتصاد مقابل التأثير السلبي على ثقتهم في الاتحاد الأوروبي.

أما عن العلاقة بين الأخبار الاقتصادية ومستوى الثقة في الأداء الاقتصادي المصري، فانتهت دراسة (جيهان سيد أحمد يحيى، 2020)⁽²⁰⁾ إلى أن أهم مؤشرات الأداء الاقتصادي التي تعرف عليها الجمهور المصري عينة الدراسة من خلال وسائل الإعلام الرقمي تمثلت في: تحرير سعر الصرف في مقدمة تلك المؤشرات، يليه انخفاض الواردات، ثم مؤشر انخفاض معدل البطالة. حيث حاولت الدراسة الكشف عن مدى تعرض الجمهور للقضايا الاقتصادية عبر وسائل الإعلام الرقمي وعلاقته بمستوى الثقة في الأداء الاقتصادي لديهم. واعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام أداة الاستبانة التي تم تطبيقها على عينة عشوائية متعددة المراحل من الجمهور المصري بلغ قوامها 400 مفردة. وقد أظهرت النتائج ارتفاع نسبة متابعة الجمهور عينة الدراسة للقضايا الاقتصادية عبر وسائل الإعلام الرقمي؛ حيث جاءت نسبة من يتابعونها أحياناً في الترتيب الأول. وفيما يتعلق بأبرز الموضوعات الاقتصادية التي يتابعها المبحوثين، فجاءت موضوعات (مكافحة التهرب الضريبي- الفقر- ارتفاع الأسعار- الفساد) في الترتيب

الأول، مقابل موضوعات (الرواتب والسياسات الاقتصادية) التي حظيت بدرجة متابعة منخفضة من جانب المبحوثين.

وركزت دراسة (Alyt Damstra, 2019)⁽²¹⁾ على رصد تأثير الأخبار الاقتصادية على مستوى الاهتمام الذاتي للأفراد وتقييمهم لأداء الاقتصاد المحلي من خلال التعرف على نبرة التغطية ودرجة الغموض المُقدم بها تلك الأخبار، والتي يتم من خلالها تغطية الموضوعات والقضايا الاقتصادية. وللإجابة عن تساؤلات الدراسة تم إجراء استبانة تجريبية مدمجة عبر الإنترنت خلال الفترة من 30 أبريل إلى 26 يونيو عام 2018؛ حيث شهد الاقتصاد الهولندي خلال تلك الفترة نمواً محدوداً، وتم تطبيق الاستبانة على عينة قوامها 2.168 من البالغين في هولندا ممن تتراوح أعمارهم من 20 إلى 89 سنة. وكشفت نتائج الدراسة عن تأثير كل من نبرة التغطية ودرجة الغموض المُقدم بها الأخبار الاقتصادية على مستويات اهتمام أفراد العينة، حيث أكد معظم المبحوثين أن الأخبار الاقتصادية السلبية المؤكدة تعتبر أكثر إثارة للاهتمام مقارنة بالأخبار الإيجابية الغامضة. كما أظهرت النتائج اهتمام الأفراد بشكل أكبر بمحتوى الأخبار المتعلقة بقضية التضخم الاقتصادي على عكس الأخبار المتعلقة باتجاهات الاقتصاد الكلي وأرقام الشركات الأجنبية. بالإضافة إلى ذلك، بينت النتائج وجود تأثير واضح لنبرة تغطية الأخبار الاقتصادية على التقييمات الاقتصادية لدى المبحوثين الأكثر اهتماماً بمتابعة الأخبار.

وبالتطبيق على الاقتصاد المصري، حللت دراسة (ميرال مصطفى عبد الفتاح، 2019)⁽²²⁾ الدور الذي تقوم به معالجة برامج الرأي التليفزيونية للقضايا الاقتصادية المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأداء الاقتصادي للحكومة المصرية، وذلك من خلال اختبار فروض نظرية التهيئة المعرفية. وتدرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح من خلال استخدام أداة الاستبانة بالمقابلة وتطبيقها على عينة عمدية من الجمهور المصري الذين يشاهدون برامج الرأي التليفزيونية بلغ قوامها 400 مفردة. وأشارت النتائج إلى أن الاتجاه المحايد قد غلب على اتجاهات المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي المصري، كما أكدت النتائج على وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه تغطية القضايا الاقتصادية في برامج الرأي التليفزيونية واتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي. وانتهت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين مصداقية الوسيلة الإعلامية واتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة.

وفي ذات السياق، سعت دراسة (Boydston et al., 2018)⁽²³⁾ إلى الوقوف على تأثير التغطية الإعلامية للأخبار الاقتصادية على الرأي العام حول الأداء الاقتصادي. وانتهت نتائج الدراسة إلى أن توقعات واتجاهات الرأي العام نحو الأداء الاقتصادي توافقت إلى حد كبير مع الواقع الاقتصادي الفعلي. وتشير النتائج إلى أن المبحوثين الذين يعتقدون أن الدور المناسب لوسائل الإعلام هو توفير معلومات حول الوضع الحقيقي للاقتصاد قد أبدوا مستوى مرتفعاً من الاطمئنان تجاه الأداء الاقتصادي الذي يتم تقديمه بشكل متباين من خلال التغطية الإعلامية بوسائل الإعلام المختلفة. كما أكدت النتائج أن المواقف والاتجاهات الاقتصادية للرأي العام قد نتجت إلى حد ما من التغطية الإعلامية بوسائل الإعلام التي تنحرف أحياناً عن الأداء الاقتصادي الفعلي، أو ما يطلق عليه التغطية الإعلامية غير الاقتصادية. وخلصت الدراسة إلى أن الموقف الاقتصادي التشاؤمي للرأي العام الناتج عن متابعة وسائل الإعلام قد يؤدي إلى خفض الإنفاق الاستهلاكي وضعف الأداء الاقتصادي، الأمر الذي قد يجعل من الصعب على الاقتصاد التعافي من فترات الركود.

وهدفت دراسة (Svensson et al., 2017)⁽²⁴⁾ رصد تأثير التعرض للأخبار الاقتصادية الغامضة على (ثقة المستهلك) والشعور بالشك والغموض الاقتصادي. حيث يشير مفهوم ثقة المستهلك إلى تقييمات المواطنين الشخصية لوضعهم الاقتصادي الشخصي والوضع الاقتصادي الوطني. وتفترض الدراسة أن التعرض للأخبار الاقتصادية الغامضة يؤثر بشكل سلبي على ثقة المستهلك. وأظهرت نتائج استطلاع الرأي وتحليل المضمون لعينة من وسائل الإعلام أن التعرض للأخبار الاقتصادية الغامضة في التلفزيون كان له تأثير واضح على زيادة مستوى الشك الاقتصادي لدى المبحوثين؛ مما يؤدي بدوره إلى انخفاض مستوى ثقة المستهلك. ومن ناحية أخرى، انتهت الدراسة إلى أن الأخبار الاقتصادية الغامضة في الصحف المطبوعة لم تؤثر على ثقة المستهلك من خلال عنصر الشك الاقتصادي، حيث توفر الصحف للجُمهور إمكانية إعادة قراءة الخبر وتفصيله؛ مما يؤدي إلى خفض مستوى الغموض الاقتصادي لديهم.

وتُعد دراسة (Boomgaarden et al., 2011)⁽²⁵⁾ التي ركزت على الأزمة الاقتصادية العالمية عامي 2008-2009 بمثابة أول دراسة تهتم بالتعرف على تأثير تعرض الأفراد لمحتوى الأخبار الاقتصادية على التقييمات الاقتصادية في أوقات الأزمات الشديدة، حيث إن الأبحاث التي سبقت هذه الدراسة ربطت بين تأثير الأخبار على

التقييمات الاقتصادية خلال أوقات اقتصادية أكثر استقراراً. وللتعرف على تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور استندت هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وتم تطبيق استبانة على عينة عشوائية من الجمهور الهولندي الذي له حق التصويت ممن تتراوح أعمارهم من 17 سنة فأكثر بلغ إجمالي عددها 1394 مفردة. وأظهرت النتائج أن تعرض أفراد الجمهور لوسائل الإعلام أثر بشكل كبير على التقييمات المتعلقة بالتطور المستقبلي للوضع الاقتصادي الوطني، بينما لم يكن مرتبطاً إلى حد كبير بالتوقعات الاقتصادية الشخصية. كما انتهت الدراسة إلى أنه كلما زاد معدل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، كلما زاد تأثير تلك الوسائل على التقييمات الاقتصادية للأفراد.

وافترضت دراسة (Goidel et al., 2010)⁽²⁶⁾ أن تأثير التغطية الإخبارية للموضوعات الاقتصادية على تقييم الأفراد للأوضاع الاقتصادية يتوقف على عدة عوامل، وهي: أنماط تعرض الأفراد لوسائل الإعلام، ودرجة توازن التغطية الإخبارية الاقتصادية، بالإضافة إلى اختلاف طبيعة الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها الجمهور. وللتحقق من هذه الفرضية اعتمدت الدراسة على منهج المسح بتطبيق استبانة تضمنت عدة محاور حول نظرة الباحثين لوضعهم المالي الحالي، وتوقعاتهم المستقبلية لأموالهم المالية الشخصية، والتوقعات المستقبلية لاقتصاد الولايات المتحدة خلال 12 شهراً وعلى مدى السنوات الخمس المقبلة. وأوضحت نتائج الدراسة الاختلاف البارز بين وسائل الإعلام المختلفة في تغطيتها للأخبار الاقتصادية، فضلاً عن تأثير تلك الاختلافات على توقعات الأفراد للأوضاع الاقتصادية. كذلك كشفت نتائج الدراسة عن أن تغطية القنوات التلفزيونية المحلية كان لها تأثير على توقعاتهم الاقتصادية قصيرة الأجل. أما الصحف المطبوعة المحلية فكان لها الدور الأكبر في تشكيل توقعات أفراد العينة للأوضاع الاقتصادية المستقبلية.

التعليق على الدراسات السابقة:

- 1- اتخذت معظم الدراسات العربية فترات الأزمات الاقتصادية مثل تعويم الجنيه المصري كفترة زمنية لجمع بيانات الدراسة الميدانية.
- 2- ركزت معظم الدراسات في مجال القلق على فئة محددة من الجمهور وهي فئة الشباب الجامعي، في حين طبقت الغالبية العظمى من دراسات الموضوعات الاقتصادية

- أداة الاستبانة على الجمهور العام؛ باعتبار أن مجال الاقتصاد من المجالات التي تمس حياة المواطن في جميع المراحل العمرية بدءاً من مرحلة النضوج.
- 3- استخدمت معظم الدراسات السابقة- سواء في مجال القلق أو الموضوعات الاقتصادية- منهج المسح، واعتمدت على أداتي الاستبانة والمقابلات المتعمقة في جمع بياناتها.
- 4- استندت غالبية دراسات قلق المستقبل على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في المقام الأول مع التركيز على التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام على الجمهور المتلقي. في حين اتجهت دراسات الموضوعات الاقتصادية إلى استخدام نظريات: إدارة المزاج العام، ومجتمع المخاطر، والتهيئة المعرفية، والتماس المعلومات، فضلاً عن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
- 5- توصلت الدراسات في مجال القلق إلى وجود تأثير كبير لمحتوى وسائل الإعلام المختلفة على مستويات القلق لدى الجمهور المتلقي، حيث إنه كلما زاد تعرض الجمهور لمحتوى الوسيلة الإعلامية كلما ارتفع مستوى القلق لديه.
- 6- جاءت التأثيرات المعرفية والسلوكية في مقدمة التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام خلال الأزمات الاقتصادية، في مقابل عدم الإشارة إلى التأثيرات الوجدانية الناتجة عن هذا الاعتماد وهو ما تحاول الدراسة الحالية التركيز عليه بشكل خاص.
- 7- اتفقت نتائج معظم الدراسات في مجال الموضوعات الاقتصادية على وجود تأثير واضح للمعالجة الإعلامية الاقتصادية على تشكيل اتجاهات وتوقعات الجمهور سواء تجاه الأزمات الاقتصادية أو الأداء الاقتصادي.
- 8- تناولت الغالبية العظمى من دراسات قلق المستقبل تأثير محتوى مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة بشكل خاص على مستوى القلق لدى المستخدمين.
- 9- تناولت معظم الدراسات في مجال القلق تأثير التناول الإعلامي للموضوعات السلبية، مثل: أخبار الإرهاب والعنف، واختطاف الأطفال، والشائعات، والموضوعات السياسية السلبية على مستويات القلق لدى المتلقين، في حين تناول الجزء الآخر من الدراسات تأثير الاعتماد على الوسيلة الإعلامية في حد ذاته على مستوى القلق لدى الجمهور.

10- اهتم العدد الأكبر من دراسات القلق بالبعد السياسي أولاً، ويليه البعد النفسي، في حين لم تتطرق الدراسات السابقة في هذا المجال إلى البعد الاقتصادي، وهو ما يعد إضافة جديدة للدراسة الحالية.

الإفادة من الدراسات السابقة:

أفادت الباحثة من نتائج الدراسات السابقة في تحديد الجوانب الجديدة الخاصة بموضوع الدراسة والتي لم يسبق دراستها من قبل باحثين آخرين، حيث تُسلط الدراسة الحالية الضوء على المجال الاقتصادي فيما يتعلق بمتغير قلق المستقبل. بالإضافة إلى تحديد الهدف الرئيس للدراسة وصياغة المشكلة البحثية، والتساؤلات، والفروض، وتحديد الإطار النظري المناسب للدراسة الحالية والمتمثل في نظرية مجتمع المخاطر، ثم مقارنة نتائج الدراسات السابقة بما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج.

المشكلة البحثية:

تُسهّم الأزمات المختلفة سواء الصحية، أو الاجتماعية، أو الاقتصادية، أو السياسية في زيادة مستويات قلق المستقبل لدى أفراد المجتمع؛ حيث تساعد تلك الأزمات في الشعور بحالة من عدم الاستقرار والتفكير السلبي نحو المستقبل والخوف من تبعات الأزمة الراهنة في المستقبل القريب والبعيد. وتُعد الأزمة الاقتصادية العالمية التي شهدتها دول العالم أجمع بعد الحرب الروسية الأوكرانية في فبراير 2022 واحدة من أبرز الأزمات التي تهدد استقرار المجتمعات والأفراد على حد سواء، ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في الكشف عن العلاقة بين تعرض الجمهور المصري للأخبار الاقتصادية بالمواقع الصحفية المصرية وشعورهم بالقلق نحو المستقبل، بالإضافة إلى رصد التغييرات في السلوك الاستهلاكي نتيجة متابعتهم للأخبار الاقتصادية في المواقع الصحفية المصرية، واختبار العوامل المؤثرة على مستويات قلق المستقبل لدى أفراد الجمهور المصري عينة الدراسة مثل درجة ثقافتهم في تغطية المواقع الصحفية المصرية للموضوعات الاقتصادية، ونوعية القيم الخيرية المتضمنة بالأخبار الاقتصادية التي يتعرضون لها، والفروق بين أفراد العينة من الجمهور المصري وفقاً للعوامل الديموجرافية.

أهمية الدراسة:

- 1- قلة الدراسات التي ركزت على قلق المستقبل وعلاقته بوسائل الإعلام بشكل عام.
- 2- أهمية الفترة الزمنية التي تتناولها الدراسة الحالية والتي تشهد الأزمة الاقتصادية العالمية التي بدأت منذ جائحة كورونا وتفاقمت بعد الحرب الروسية الأوكرانية، وما

أحدثته من تأثيرات بالغة على اقتصاد دول العالم نتج عنها عواقب وخيمة من غلاء معيشة وارتفاع معدلات التضخم.

3- يُعتبر المجال الاقتصادي من أكثر المجالات التي لها تأثير ملموس على حياة الأفراد والمجتمعات وتهدد استقرارهم خاصة خلال أوقات الأزمات.

4- تُعد الدراسة الحالية من الدراسات البيئية التي تجمع بين مجالات الإعلام وعلم النفس وعلم الاجتماع؛ نظراً لاهتمامها بالتأثيرات النفسية لوسائل الإعلام على الجمهور المتلقي من خلال التركيز على قلق المستقبل بشكلٍ خاص. كما تستند الدراسة على نظرية مجتمع المخاطر وهي نظرية اجتماعية نادراً ما تم استخدامها في مجال الدراسات الإعلامية.

أهداف الدراسة:

1- الوقوف على درجة اهتمام عينة الدراسة من الجمهور المصري بمتابعة الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية.

2- قياس مستويات قلق المستقبل بأبعاده الاقتصادية والنفسية لدى الباحثين نتيجة متابعتهم للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية.

3- رصد أبرز الموضوعات الاقتصادية التي يهتم الباحثون بمتابعتها على المواقع الصحفية المصرية.

4- التعرف على العلاقة بين نوعية القيم الخيرية المتضمنة بالأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية ومستوى قلق المستقبل لدى عينة الدراسة من الجمهور المصري.

5- تقييم تأثير العوامل الديموجرافية (النوع- السن- المستوى الاقتصادي والاجتماعي- التعليم) على مستويات قلق المستقبل لدى عينة الدراسة من الجمهور المصري.

6- تحديد التغييرات في السلوك الاستهلاكي لدى الباحثين نتيجة متابعتهم للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية.

الإطار النظري:

نظرية مجتمع المخاطر Risk Society Theory:

تعود نشأة نظرية مجتمع المخاطر إلى العالم الألماني أولريش بيك Ulrich beak عام 1986، الذي أشار إلى أن "مخاطر" العصر الحديث تختلف تماماً عن "مخاطر" عصر ما قبل الصناعة، حيث تمثلت مخاطر تلك الفترة الزمنية في الكوارث الطبيعية. في حين أن العديد من مخاطر المجتمعات الحديثة هي مخاطر تكنولوجية أي من صنع الإنسان

وليس الطبيعة. وانتهى بيك Beck إلى أن تطور العلم والتكنولوجيا أسهم في تشكيل مجموعة جديدة من المشاكل للمجتمع⁽²⁷⁾.

وقدم بيك نظريته عن مجتمع المخاطر بعد فترة وجيزة من وقوع كارثة تشيرنوبيل، وافترض أن الخطر (مثل الأزمة النووية، أو الخطر البيئي، أو الأزمة الاقتصادية، أو الهجوم الإرهابي) هو من صنع المجتمعات الحديثة وليس كأثر جانبي لها⁽²⁸⁾.

ويبدأ مجتمع المخاطر في الظهور حينما تعجز المجتمعات التي تشمل على الأمن على القيام بدورها تجاه الأخطار التي انتشرت بين المواطنين. فالعلاقة بين الأخطار وغياب الأمن في المجتمعات المعاصرة تمثل جوهر الانفصال عن المجتمع الصناعي، في حين كانت عمليات التحديث منذ القرن التاسع عشر تركز على وجود ظروف حياتية آمنة للإنسان عن طريق السيطرة على الطبيعة من خلال استغلال مواردها بصورة تسهم في تحويله من دمار ما قبل الحداثة إلى المجتمع الدنيوي المستقر، فكان ما حدث في أواخر القرن العشرين بمثابة ارتداد عمليات التحديث على نفسها، حيث صارت المنتج الأول للمخاطر⁽²⁹⁾.

ومن هنا عرف بيك Beck المخاطر على أنها طريقة منهجية للتعامل مع الأخطار وأوجه عدم الأمان الناجمة عن التحديث والتمدن⁽³⁰⁾، كما يشير مفهوم الخطر إلى كافة أنماط التهديد التي تسببها أوضاع اجتماعية، أو اقتصادية، أو سياسية داخل مجتمع ما⁽³¹⁾. ووفقاً لبيك فإن للدول والشركات والنخبة المهنية والسياسية والمنظمات غير الحكومية مكانة أساسية في مجتمع المخاطر؛ حيث يساعد وصولهم إلى الخبرة العلمية والقانونية إلى منحهم قدرة أكبر على تعريف وتحديد مصطلح المخاطر⁽³²⁾.

مجتمع المخاطر ووسائل الإعلام:

أعطى بيك Beck لوسائل الإعلام دوراً مهماً في نشر تعريف النخبة للمخاطر للأشخاص العاديين. وتعمل وسائل الإعلام كمستقبل ومفسر للمخاطر لدى المواطنين، وترجمة معرفة الخبراء المجردة إلى رموز وصور تساعد الجمهور على التواصل معها وفهمها؛ الأمر الذي يُمثل أهمية بالغة للوعي بالمخاطر العالمية والذي لن يكون موجوداً بدون وسائل الإعلام⁽³³⁾.

وساعد فهم بيك Beck المحدد والتاريخي للمخاطر ومجتمع المخاطر إلى وضع تعريف وتحديد نظري لدور وسائل الإعلام باعتبارها مجالاً متميزاً للتشكيل الاجتماعي، والنزاع الاجتماعي، والنقد الاجتماعي للمخاطر، ومجتمع المخاطر⁽³⁴⁾.

ووفقاً لنظرية مجتمع المخاطر، فإن وسائل الإعلام تقوم بدور حاسم في المراقبة، حيث تُخبر وسائل الاتصال الأفراد بالمخاطر المُحتملة وتتصحهم بالسلوك الذي يحد من تلك المخاطر. ويشير الباحثون إلى أن اهتمام وسائل الإعلام وتركيزها على التهديدات يعد أمراً أساسياً لتوليد شعور القلق العام، حيث ساعدت عوامة وسائل الإعلام بما في ذلك قنوات البث المحلية والدولية والمواقع الإخبارية على الإنترنت على ظهور أخطار لم تكن معروفة من قبل⁽³⁵⁾.

ويقول يان وبيسل Yan & Bissel عام 2018 أن تغطية وسائل الإعلام للكوارث والأزمات والكيفية التي يتم من خلالها المعالجة الإعلامية لمثل هذه الأحداث لا تؤثر فقط على تفسير الأفراد للأخبار، ولكن أيضاً على كيفية تعامل جمهور وسائل الإعلام مع تلك الكوارث والأزمات. وتعكس التغطية الإعلامية للمعاناة الإنسانية جانب الضعف المشترك بين البشر عند مواجهة الأحداث التي تهدد الحياة، وبالتالي يمكن أن تُثير مشاعر التعاطف من جانب المتلقين تجاه من يعانون من تلك الأزمات أو ضحايا تلك الكوارث⁽³⁶⁾.
فروض النظرية⁽³⁷⁾:

وتمثلت فروض نظرية مجتمع المخاطر، التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام وإدراك الجمهور للأزمات المختلفة التي تواجهها المجتمعات في مختلف أنحاء العالم وما يترتب عليه من إحساسهم بالخطر وشعورهم بالقلق، في النقاط التالية:

1- التضخيم الاجتماعي وشدة التركيز:

يزداد اهتمام الجمهور بالأزمة ويرتفع مستوى شعورهم بالقلق تجاهها كلما زاد معدل تغطية وسائل الإعلام لتلك الأزمة وتقديمها بأشكال مختلفة، مثل الصور، والرسوم، والإحصاءات، والجغرافيك، في مقابل الإحساس بالاطمئنان النسبي كلما ركزت هذه الوسائل على قدرة المجتمع على تجاوز الأزمة.

2- الثقة:

وهو أبرز العوامل المؤثرة في إدراك أفراد الجمهور للأزمات، الأمر الذي يتعلق بمدى ثقة الرأي العام في قدرة القائمين بالاتصال والمسؤولين على أداء أدوارهم على أكمل وجه.

نقد النظرية:

وجهت بعض الانتقادات إلى نظرية مجتمع المخاطر، وذلك على النحو التالي⁽³⁸⁾:

1- النظرية لا تُحدد أدوار الجهات الفاعلة المؤسسية والفردية وعلاقتها المتبادلة في

وضع ونشر تعريف المخاطر.

2- اعترف بيك Beck عام 2000 بأن نظرية مجتمع المخاطر تفتقر إلى تحليل منهجي لوسائل الإعلام. والأهم من ذلك، هو أن نظرية مجتمع المخاطر، التي تم تطويرها في عصر وسائل الإعلام، تحتاج إلى تحديث؛ حيث تُسهل وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متزايد تداول رموز وصور الخلاف في المجال العام.

توظيف نظرية مجتمع المخاطر في الدراسة الحالية: يتضح من العرض السابق أن لوسائل الإعلام دوراً كبيراً في نشر المخاطر وتعريفها للجمهور، كما أن كثافة التغطية الإعلامية للأزمات والمخاطر من شأنها تحفيز مشاعر القلق لدى الجمهور المتلقي. وتُعد الأزمات الاقتصادية العالمية التي تمر بها دول العالم إبان الحرب الروسية الأوكرانية واحدة من أبرز المخاطر التي تهدد المجتمع؛ لذا تستند الدراسة الحالية على نظرية مجتمع المخاطر للتعرف على العلاقة بين تعرض أفراد الجمهور المصري لأخبار تلك الأزمات الاقتصادية من خلال المواقع الصحفية المصرية ومستويات قلق المستقبل بأبعاده الاقتصادية والنفسية لديهم.

تساؤلات وفروض الدراسة:

أ- تساؤلات الدراسة:

1- ما درجة اهتمام الباحثين من الجمهور المصري بمتابعة الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية؟

2- ما المعدل اليومي لتعرض الباحثين للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية؟

3- ما أبرز الموضوعات الاقتصادية التي يتابعها الباحثون على المواقع الصحفية المصرية؟

4- ما القيم الخبرية البارزة في الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية من وجهة نظر الباحثين؟

5- ما العلاقة بين تعرض الباحثين للأخبار الاقتصادية ومستوى قلق المستقبل لديهم؟

6- كيف أسهمت متابعة الأخبار الاقتصادية في تغيير السلوك الاستهلاكي لدى الباحثين؟

ب- فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى قلق المستقبل لدى الباحثين وكل من:

أ- معدل التعرض اليومي للأخبار الاقتصادية.

ب- طبيعة الموضوعات الاقتصادية التي يتابعها المبحوثون.

ج- السلوك الاستهلاكي الناتج عن تعرض المبحوثين للأخبار الاقتصادية.

د- درجة ثقة المبحوثين في الأخبار الاقتصادية.

هـ- القيم الخبرية البارزة في الأخبار الاقتصادية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الموضوعات الاقتصادية التي يتابعها المبحوثون، والسلوك الاستهلاكي الناتج عن التعرض للأخبار الاقتصادية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات قلق المستقبل تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع- السن- التعليم- المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: التعرض للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية.

المتغير التابع: مستويات قلق المستقبل لدى المبحوثين والسلوك الاستهلاكي الناتج عن التعرض للأخبار الاقتصادية.

المتغيرات الوسيطة: الخصائص الديموجرافية للمبحوثين- درجة الثقة في الأخبار الاقتصادية- القيم الخبرية البارزة في الأخبار الاقتصادية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تتنمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية، حيث تُعنى برصد وتحليل وتفسير العلاقة بين التعرض للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية وزيادة مستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين من الجمهور المصري.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهجين، هما:

- المسح: بهدف مسح عينة من الجمهور المصري ممن يتعرضون للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية؛ للتعرف على العلاقة بين تعرضهم للأخبار الاقتصادية ومستويات قلق المستقبل لديهم.

- العلاقات الارتباطية: وذلك بهدف رصد وقياس العلاقة بين التعرض للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية ومستويات قلق المستقبل لدى المبحوثين، وكذلك العلاقة

بين المتغيرات الوسيطة (مثل الثقة والقيم الخيرية والعوامل الديموجرافية) ومستويات قلق المستقبل لدى عينة الدراسة من الجمهور المصري.

أداة الدراسة:

تم استخدام أداة الاستبانة الإلكترونية عبر الإنترنت لجمع بيانات الدراسة، حيث تم تصميم استمارة الاستبانة عبر نماذج Google forms وقامت الباحثة بوضع رابط الاستبانة في تعليق على عدد من الأخبار الاقتصادية بعدد من المواقع الصحفية المصرية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى وضع رابط الاستبانة على الصفحة الشخصية للباحثة على الفيسبوك خلال الفترة من 26 مارس إلى 15 أبريل عام 2023. وبلغت نسبة الاستجابة 430 مفردة وتم استبعاد 30 استمارة لعدم صلاحيتها. وانقسمت استمارة الاستبانة إلى أربعة محاور:

- محور عن حجم اهتمام ومعدل تعرض المبحوثين للأخبار الاقتصادية.
- محور عن الأخبار والموضوعات الاقتصادية.
- محور عن مستويات قلق المستقبل والسلوك الاستهلاكي الناتج عن تعرض المبحوثين للأخبار الاقتصادية.
- محور عن البيانات الشخصية للمبحوثين.

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

تضمنت استمارة الاستبانة عدة مقاييس:

-مقياس قلق المستقبل:

تم الاستعانة ببعض المقاييس الخاصة بمتغير قلق المستقبل الأكثر استخداماً في الدراسات السابقة خاصة في مجال علم النفس سواء العربية أو الأجنبية، والتي حظيت بدرجة عالية من الصدق والثبات مع التركيز على الأبعاد الاقتصادية والنفسية⁽³⁹⁾. وقامت الباحثة بإجراء بعض التعديلات بعبارات تلك المقاييس بما يتناسب مع موضوع الدراسة الحالية ولتحقيق أهدافها الرئيسية. ويتكون المقياس من (14) عبارة بطريقة ليكرت Likert الثلاثية (موافق- محايد- معارض) تم توزيعها على مجالين: مجال القلق الاقتصادي (من عبارة 1 إلى عبارة 7)، ومجال القلق النفسي (من عبارة 8 إلى عبارة 14)، وبالتالي تراوحت درجات المقياس ما بين 14 إلى 42 درجة تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات، هي: مستوى قلق منخفض من (14 - 23) ومستوى قلق متوسط من (24 - 32) ومستوى قلق مرتفع من (33 - 42).

-مقياس الثقة في الأخبار الاقتصادية: وهو مقياس ثلاثي يتكون من ثلاث عبارات (أثق

تماماً- أثق إلى حد ما- لا أثق على الإطلاق).

-مقياس القيم الخبرية المتوفرة في الأخبار الاقتصادية: تضمن المقياس 8 عبارات تصف القيم الخبرية (الفورية- الضخامة- الشهرة- الاهتمامات الإنسانية- السلبية- الصراع- الجودة- الأهمية)، بحيث يختار المبحوثون ما يتوافق معهم على مقياس ليكرت ثلاثي (متوفر بدرجة كبيرة- متوفر إلى حد ما- غير متوفر).

-مقياس السلوك الاستهلاكي: قامت الباحثة بإعداد مقياس السلوك الاستهلاكي ويتكون المقياس من 7 عبارات بطريقة ليكرت الثلاثي (دائماً- أحياناً- نادراً) لقياس التغيير في السلوك الاستهلاكي للمبحوثين نتيجة تعرضهم للأخبار الاقتصادية.

مجتمع الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة في الجمهور المصري من 18 سنة فأكثر ممن يتعرضون للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية.

عينة الدراسة:

قامت الباحثة بتطبيق استمارة الاستبانة الإلكترونية على عينة غير احتمالية متاحة من الجمهور المصري ممن يتعرضون للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية بلغ قوامها 400 مفردة، وذلك بعد استبعاد عدد (30) استمارة لعدم صلاحيتها. وجاءت خصائص العينة على النحو التالي:

جدول (1)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع والسن والتعليم والمستوى الاجتماعي والاقتصادي

المتغير	المجموعات	ك	%
النوع	ذكر	95	23.8
	أنثى	305	76.3
السن	من 18 إلى 30 سنة	145	36.3
	من 31 إلى 40 سنة	82	20.5
	من 41 إلى 50 سنة	87	21.8
	من 51 إلى 60 سنة	86	21.5
التعليم	متوسط	19	4.7
	جامعي	322	80.5
	فوق جامعي (ماجستير- دكتوراه)	59	14.7
المستوى الاجتماعي والاقتصادي	مرتفع	91	22.7
	متوسط	206	51.5
	منخفض	103	25.7
الإجمالي		400	100

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- تشير النتائج إلى أن استجابة الإناث للدخول على رابط الاستبانة الإلكترونية والإجابة عن تساؤلات الاستمارة كانت أكبر من الذكور، حيث بلغت نسبة أفراد العينة من الإناث 76.3%، مقابل 23.8% فقط من المبحوثين الذكور.
- تصدرت المرحلة العمرية من 18 إلى 30 سنة الترتيب الأول في إجمالي المبحوثين المشاركين في الدراسة بنسبة 36.3%، في حين جاءت المرحلة العمرية من 31 إلى 40 سنة في الترتيب الأخير لتُمثل أقل مرحلة عمرية مشاركة في الاستبانة بنسبة 20.5%.
- فيما يتعلق بمستوى التعليم، أظهرت النتائج أن 80.5% من أفراد عينة الدراسة من حاملي الشهادات الجامعية، يليها الحاصلون على شهادات فوق جامعية (الدكتوراه والماجستير) في الترتيب الثاني بنسبة 14.7%.
- بالنسبة للمستوى الاجتماعي والاقتصادي، أظهرت النتائج أن 51.5% من إجمالي أفراد عينة الدراسة ينتمون للمستوى الاجتماعي والاقتصادي المتوسط، مقابل 25.7% ممن ينتمون للمستوى المنخفض في الترتيب الثاني.

إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: الصدق:

قامت الباحثة في جانب الصدق بعرض استمارة الاستبانة على عدد من المتخصصين في مجال الإعلام والإحصاء⁽⁴⁰⁾ للتأكد من صلاحية المقاييس لتحقيق أهداف الدراسة، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لملاحظات السادة المحكمين.

ثانياً: الثبات:

وفي جانب الثبات قامت الباحثة بإعادة التطبيق وذلك على 10% من إجمالي العينة بقيمة (40) مفردة بعد أسبوعين من التطبيق الأول للاستبانة، وبالتعويض في اختبار هولستي بلغت قيمة معامل الثبات 93% وهي نسبة مقبولة. كما استخدمت الباحثة معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach لاستمارة الاستبانة والمقاييس المستخدمة بها، وبلغ (0.889) وهي نسبة مقبولة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها- بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم **SPSS**، وذلك باللجوء إلى المعاملات

والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- الوزن النسبي (أو المثوي) والذي يحسب من المعادلة التالية:
المتوسط الحسابي $\times 100 \div$ الدرجة العظمى للإجابة على العبارة
- معامل ارتباط بيرسون (**Pearson Correlation Coefficient**)
لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (**Interval Or Ratio**). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30، ومتوسطة ما بين 0.30-0.70، وقوية إذا زادت عن 0.70.
- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (**Independent-Samples T-Test**)
لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من الباحثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (**Interval Or Ratio**).
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (**One way Analysis of Variance**)
المعروف اختصاراً باسم **ANOVA** لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الباحثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (**Interval Or Ratio**).
- الاختبارات البعدية (**Post Hoc Tests**) بطريقة أقل فرق معنوي (**LSD: Least Significance Difference**) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت **ANOVA** وجود فروق دالة إحصائية بينها.

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

الإطار المعرفي:

مفهوم قلق المستقبل:

يعرف القلق بشكل عام بأنه حالة من التوتر العاطفي، يتميز بمجموعة متنوعة من الأعراض مثل عدم الشعور بالراحة في الصدر، الخفقان وضيق التنفس. وفي ظل الظروف الطبيعية، فإن الجهاز العصبي البشري قادر على تهيئة الفرد للفرار من تهديد

جسدي أو معنوي خطير، إلا أن السمة المميزة لمريض القلق هو شعوره بوجود تهديد محسوس ويستجيب له، ولكنه تهديد غير حقيقي وغير موجود⁽⁴¹⁾.

وفقاً لزاليسكي Zaleski عام 1996 يشير مفهوم قلق المستقبل إلى الاتجاهات نحو المستقبل، بحيث تتفوق العمليات المعرفية والعاطفية السلبية على مثلتها الإيجابية، كما يغلب الخوف على الأمل. فهو الخوف من الأحداث المستقبلية والشعور بأن خطراً ما سيحدث في المستقبل. ويتمثل أساس قلق المستقبل في السمات الشخصية للفرد التي تُحدد طريقة الاستجابة للخوف، والتجارب الشخصية، والأحداث الجارية. وهو ما افترضه إيسنك Eysenck عام 1992 في نظريته عن اليقظة المفرطة أن الوظيفة الرئيسة للخوف هو الاكتشاف المبكر لإشارات وعلامات التهديد⁽⁴²⁾.

ويُعد القلق واحداً من الانفعالات السلبية الرئيسة التي تشمل كذلك كلاً من الغضب والحزن والاشمئزاز وغيرها من الانفعالات، إلا أنه ينبغي التفرقة بينه وبين الخوف والذي يكون الشعور به مشابهاً على المستوى الشخصي، لكنه يركز على الخطر الوشيك. وعلى النقيض فإن القلق يتطابق مع حالة الشك. وبالتالي يشير القلق إلى مشاعر عامة من الاضطراب بشأن أمر غير مؤكد؛ مما يجعل الشخص متذبذباً في الكيفية التي يسلك بها⁽⁴³⁾.

ورغم أن المستويات المحدودة من قلق المستقبل قد تكون مجدية أحياناً في التخطيط وإيجاد حلول للمشاكل المتوقعة، إلا أن المستوى المرتفع من قلق المستقبل قد يتحول إلى عائق ويمثل نوعاً من العجز. وكثيراً ما يتم الربط بين وسائل الإعلام المختلفة ومستويات قلق المستقبل لما تنقله من أخبار عن الجرائم والمخاوف بشأن الوضع الاقتصادي والسياسي⁽⁴⁴⁾.

أبعاد قلق المستقبل:

تنقسم أبعاد ومجالات قلق المستقبل إلى⁽⁴⁵⁾:

- البعد الجسدي: وهو مجموعة الأعراض المرضية التي تصيب الجهاز الهضمي والتنفسي والعصبي، والناجمة عن كثرة التفكير في المستقبل والخوف منه.
- البعد المعرفي: المعتقدات الخاطئة والأفكار المشوهة التي يتبناها الفرد، وشعوره بالغموض وفقدان الأمل تجاه المستقبل.
- البعد الوجداني والنفسي: وهي حالة وجدانية تشتمل على نظرة سلبية وعدم اطمئنان الفرد تجاه المستقبل؛ بحيث يشعر الفرد بأنه لا يستطيع تحقيق طموحه.

- البُعد الاجتماعي: توقع الفرد نظرة الأسرة والمجتمع له بشكلٍ سلبي في المستقبل والخوف من ذلك؛ الأمر الذي يجعله يقوم بسلوكيات اجتماعية غير مرغوب فيها.
- البُعد الاقتصادي: توقع الفرد أنه لن يستطيع الحصول على عمل مناسب في المستقبل، وبذلك لن يستطيع الزواج وتكوين أسرة، وهذا ما يجعله يشعر باليأس.

مدخل إعادة البناء المعرفي لتفسير متغير قلق المستقبل:

افتراض بيك أن السمات الأساسية لاضطرابات القلق هي معرفية في جوهرها، حيث انقسم النموذج المعرفي الذي وضعه بيك حول العمليات المعرفية الخاصة بسمات القلق إلى ثلاث خطوات، هي⁽⁴⁶⁾:

- التقييم الأولي: حيث يُقيم فيه الفرد الخطر الذي يهدده.
- التقييم الثانوي: يُقيم الفرد المصادر الممكنة للتعامل مع التهديد المُحتمل، ويفترض بيك أن مستوى القلق الذي ينتاب الفرد يعتمد على هذين النوعين من التقييم، ولا يحدث التقييم عن طريق الوعي، بل يحدث بطريقة أوتوماتيكية في اللاوعي.
- إعادة التقييم: يُقيم الفرد حدة وشدة الخطر ونتيجة ذلك قد يولد لديه الاستجابة العدائية، سواء كان الهروب بسبب القلق أو المواجهة نتيجة الخطر، وهذا يعتمد على مستوى الثقة بالنفس.

ويرى إيسنك Eysenck أن النظام المعرفي يعمل كبوابة للنظام الفيسيولوجي، لذلك من المهم عند دراسة وفهم متغير القلق الأخذ في الاعتبار بكلا النظامين. ويوضح إيسنك Eysenck أن هناك اختلافات بين الأشخاص أصحاب المستويات المرتفعة والمنخفضة من القلق تجاه المعلومات المُخزنة في الذاكرة طويلة المدى لديهم. كما أن الأشخاص الذين يعانون من القلق الشديد أو المنخفض يختلفون أيضاً في حالاتهم المزاجية، وبالتالي فإن محتوى الذاكرة لديهم يجب أن يختلف أيضاً. ويساعد منهج الذاكرة هذا في قياس تغيرات مستويات القلق التي تحدث بمرور الوقت، وأيضاً في التعامل مع حقيقة أن بعض الأشخاص يكونون أكثر قلقاً في بعض المواقف المُسببة للتوتر مقارنة بغيرها من المواقف. ومن ناحية أخرى، يوضح إيسنك Eysenck أن اختلاف مستويات القلق بين الأشخاص يجعلهم أيضاً مختلفين في تقييمهم المعرفي والإدراكي للغموض⁽⁴⁷⁾:

ووفقاً للنموذج المعرفي توجد خمسة عوامل محتملة قد تجعل الفرد أكثر عرضة للقلق، وهي⁽⁴⁸⁾:

- الوراثة والجينات.
- المرض الجسدي.
- الصدمة النفسية.
- غياب آليات التأقلم.
- الأفكار والمعتقدات والافتراضات والمعالجات المعرفية.

التعريفات الإجرائية الخاصة بالدراسة:

- **الأخبار الاقتصادية:** يقصد بها الأخبار الصحفية التي تهتم بالمجال الاقتصادي وتسعى لتغطية التغيرات والقرارات الاقتصادية، خاصة في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية الراهنة وما نتج عنها من تسارع في وتيرة التطورات الاقتصادية على مستوى العالم.

- **المواقع الصحفية:** يقصد بها المواقع الإلكترونية المصرية التي تُمارس العمل الصحفي وتُقدم كافة الفنون والأشكال الصحفية وتسمح للمستخدمين بالتجول بحرية بين أقسامها، وتشمل المواقع الإخبارية والبوابات ومواقع الصحف الإلكترونية.

- **قلق المستقبل:** يقصد به الشعور العاطفي السلبي الذي ينطوي على الخوف والتشاؤم من المستقبل فيما يتعلق بالنواحي الاقتصادية والاجتماعية؛ نتيجة حالة عدم استقرار الأوضاع الاقتصادية التي يشهدها العالم في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية وما تُمثله من تهديد لاستقرار التزامات الحياة اليومية.

نتائج الدراسة:

1- حجم الاهتمام بمتابعة الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية:

جدول (2)

حجم اهتمام الباحثين بمتابعة الأخبار الاقتصادية

حجم الاهتمام	ك	%
بدرجة كبيرة	148	37
بدرجة متوسطة	182	45.5
بدرجة ضعيفة	70	17.5
الإجمالي	400	100

يتضح من الجدول السابق حجم الاهتمام- الكبير نسبيا- من جانب الباحثين بمتابعة الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية، حيث احتلت درجة الاهتمام المتوسطة الترتيب الأول بنسبة 45.5%، يليها درجة الاهتمام الكبيرة في الترتيب الثاني بنسبة 37%، ثم حجم الاهتمام الضعيف في الترتيب الأخير بنسبة 17.5%. وتتفق هذه النتيجة مع

دراستي (سحر غريب أحمد، 2023) و(جيهان سيد يحيى أحمد، 2020) اللتين أشارتا إلى اهتمام الباحثين بمتابعة الموضوعات الاقتصادية بدرجة متوسطة في المقام الأول. وترى الباحثة أن الاهتمام الكبير من جانب الباحثين بمتابعة الأخبار الاقتصادية يُعد نتيجة منطقية في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية التي تعيشها مصر ودول العالم أجمع خلال فترة تطبيق الدراسة، حيث أسهمت تلك الأزمة- التي ظهرت بوادرها منذ جائحة فيروس كورونا- في زيادة الوعي الاقتصادي لدى أفراد المجتمع بشكل أكبر من وقت سابق، فبعد أن كان الاهتمام بمتابعة هذه النوعية من الأخبار قاصراً إلى حد ما على فئة المتخصصين ورجال الأعمال والعاملين في سوق المال، أصبح في الوقت الحالي هو حديث الساعة بين المواطنين، خاصة وأن الأزمة الراهنة تمس حياة المواطنين بشكل مباشر وملمس.

2- معدل التعرض اليومي للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية:

جدول (3)

معدل تعرض الباحثين للأخبار الاقتصادية

معدل التعرض اليومي	ك	%
أقل من نصف ساعة	273	68.3
من نصف ساعة إلى أقل من ساعة	87	21.8
من ساعة إلى أقل من ساعة ونصف	24	6
من ساعة ونصف إلى أقل من ساعتين	10	2.5
من ساعتين فأكثر	6	1.5
الإجمالي	400	100

يتضح من الجدول السابق انخفاض معدل التعرض اليومي من جانب الباحثين للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية، حيث تصدرت نسبة الباحثين الذين يتعرضون للأخبار الاقتصادية بمعدل أقل من نصف ساعة يومياً الترتيب الأول بقيمة 68.3%، في حين جاءت نسبة الباحثين كثيفي التعرض اليومي للأخبار الاقتصادية في الترتيب الأخير بقيمة 1.5% فقط من إجمالي الباحثين.

وتُفسر الباحثة هذه النتيجة بأنه على الرغم من اهتمام الباحثين بمتابعة الأخبار الاقتصادية كما أظهره الجدول (2)، إلا أنهم حاولوا تجنب التأثير السلبي لأخبار الأزمة الاقتصادية باعتبارها من الأخبار السلبية التي قد تسبب لهم بعض الاضطرابات على

المستوى النفسي والاجتماعي مثل الخوف، والقلق، والعزلة الاجتماعية، وغيرها. فضلاً عن أن المجال الاقتصادي من المجالات المتخصصة التي قد يصعب على بعض الأفراد من غير المتخصصين في المجال فهم واستيعاب مصطلحاته. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Toff & Nielson, 2022) التي توصلت إلى أن مشاعر القلق المتوقع دفعت أفراد العينة إلى تجنب التعرض الكثيف للأخبار.

3- أبرز المواقع الصحفية المصرية لمتابعة الأخبار الاقتصادية من خلالها:

جدول (4)

أبرز المواقع الصحفية المصرية التي يتعرض لها المبحوثون لمتابعة الأخبار الاقتصادية

المواقع الصحفية المصرية	ك	%
بوابة الأهرام	292	73
بوابة الوفد	87	21.8
اليوم السابع	350	87.5
المصري اليوم	345	86.2
موقع القاهرة 24	240	60
بوابة أخبار اليوم	109	27.2
بوابة رصد الإخبارية	92	23
موقع الدستور	60	15
المال	40	10
مصراوي	302	75.5
الوطن	277	69.2

** (تم اختيار أكثر من بديل)

يتضح من الجدول السابق تفضيل المبحوثين للمواقع الصحفية ذات الملكية المستقلة بشكل أكبر من مثيلاتها الحكومية والحزبية، حيث أوضح 87.5% من المبحوثين أنهم يتعرضون لموقع اليوم السابع في المقام الأول لمتابعة الأخبار الاقتصادية، يليه بفارق بسيط موقع المصري اليوم الذي بلغت نسبة من يتابعونه من المبحوثين 86.2%. وتتفق هذه النتيجة جزئياً مع دراسة (علي حمودة جمعة سليمان وأحمد سامي العائدي، 2018) التي كشفت عن اهتمام المبحوثين بمتابعة موقع اليوم السابع في المقام الأول للحصول على معلومات حول أزمة ارتفاع الأسعار. وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن بعض الأفراد في أوقات الأزمات المختلفة- ومنها الأزمة الاقتصادية- يميلون إلى متابعة وسائل الإعلام

ذات الملكية المستقلة التي تسمح سياستها التحريرية بعكس واقع الأزمات المختلفة كما هو دون تهويل أو تهوين.

4- نوعية الأخبار الاقتصادية الأكثر متابعة على المواقع الصحفية المصرية: جدول (5)

الأخبار الاقتصادية التي يتابعها المبحوثون على المواقع الصحفية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		نوعية الأخبار الاقتصادية
			%	ك	%	ك	%	ك	
61.33	0.664	1.84	31.3	125	53.5	214	15.3	61	الأخبار الاقتصادية العالمية
80.00	0.675	2.40	10.8	43	38.5	154	50.8	203	الأخبار الاقتصادية المحلية
55.17	0.642	1.66	43.8	175	47.0	188	9.3	37	الأخبار الاقتصادية العربية

يتضح من الجدول السابق أن الأخبار الاقتصادية المحلية شغلت المساحة الأكبر من اهتمام المبحوثين بوزن نسبي بلغ 80، في حين كشفت النتائج أن الأخبار الاقتصادية العربية حظيت بأقل مساحة من الاهتمام بوزن نسبي بلغ 55.17. وترى الباحثة أنها نتيجة طبيعية؛ حيث يميل الأفراد عادة إلى الاهتمام بالدرجة الأولى بمتابعة أخبار الشأن الاقتصادي المحلي لما له من تأثير يمس حياتهم اليومية وشؤونهم الخاصة، ويليه الاهتمام بأخبار الشأن الاقتصادي العالمي وتداعياته المؤثرة بشكل مباشر وغير مباشر على الاقتصاد المحلي، وتحديداً بعد الحرب الروسية الأوكرانية التي تسببت في ارتباك السوق الاقتصادي العالمي والمحلي على حد سواء.

5- أبرز الموضوعات الاقتصادية التي يتابعها المبحوثون على المواقع الصحفية المصرية:

جدول (6)

الموضوعات الاقتصادية التي يتابعها المبحوثون

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		الموضوعات الاقتصادية
			%	ك	%	ك	%	ك	
84.08	0.645	2.52	8.3	33	31.3	125	60.5	242	أسعار العملات الأجنبية
77.00	0.711	2.31	14.5	58	40	160	45.5	182	أسعار الذهب
81.17	0.665	2.44	9.8	39	37.0	148	53.3	213	أسعار السلع
75.42	0.762	2.26	19.3	77	35.3	141	45.5	182	قرارات البنك المركزي
59.67	0.736	1.79	39.8	159	41.5	166	18.8	75	قرارات صندوق النقد الدولي
70.33	0.784	2.11	25.8	103	37.5	150	36.8	147	أسعار الفائدة على الإيداع والإقراض
70.92	0.808	2.13	27	108	33.3	133	39.8	159	المرتبات والمعاشات
47.00	0.627	1.41	66.5	266	26	104	7.5	30	أخبار البورصة
67.25	0.774	2.02	29	116	40.3	161	30.8	123	إجراءات الحكومة للحد من آثار الأزمة الاقتصادية

يتضح من الجدول السابق أن موضوع أسعار العملات الأجنبية مقابل الجنيه المصري احتل الصدارة في قائمة الموضوعات التي يتابعها المبحوثون على المواقع الصحفية المصرية بوزن نسبي 84.08، يليه موضوع أسعار والخدمات الذي احتل الترتيب الثاني بوزن نسبي 81.17، في حين نال موضوع البورصة أقل نسبة اهتمام ومتابعة من جانب المبحوثين وحصل على وزن نسبي 47. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (سحر غريب أحمد، 2023) التي توصلت إلى أن موضوع ارتفاع الأسعار جاء في الترتيب الأول في قائمة الموضوعات الاقتصادية التي يتابعها المبحوثون، يليه انخفاض قيمة الجنيه أمام العملات الأخرى في الترتيب الثاني. وتُفسر الباحثة هذه النتيجة بأن أسعار صرف العملات الأجنبية مرتبطة بعملية الاستيراد والتي تؤثر بشكل مباشر على أسعار السلع

والخدمات بالأسواق المحلية والقدرة الشرائية لأفراد المجتمع، وهو أكثر ما يشغل بال المواطن العادي في الوقت الحالي.

6- القيم الخبرية البارزة في الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية:

جدول (7)

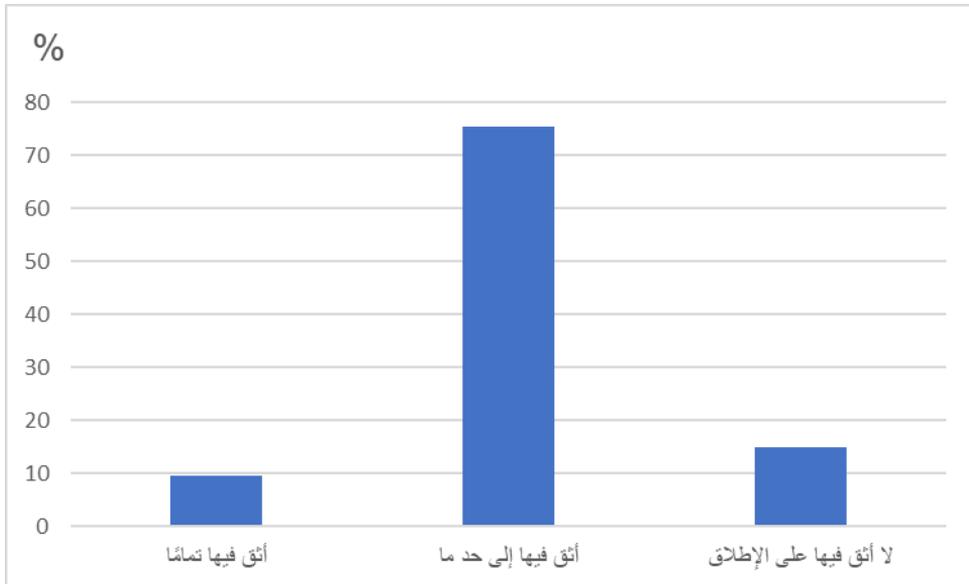
القيم الخبرية البارزة في الأخبار الاقتصادية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير متوفر		متوفر إلى حد ما		متوفر بدرجة كبيرة		القيم الخبرية
			%	ك	%	ك	%	ك	
68.92	0.643	2.07	17.5	70	58.3	233	24.3	97	السرعة والضرورة في نشر القرارات تطورات المجال الاقتصادي (الضرورة)
64.42	0.640	1.93	24.0	96	58.8	235	17.3	69	الاعتماد على الأرقام والإحصاءات الضخمة (الضخامة)
67.33	0.656	2.02	20.5	82	57.0	228	22.5	90	الاعتماد على تصريحات المتخصصين المشهورين (الشهرة)
62.25	0.732	1.87	34.3	137	44.8	179	21	84	عرض قصص إنسانية سلبية أو إيجابية (الاهتمامات الإنسانية)
64.08	0.691	1.92	28	112	51.8	207	20.3	81	التركيز على العواقب السلبية للوضع الاقتصادي (السلبية)
67.67	0.697	2.03	22.8	91	51.5	206	25.8	103	نشر المعلومات عن الصراعات الاقتصادية بين الدول (الصراع)
73.17	0.647	2.20	13	52	54.5	218	32.5	130	الحرص على نشر مستجدات الوضع الاقتصادي المحلي والعالمي (الجدة)
76.50	0.663	2.30	11.5	46	47.5	190	41	164	الإحاطة بمعلومات اقتصادية تهمني في حياتي اليومية (الأهمية)

يتضح من الجدول السابق أن قيمة الأهمية قد غلبت على تغطية المواقع الصحفية المصرية للأخبار الاقتصادية من وجهة نظر الباحثين، حيث جاءت عبارة "الإحاطة بمعلومات اقتصادية تهمني في حياتي اليومية" في الترتيب الأول بوزن نسبي 76.5، يليها قيمة الجدة في الترتيب الثاني متمثلة في عبارة "الحرص على نشر مستجدات الوضع الاقتصادي المحلي والعالمي" وحصلت على وزن نسبي 73.17، في حين لم تهتم تغطية المواقع الصحفية المصرية للأخبار الاقتصادية بقيمة الاهتمامات الإنسانية وفقاً

لاستجابات المبحوثين، حيث حصلت عبارة "عرض قصص إنسانية سلبية أو إيجابية في مواجهة الأوضاع الاقتصادية" على أقل وزن نسبي بلغ 62.25. وترى الباحثة وفقاً لنتائج الجدول السابق أن المواقع الصحفية المصرية في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية الراهنة قد نجحت في إحاطة الجمهور المُتلقي في المقام الأول بالمعلومات الاقتصادية التي تهتمه في حياته اليومية، مثل المعلومات عن أسعار العملات، وأسعار الفائدة على الإيداع والإقراض.. وغيرها من المعلومات التي تهتم المواطن العادي بشكلٍ كبير، حتى لو كان غير مهتم بالمجال الاقتصادي بشكلٍ أساسي.

7- مدى ثقة المبحوثين في الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية:



شكل رقم (1)

ثقة المبحوثين في الأخبار الاقتصادية

يتضح من الشكل السابق أن الغالبية العظمى من المبحوثين يثقون إلى حدٍ ما في الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية بنسبة 75.5%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين لا يثقون على الإطلاق في الأخبار الاقتصادية 15%. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (سحر غريب أحمد، 2023)؛ حيث تصدر مستوى ثقة المبحوثين المتوسط في الصحافة الرقمية كمصدر للمعلومات حول التحديات الاقتصادية الترتيب الأول بنسبة 71.5%. وتُرجع الباحثة هذه النتيجة إلى طبيعة الفترة الزمنية للدراسة التي تشهد واحدة من أسوأ الأزمات الاقتصادية التي مرت بها دول العالم، حيث اعتاد الجمهور على

انتشار الشائعات والأخبار المضللة بشكل ملحوظ خلال أوقات الأزمات المختلفة الأمر الذي يفقده الثقة في المعالجة الإعلامية لتلك الأزمات، ونظراً للتطورات السريعة والمتلاحقة التي أصبح يشهدها المجال الاقتصادي خلال الأزمة الراهنة فقد يضطر بعض الصحفيين والعاملين بالمواقع الإخبارية إلى تغليب السبق الصحفي والفورية على حساب تحري الدقة؛ مما يؤثر على درجة ثقة الجمهور في المادة الإخبارية المقدمة لهم، وهو ما أكدته نتائج الجدول (7) التي أوضحت أن الفورية احتلت الترتيب الثالث في قائمة القيم الخبرية البارزة بالأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية من وجهة نظر الباحثين.

8- مستويات قلق المستقبل نتيجة التعرض للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية:
جدول (8)

أعراض مجالات قلق المستقبل لدى الباحثين

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		قلق المستقبل
			%	ك	%	ك	%	ك	
أولاً: المجال الاقتصادي:									
94.75	0.410	2.84	1.8	7	12.3	49	86	344	أشعر بالقلق من ارتفاع أسعار السلع والخدمات بشكل متزايد ومتسارع
78.42	0.724	2.35	14.8	59	35.3	141	50	200	أشعر بالخوف من أن أضطر إلى بيع بعض ممتلكاتي مستقبلاً لتسديد النفقات الضرورية
84.83	0.640	2.55	8	32	29.5	118	62.5	250	أشعر بالتوتر عندما أفكر في وضعي الاقتصادي المستقبلي
79.75	0.724	2.39	14.3	57	32.3	129	53.5	214	أشعر بالخوف والقلق من عدم القدرة على شراء احتياجاتي الأساسية
82.67	0.690	2.48	11.3	45	29.5	118	59.3	237	أشعر بالقلق من فكرة تغيير وضعي الاجتماعي مستقبلاً نتيجة الأزمة الاقتصادية

74.5	0.775	2.24	21	84	34.5	138	44.5	178	أشعر بالخوف من فقدان وظيفتي (أو الاستمرار في دراستي) نتيجة الظروف الاقتصادية
77.42	0.768	2.32	18.5	74	30.8	123	50.8	203	أشعر بالخوف من الفقر المادي مستقبلا
ثانيا: المجال النفسي:									
72.83	0.760	2.19	21.3	85	39	156	39.8	159	أشعر بأنني في خطر دائم نتيجة متابعتي للأخبار الاقتصادية
74.75	0.758	2.24	19.5	78	36.8	147	43.8	175	أشعر بالخوف الشديد كلما أفكر في المستقبل
72.67	0.784	2.18	23.3	93	35.5	142	41.3	165	أصبحت أكثر توترا وعصبية نتيجة متابعتي للأخبار الاقتصادية
74.33	0.761	2.23	20	80	37	148	43	172	أشعر أن المستقبل سيكون أسوأ
68.42	0.804	2.05	29.8	119	35	141	35	140	أشعر أن نهاية العالم اقتربت
77.33	0.758	2.32	17.8	71	32.5	130	49.8	199	أشعر بالقلق من احتمالية زيادة المشاكل الأسرية في المستقبل نتيجة الضغوط النفسية
74.75	0.768	2.24	20.3	81	35.3	141	44.5	178	أشعر بالقلق من عدم قدرتي على التكيف نفسيا مع التغيرات الاقتصادية والاجتماعية

جدول (9)
إجمالي مستويات قلق المستقبل لدى الباحثين

مستويات قلق المستقبل	ك	%	
قلق المستقبل (كلى)	مستوى مرتفع	211	52.8
	مستوى متوسط	137	34.3
	مستوى منخفض	52	13
البعد الاقتصادي	مستوى مرتفع	237	59.3
	مستوى متوسط	127	31.8
	مستوى منخفض	36	9
البعد النفسى	مستوى مرتفع	170	42.5
	مستوى متوسط	154	38.5
	مستوى منخفض	76	19

يتضح من الجدولين السابقين ما يلى:

- ارتفاع مستويات قلق المستقبل الكلى بشكل كبير لدى الباحثين نتيجة تعرضهم للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية بنسبة بلغت 52.8%، في حين بلغ المستوى المنخفض من القلق لديهم 13% فقط. وعلى مستوى أبعاد مقياس قلق المستقبل، أبدى الباحثون بشكل بارز مستوى أعلى من قلق المستقبل في البعد الاقتصادي؛ حيث حصل مستوى القلق الاقتصادي المرتفع على نسبة 59.3% مقارنة بالمجال النفسى الذي بلغت نسبة مستواه المرتفع 42.5%. وتدعم نظرية مجتمع المخاطر هذه النتيجة حيث تقوم النظرية على افتراض أن معالجة وسائل الإعلام للمخاطر في مجتمع ما من شأنه التأثير على مستويات القلق لدى المتلقين. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (تامر صلاح الدين سكر، 2021) التي كشفت عن تصدر درجة التأثير الكبيرة للتغطية الإخبارية للأحداث الإرهابية على شعور الباحثين بالقلق السياسى المستقبلي في المقام الأول، يليه درجة التأثير المتوسط في الترتيب الثاني. كما تتفق أيضا مع نتائج دراسة (هشام رشدي خير الله، 2019) التي أكدت على أنه كلما زاد التعرض لحوادث الاختطاف كلما ارتفعت مستويات قلق المستقبل لدى الباحثين.

- تمثلت أبرز أعراض قلق المستقبل في البعد الاقتصادي في "الشعور بالقلق من ارتفاع أسعار السلع والخدمات بشكل متسارع" في الترتيب الأول بوزن نسبي 94.75، يليه عرض "الشعور بالتوتر عند التفكير في الوضع الاقتصادي المستقبلي" بوزن نسبي 84.83، ثم في الترتيب الثالث جاء عرض "الشعور بالقلق من تغيير الوضع الاجتماعي نتيجة الأزمة الاقتصادية" بوزن نسبي 82.67. وتُرجع الباحثة هذه النتيجة إلى أن أسعار السلع والخدمات هي أكثر ما يهـم المواطن العادي ويمس حياته اليومية بشكل مباشر، وبالتالي فإن التفكير المستمر في كيفية تدبير الاحتياجات اليومية الأساسية أدى إلى زيادة الشعور بالقلق لدى الباحثين من الجمهور المصري. كما أن طبيعة الأزمات عموماً- والأزمة الاقتصادية الحالية بشكل خاص- يعثرها عادة الغموض من حيث موعد انتهائها والخروج منها، وكذلك فيما يتعلق بوجود حلول نهائية وحاسمة من شأنها التخفيف من آثارها؛ لذا فإن التفكير في الوضع الاقتصادي الغامض في المستقبل كان له تأثير واضح في شعور الباحثين بالقلق.

- احتلت عبارة "الشعور بالقلق من احتمالية زيادة المشاكل الأسرية في المستقبل نتيجة الضغوط النفسية" الترتيب الأول في قائمة أعراض البعد النفسي لقلق المستقبل بوزن نسبي 77.33، يليها عبارتا "الشعور بالخوف الشديد عند التفكير في المستقبل" و"الشعور بالقلق من عدم القدرة على التكيف نفسياً مع التغيرات الاقتصادية والاجتماعية" في الترتيب الثاني بوزن نسبي 74.75 لكل منهما، ثم عبارة "الشعور بأن المستقبل سيكون أسوأ" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 74.33. وتتفق هذه النتيجة جزئياً مع دراستي (سعد بن سعود بن محمد آل سعود، 2018) و(نادية محمد عبد الحافظ، 2020) اللتين أظهرتا أن أعراض القلق النفسي لدى الباحثين تمثلت في توقع حدوث الأسوأ باستمرار في الترتيب الثاني.

9- السلوك الاستهلاكي الناتج عن التعرض للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية:

جدول (10)

السلوك الاستهلاكي الناتج لدى المبحوثين

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	أبداً		أحياناً		دائماً		السلوك الاستهلاكي
			%	ك	%	ك	%	ك	
84.75	0.523	2.54	1.3	5	43.3	173	55.5	222	بدأت أبحث عن بدائل أرخص للسلع والخدمات التي اعتدت استخدامها
55.25	0.701	1.66	47.5	190	39.3	157	13.3	53	أشترى كميات أكبر من احتياجي من السلع وتخزينها خوفاً من ارتفاع سعرها
76.83	0.650	2.31	10.5	42	48.5	194	41	164	أفكر في تأجيل بعض التزاماتي المادية (مثل الزواج/ الإنجاب/ السفر/.....)
82.25	0.636	2.47	7.8	31	37.8	151	54.5	218	اتخذت خطوات جادة لترشيد استهلاكي
78.25	0.734	2.35	15.5	62	34.3	137	50.3	201	أبحث عن طرق استثمار/ ادخار مختلفة لزيادة دخلي
45.75	0.656	1.37	72.5	290	17.8	71	9.8	39	ألجأ إلى الاقتراض للحفاظ على نفس مستوى معيشتي ووضعي الاجتماعي
76.67	0.675	2.30	12.3	49	45.5	182	42.3	169	أتناقش مع الأهل والأصدقاء حول توقعات الوضع الاقتصادي المستقبلي

يتضح من الجدول السابق غلبة الاتجاه الإيجابي على السلوك الاستهلاكي للمبحوثين الناتج عن تعرضهم للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية، حيث تصدر سلوك

"البحث عن بدائل أرخص للسلع والخدمات التي اعتادوا استخدامها" الترتيب الأول بوزن نسبي 84.75، يليه في الترتيب الثاني سلوك "اتخاذ خطوات جادة لترشيد الاستهلاك" بوزن نسبي 82.25، ثم سلوك "البحث عن طرق استثمار/ ادخار مختلفة لزيادة الدخل" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 78.25. وتتفق هذه النتيجة إلى حد ما مع دراسة (راللا أحمد محمد عبد الوهاب، 2020) التي توصلت إلى أن أبرز التأثيرات السلوكية الناتجة عن تعرض المبحوثين للأخبار الاقتصادية تمثلت في نصيحة الأسرة بترشيد استهلاك المياه والكهرباء. وتجد الباحثة أنها نتيجة إيجابية باعتبار أن أبرز السلوكيات التي أظهرتها ردود المبحوثين تحمل الطابع الإيجابي الواجب اتباعه خلال الأزمات الاقتصادية، كذلك جاء سلوك "شراء كميات أكبر من الاحتياج من السلع وتخزينها خوفاً من ارتفاع سعرها" و"اللجوء إلى الاقتراض للحفاظ على نفس مستوى المعيشة والوضع الاجتماعي" في آخر الترتيب، وهي سلوكيات تحمل الطابع السلبي، وقد تسهم في تفاقم حدة الأزمة الاقتصادية وتعقيدها بدلاً من محاولة إيجاد حلول مناسبة لها.

نتائج اختبار صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين وكل من:

أ- معدل التعرض اليومي للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية:
جدول (11)

معامل ارتباط بيرسون بين معدل التعرض اليومي ومستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	معدل التعرض اليومي للأخبار الاقتصادية
0.498	0.034	متغير قلق المستقبل

تشير نتائج معامل ارتباط بيرسون في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض اليومي للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية ومستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين، وبالتالي تم ثبوت عدم صحة الفرض. وتتعارض هذه النتيجة مع دراسات (سعد بن سعود بن محمد آل سعود، 2018) و(طارق محمد الصعيدي، 2017) و(Shabahang et al., 2021)؛ حيث أكدت نتائجهم أن زيادة معدلات التعرض للأخبار أدت إلى ارتفاع مستويات القلق لدى المبحوثين.

ب- طبيعة الموضوعات الاقتصادية التي يتابعها المبحوثون:
جدول (12)

معامل ارتباط بيرسون بين الموضوعات الاقتصادية ومستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين

المقياس	الموضوعات الاقتصادية	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
قلق المستقبل	أسعار العملات	-0.062	0.216	غير دالة
	أسعار الذهب	-0.018	0.714	غير دالة
	أسعار السلع	-0.008	0.875	غير دالة
	قرارات صندوق النقد الدولي	-0.024	0.627	غير دالة
	قرارات البنك المركزي	-0.135	0.007	دالة
	أسعار الفائدة على الإيداع والإقراض	-0.039	0.442	غير دالة
	البورصة	-0.052	0.301	غير دالة
	إجراءات الحكومة للحد من آثار الأزمة الاقتصادية	-0.024	0.639	غير دالة
	المرتبات والمعاشات	0.056	0.261	غير دالة

تشير نتائج معامل ارتباط بيرسون في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لموضوع قرارات البنك المركزي ومستوى قلق المستقبل لديهم عند مستوى معنوية 0.007 أي أقل من 0.05. في حين لم تُثبت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين مستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين ومتابعتهم للموضوعات الاقتصادية الأخرى، وبالتالي تم صحة ثبوت الفرض جزئياً. وتُفسر الباحثة هذه النتيجة بأن قرارات البنك المركزي ولجنة السياسة النقدية تُعتبر أحد مؤشرات الوضع الاقتصادي الحالي، وينبثق منها معظم الموضوعات الاقتصادية الأخرى بما فيها أسعار فائدة الإيداع والاقتراض، وتحرير سعر الصرف، الذي يؤثر بدوره على أسعار السلع والخدمات التي تُعد بمثابة المحرك الأساسي لحياة المواطن العادي. ومن هنا انتهت النتائج إلى أن قرارات البنك المركزي هو الموضوع الأساسي الذي يحرك مشاعر الجمهور المصري في ظل الأزمة الراهنة نحو القلق من المستقبل.

ج- السلوك الاستهلاكي الناتج عن تعرض المبحوثين للأخبار الاقتصادية:
جدول (13)

معامل ارتباط بيرسون بين السلوك الاستهلاكي ومستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين

المقياس	السلوك الاستهلاكي	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
قلق المستقبل	البحث عن بدائل أرخص	-0.003	0.947	غير دالة
	شراء كميات سلع أكبر من الاحتياج وتخزينها	-0.047	0.352	غير دالة
	تأجيل الالتزامات المادية	-0.008	0.876	غير دالة
	ترشيد الاستهلاك	-0.02	0.689	غير دالة
	البحث عن طرق استثمار مختلفة	-0.021	0.673	غير دالة
	الحصول على قرض	-0.045	0.367	غير دالة
	مناقشة الأهل والأصدقاء حول الوضع الاقتصادي المستقبلي	-0.003	0.954	غير دالة

تشير نتائج معامل ارتباط بيرسون في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين السلوك الاستهلاكي الناتج عن التعرض للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية ومستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين، وبالتالي تم ثبوت عدم صحة الفرض؛ مما يعني أن اتباع أفراد العينة للسلوكيات المذكورة أعلاه نابع من تعرضهم للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية فقط، وليس نتيجة لمستوى قلق المستقبل لديهم. وترتبط الباحثة بين هذه النتيجة ونتائج الجدول (10) التي أظهرت الاتجاه الإيجابي الغالب على السلوك الاستهلاكي للمبحوثين، فإذا كان السلوك الاستهلاكي مرتبطاً بمستوى القلق المرتفع لدى المبحوثين كان من المتوقع أن يغلب عليه الطابع السلبي وهو أمر طبيعي. وربما تشير هذه النتيجة إلى تفوق تغطية المواقع الصحفية المصرية وغيرها من وسائل الإعلام للأخبار الاقتصادية في توعية أفراد المجتمع بالسلوكيات الواجب اتباعها والتي من شأنها التخفيف من آثار وعواقب الأزمة الاقتصادية.

د-درجة ثقة المبحوثين في الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية:
جدول (14)

معامل ارتباط بيرسون بين درجة الثقة ومستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين

متغير درجة الثقة في الأخبار الاقتصادية	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية
متغير قلق المستقبل	0.035	0.483

تشير نتائج معامل ارتباط بيرسون في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية ومستوى قلق المستقبل لديهم، وبالتالي تم ثبوت عدم صحة الفرض. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (تامر محمد صلاح الدين سكر، 2021) و(سهير صالح إبراهيم، 2019)، بينما تتعارض مع دراسة (سامح عبد الغني محمود، 2018) التي انتهت إلى أنه كلما زادت ثقة المبحوثين في المضمون كلما انخفض مستوى القلق لديهم.

ه- القيم الخبرية البارزة في الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية:

جدول (15)

معامل ارتباط بيرسون بين نوعية القيم الخبرية ومستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين

المقياس	القيم الخبرية	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
قلق المستقبل	السرعة والفورية في نشر القرارات تطورات المجال الاقتصادي (الفورية)	0.006	0.906	غير دالة
	الاعتماد على الأرقام والإحصاءات الضخمة (الضخامة)	0.046	0.361	غير دالة
	الاعتماد على تصريحات المتخصصين المشهورين (الشهرة)	0.006	0.901	غير دالة
	عرض قصص إنسانية سلبية أو إيجابية (الاهتمامات الإنسانية)	-0.005	0.926	غير دالة
	التركيز على العواقب السلبية للوضع الاقتصادي (السلبية)	0.096	0.055	غير دالة
	نشر المعلومات عن الصراعات الاقتصادية بين الدول (الصراع)	0.003	0.949	غير دالة
	الحرص على نشر مستجدات الوضع الاقتصادي المحلي والعالمي (الجدة)	-0.086	0.086	غير دالة
	الإحاطة بمعلومات اقتصادية تهمني في حياتي اليومية (الأهمية)	0.047	0.347	غير دالة

تشير نتائج معامل ارتباط بيرسون في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوعية القيم الخبرية البارزة في الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية ومستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين، وبالتالي تم ثبوت عدم صحة الفرض.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الموضوعات الاقتصادية التي يتابعها المبحوثون، والسلوك الاستهلاكي الناتج عن التعرض للأخبار الاقتصادية.

جدول (16_أ)

معامل ارتباط بيرسون بين طبيعة الموضوعات الاقتصادية والسلوك الاستهلاكي لدى المبحوثين

تريشد الاستهلاك	تاجيل الالتزامات المادية		شراء كميات أكبر من الاحتياج		البحث عن بدائل أرخص		تأجيل دفع الفواتير	تأجيل دفع المصاريف
	مستوى العنوية	معامل بيرسون	مستوى العنوية	معامل بيرسون	مستوى العنوية	معامل بيرسون		
0.006	0.136	0.089	0.085	0.022	0.114	0.020	0.116	أسعار العملات
0.015	0.122	0.154	0.071	0.003	0.148	0.047	0.099	أسعار الذهب
0.000	0.199	0.251	0.058	0.303	0.052	0.000	0.177	أسعار السلع
0.000	0.196	0.365	0.045	0.351	0.047	0.059	0.095	قرارات البنك المركزي
0.001	0.162	0.268	0.056	0.050	0.098	0.133	0.075	صندوق النقد الدولي
0.006	0.138	0.653	0.023	0.005	0.142	0.002	0.154	الإيداع والإقراض
0.072	0.090	0.901	-0.006	0.000	0.206	0.221	0.061	البورصة
0.001	0.172	0.495	0.034	0.184	0.067	0.000	0.206	إجراءات الحكومة
0.002	0.157	0.422	0.040	0.085	0.086	0.008	0.132	المرتبات والمعاشات

جدول (16_ ب)

معامل ارتباط بيرسون بين طبيعة الموضوعات الاقتصادية والسلوك الاستهلاكي لدى المبحوثين

مناقشة الأهل والأصدقاء		الافتراض		البحث عن طرق استثمار		تأثير السلوك الاقتصادي	تأثير المبرسون
مستوى المعنوية	مبرسون معامل	مستوى المعنوية	مبرسون معامل	مستوى المعنوية	مبرسون معامل		
0.000	0.249	0.073	0.090	0.000	0.209	أسعار العملات	
0.000	0.208	0.008	0.133	0.002	0.158	أسعار الذهب	
0.000	0.200	0.063	0.093	0.237	0.059	أسعار السلع	
0.001	0.163	0.276	0.055	0.002	0.155	قرارات البنك المركزي	
0.000	0.213	0.009	0.131	0.003	0.149	صندوق النقد الدولي	
0.024	0.113	0.155	0.071	0.031	0.108	الإيداع والإقراض	
0.001	0.171	0.001	0.170	0.050	0.098	البورصة	
0.000	0.268	0.306	0.051	0.002	0.153	إجراءات الحكومة	
0.001	0.173	0.011	0.128	0.718	0.018	المرتبات والمعاشات	

- تشير نتائج معامل ارتباط بيرسون في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الموضوعات الاقتصادية التي يتابعها المبحوثون على المواقع الصحفية المصرية وبعض أنماط السلوك الاستهلاكي الناتج لديهم؛ مما يشير إلى ثبوت صحة الفرض جزئياً.

- أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين سلوك "مناقشة الأهل والأصدقاء حول الوضع الاقتصادي المستقبلي" وجميع فئات الموضوعات الاقتصادية عند مستوى معنوية أقل من 0.05، وهي نتيجة طبيعة في ظل حدوث الأزمات حيث يلجأ الأفراد إلى أسلوب المناقشة للتعرف على أساليب تعامل الآخرين مع الأزمة ورد فعلهم تجاه ما يثار من موضوعات في وسائل الإعلام حول الأزمة.

- تصدرت موضوعات "أسعار العملات الأجنبية" و"أسعار الذهب" قائمة الموضوعات التي ارتبطت بأكثر عدد من فئات السلوك الاستهلاكي عند مستوى معنوية أقل من 0.05. حيث انتهت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين موضوع "أسعار العملات" وجميع فئات السلوك الاستهلاكي ما عدا سلوك "الاقتراض"، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين موضوع "أسعار الذهب" وجميع فئات السلوك الاستهلاكي ما عدا سلوك "تأجيل الالتزامات المادية".

- احتل موضوع "أسعار السلع" الترتيب الأخير في قائمة الموضوعات التي أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بينها وبين فئات السلوك الاستهلاكي، حيث أوضحت النتائج أن هذا الموضوع ارتبط إحصائياً بثلاث فئات فقط للسلوك الاستهلاكي، هي: "البحث عن بدائل أرخص" و"ترشيد الاستهلاك"، و"مناقشة الأهل والأصدقاء حول الوضع الاقتصادي المستقبلي" عند مستوى معنوية أقل من 0.05.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات قلق المستقبل تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين على النحو التالي:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى قلق المستقبل لدى أفراد تبعاً للنوع:

جدول (17)

نتائج اختبار (T-Test) لدلالة الفروق بين نوع أفراد العينة ومستوى قلق المستقبل لديهم

المقياس	فئات النوع	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الحرية	قيمة ت T-Test	مستوى المعنوية
قلق المستقبل	ذكر	95	7.695	32.61	398	-0.018	0.985
	أنثى	305	7.237	32.63			

تشير نتائج اختبار (ت) في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع ومستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين عند مستوى معنوية أكبر من 0.05. وبالتالي تم ثبوت عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات قلق المستقبل لدى المبحوثين تبعاً للنوع. وتتفق هذه النتيجة مع دراسات (سعد بن سعود بن محمد آل سعود، 2018) و(طارق محمد الصعيدي، 2017). في حين تختلف مع دراسات (هشام رشدي خير الله، 2019) و(سامح عبد الغني محمود، 2018) و(تامر محمد صلاح الدين سكر، 2021) التي أثبتت وجود فروق بين المبحوثين في مستويات القلق لديهم وفقاً لمتغير النوع.

ب-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى قلق المستقبل لدى أفراد تبعاً لمستوى التعليم:

جدول (18)

يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين مستوى تعليم أفراد العينة ومستوى قلق المستقبل لديهم

المقياس	فئات التعليم	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
قلق المستقبل	متوسط	19	7.381	30.84	2	0.601	0.549
	جامعي	322	7.295	32.74			
	فوق جامعي	59	7.614	32.56	397		

باستخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير مستوى التعليم ومستوى قلق المستقبل لدى الباحثين عند مستوى معنوية أكبر من 0.05. وبالتالي تم ثبوت عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات قلق المستقبل لدى الباحثين تبعاً لمستوى التعليم. وتختلف هذه النتيجة مع دراسات (نادية محمد عبد الحافظ، 2020) و(هشام رشدي خير الله، 2019) و(طارق محمد الصعيدي، 2017) التي أثبتت وجود فروق بين الباحثين في مستويات القلق لديهم وفقاً لمتغير مستوى التعليم.

ج-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى قلق المستقبل لدى أفراد تبعاً لفئات العمر:

جدول (19)

يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين الفئات العمرية لأفراد العينة ومستوى قلق المستقبل لديهم

المقياس	المرحلة العمرية	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
قلق المستقبل	من 18 إلى 30 سنة	145	7.440	32.37	3	0.915	4330.
	من 31 إلى 40 سنة	82	7.628	31.72			
	من 41 إلى 50 سنة	87	7.485	33.16	396		
	من 51 إلى 60 سنة	86	6.721	33.36			

باستخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر ومستوى قلق المستقبل لدى الباحثين عند مستوى معنوية أكبر من 0.05. وبالتالي تم ثبوت عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات قلق المستقبل لدى الباحثين تبعاً للمرحلة العمرية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (سامح عبد الفني محمود، 2018)، في حين تختلف مع دراسة كل من (سعد بن

سعود بن محمد آل سعود، 2018) و(هشام رشدي خير الله، 2019) التي أثبتت وجود فروق بين المبحوثين في مستويات القلق لديهم وفقاً لمتغير المرحلة العمرية. د- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى قلق المستقبل لدى أفراد تبعا للمستوى الاجتماعي والاقتصادي:

جدول (20)

يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين المستوى الاجتماعي والاقتصادي لأفراد العينة ومستوى قلق المستقبل لديهم

المقياس	المستوى الاجتماعي والاقتصادي	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
قلق المستقبل	مستوى مرتفع	91	7.036	34.14	2	2.656	0.072
	مستوى متوسط	206	7.311	32.31			
	مستوى منخفض	103	7.536	31.90			

باستخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى الاجتماعي والاقتصادي ومستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين عند مستوى معنوية أكبر من 0.05. وبالتالي تم ثبوت عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات قلق المستقبل لدى المبحوثين تبعا للمستوى الاجتماعي والاقتصادي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (سامح عبد الغني محمود، 2018)، بينما تختلف مع دراسة (هشام رشدي خير الله، 2019) التي توصلت إلى أن المبحوثين الذكور سجلوا مستويات أعلى من قلق المستقبل مقارنة بالإناث.

ويتضح من نتائج الجداول الأربعة السابقة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات قلق المستقبل تبعا لاختلاف المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع- السن- التعليم- المستوى الاقتصادي والاجتماعي). وترجع هذه النتيجة إلى طبيعة الأزمة الاقتصادية الراهنة التي أثرت على جميع أفراد المجتمع على اختلاف شرائحهم وتصنيفاتهم الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية، وظهر هذا التأثير على مستوى قلق المستقبل لديهم.

مناقشة نتائج الدراسة:

1- أوضحت النتائج حجم الاهتمام الكبير من جانب المبحوثين بمتابعة الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية، رغم انخفاض معدل تعرضهم اليومي للأخبار الاقتصادية.

2- سيطرت مشاعر قلق المستقبل على المبحوثين بشكل كبير نتيجة تعرضهم للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية. وهي النتيجة التي تدعمها نظرية مجتمع

المخاطر التي استندت عليها الدراسة الحالية، حيث تؤكد النظرية على أن المعالجة الإعلامية للمخاطر التي يتعرض لها مجتمع ما مثل الأزمات الاقتصادية يسهم في زيادة مشاعر القلق لدى المتلقين.

2- أسهمت تغطية المواقع الصحفية المصرية للأخبار الاقتصادية في تحفيز مشاعر قلق المستقبل المتعلق بالمجال الاقتصادي بشكل أكبر من المجال النفسي، وتمثلت أبرز أعراضه في "الشعور بالقلق من ارتفاع أسعار السلع والخدمات بشكل متسارع" في الترتيب الأول، يليه "الشعور بالتوتر عند التفكير في الوضع الاقتصادي المستقبلي"، ثم في الترتيب الثالث جاء عرض "الشعور بالقلق من تغيير الوضع الاجتماعي نتيجة الأزمة الاقتصادية".

3- غلب الاتجاه الإيجابي على السلوك الاستهلاكي للمبحوثين الناتج عن تعرضهم للأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية وتمثل في سلوكيات "البحث عن بدائل أرخص للسلع والخدمات التي اعتادوا استخدامها"، و"اتخاذ خطوات جادة لترشيد الاستهلاك"، و"البحث عن طرق استثمار/ ادخار مختلفة لزيادة الدخل".

4- جاءت "الأهمية" في مقدمة القيم الخبرية المتوفرة في الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية من وجهة نظر المبحوثين، يليها قيمة "الجدة".

5- أظهرت ردود المبحوثين مستوى متوسط من الثقة تجاه الأخبار الاقتصادية على المواقع الصحفية المصرية.

6- كشفت الدراسة عن تفضيل معظم المبحوثين التعرض للمواقع الصحفية ذات الملكية المستقلة في متابعة الأخبار الاقتصادية متمثلة في موقع اليوم السابع والمصري اليوم.

7- أثبتت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات قلق المستقبل لدى المبحوثين وفقاً للعوامل الديموجرافية (النوع- السن- مستوى التعليم- المستوى الاجتماعي والاقتصادي).

8- أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لموضوع قرارات البنك المركزي ومستوى قلق المستقبل لديهم، في حين لم تُثبت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين مستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين ومتابعتهم للموضوعات الاقتصادية الأخرى.

9- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى قلق المستقبل لدى المبحوثين ومتغيرات (الثقة في الأخبار الاقتصادية- معدل التعرض اليومي للأخبار

الاقتصادية- القيم الخبرية المتوفرة بالأخبار الاقتصادية- السلوك الاستهلاكي الناتج لدى المبحوثين).

10- أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الموضوعات الاقتصادية التي يتابعها المبحوثون على المواقع الصحفية المصرية وبعض أنماط السلوك الاستهلاكي الناتج لديهم أبرزها سلوك "مناقشة الأهل والأصدقاء حول الوضع الاقتصادي المستقبلي".

توصيات الدراسة:

1- توعية القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة بتقديم الدعم النفسي لأفراد المجتمع في أوقات الأزمات المختلفة مثل الأزمة الاقتصادية العالمية الحالية؛ لمساعدتهم على التغلب على مشاعر الخوف والقلق من المستقبل الناتج عن متابعتهم لأخبار الأزمات بوسائل الإعلام.

2- التركيز على توعية أفراد المجتمع بالسلوكيات الواجب اتباعها وتلك التي يجب الابتعاد عنها خلال الأزمات الاقتصادية للتخفيف من آثارها وعدم الإسهام في زيادة حدتها.

3- استضافة الخبراء والمحللين في المجال الاقتصادي لشرح وتفسير تطورات الأزمات الاقتصادية المختلفة بأسلوب سهل وبسيط يناسب المواطن العادي؛ لإزالة الغموض المقترن بطبيعة الأخبار المتخصصة مثل الأخبار الاقتصادية، الأمر الذي قد يساعد في تخفيف مشاعر القلق من المستقبل لدى الجمهور.

4- على القائمين بالاتصال تحري الدقة قبل نشر الأخبار الاقتصادية خاصة في أوقات الأزمات؛ الأمر الذي من شأنه التخفيف من التأثيرات السلبية التي قد تنتج عن متابعة الأخبار في أوقات الأزمات.

البحوث المستقبلية المقترحة:

1- دراسة تأثير وسائل الإعلام على مشاعر القلق لدى فئات محددة من الجمهور مثل النخبة أو المرأة.

2- دراسة تأثير نمط ملكية وسائل الإعلام على مستوى قلق المستقبل لدى الجمهور.

3- إجراء مزيد من الدراسات حول تأثير المحتوى الإعلامي على اختلاف أشكاله على مستويات قلق المستقبل مثل الحملات الإعلانية لتبرعات المستشفيات.

4- إجراء مزيد من الدراسات حول التأثيرات السلبية النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام على الجمهور.

- 1- داليا إبراهيم المتبولي، "العلاقة بين اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور بالاكنتاب والقلق المستقبلي لديهم"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 22، العدد 1، 2023، ص- ص 383 – 454.
- 2- Toff, Benjamin, and Rasmus Kleis Nielsen. (2022). How News Feels: Anticipated Anxiety as a Factor in News Avoidance and a Barrier to Political Engagement. *Political Communication*, 39(6), 697-714.
- 3-Shabahang, R., M. S. Aruguete, and H. Shim. (2021). Online news addiction: Future anxiety, fear of missing out on news, and interpersonal trust contribute to excessive online news consumption. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 11(2).
- 4- هشام رشدي خير الله، "التناول الإعلامي لظاهرة اختطاف الأطفال عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالخوف الاجتماعي وقلق المستقبل لدى الجمهور المصري: دراسة تطبيقية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 18، العدد 3، 2019، ص- ص 83 – 138.
- 5- سامح محمد عبد الغني محمود، "التماس المعلومات المرتبطة بقضايا التعليم قبل الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بظاهرة قلق المستقبل لدى الأسرة المصرية: دراسة ميدانية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 50، 2018، ص- ص 719 – 764.
- 6- طارق محمد محمد الصعيدي، "التعرض لأخبار العنف والإرهاب في الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية وعلاقته بالقلق نحو المستقبل: دراسة ميدانية لعينة من الجمهور المصري بالداخل والخارج"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 59، 2017، ص- ص 351 – 426.
- 7- تامر محمد صلاح الدين سكر، "معالجة مواقع القنوات الفضائية الإخبارية للأحداث الإرهابية وعلاقتها بالقلق السياسي المستقبلي لدى الشباب الجامعي"، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 21، 2021، ص- ص 131-224.
- 8-Caporino, Nicole E., Shannon Exley, and Robert D. Latzman. (2020). Youth anxiety about political news. *Child Psychiatry & Human Development*, 51, 683-698.
- 9- نادية محمد عبد الحافظ، "الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى القلق السياسي لدى الشباب المصري"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 19، العدد 1، 2020، ص- ص 67-137.
- 10- سهير صالح إبراهيم، "أثر الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب: دراسة تجريبية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 18، العدد 4، 2019، ص- ص 343 – 403.
- 11- سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود، "الأخبار السلبية على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى القلق السياسي لدى الشباب السعودي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي"، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد 19، 2018، ص- ص 31 – 69.
- 12-Rigterink, Anouk S., and Mareike Schomerus. (2017). The fear factor is a main thing: How radio influences anxiety and political attitudes. *The Journal of Development Studies*, 53(8), 1123-1146.
- 13- سحر أحمد غريب، "التماس الجمهور للمعلومات حول تحديات الاقتصاد المصري عبر الصحافة الرقمية وعلاقته بإدراكه لها"، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد 65، العدد 2، 2023، ص- ص 991 – 1040.

- 14- علي حمودة جمعة سليمان وأحمد سامي العائدي، "اعتماد الجمهور المصري على المواقع الإلكترونية الصحفية ومواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات بالتطبيق على أزمة ارتفاع الأسعار: دراسة ميدانية"، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، العدد 22، 2018، ص- ص 162 – 187.
- 15- راللا أحمد محمد عبد الوهاب، "أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي"، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 55، الجزء 6، 2020، ص ص 3547 – 3638.
- 16- أبو بكر حبيب أحمد الصالحي، "علاقة تعرض الجمهور المصري للوضع الاقتصادي المصري كما تتناوله المواقع الإلكترونية للصحف المصرية والإحساس بالخطر المجتمعي: دراسة في إطار مدخل التهديدات المجتمعية، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 12، 2017، ص- ص 275 – 328.
- 17- منى علي محمد عبد الرحمن، "تأثير وسائل الاتصال على الجمهور المصري أثناء الأزمات الاقتصادية بالتطبيق على أزمة تعويم الجنيه المصري"، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 12، 2017، ص- ص 279- 311.
- 18-Jonkman, Jeroen, Mark Boukes, and Rens Vliegthart. (2020). When do media matter most? A study on the relationship between negative economic news and consumer confidence across the twenty-eight EU states. **The International Journal of Press/Politics**, 25(1), 76-95.
- 19-Brosius, Anna, Erika J. van Elsas, and Claes H. de Vreese. (2020). Bad news, declining trust? Effects of exposure to economic news on trust in the European Union. **International Journal of Public Opinion Research**, 32(2), 223-242.
- 20- جيهان سيد أحمد يحيى، "التعرض للقضايا الاقتصادية عبر وسائل الإعلام الرقمي وعلاقته بمستوى الثقة في الأداء الاقتصادي لدى الجمهور المصري"، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 54، الجزء 2، 2020، ص- ص 507 – 562.
- 21-Damstra, Alyt. (2019). Disentangling economic news effects: The impact of tone, uncertainty, and issue on public opinion. **International Journal of Communication**, 13(20), 5205–5224.
- 22- ميرال مصطفى عبد الفتاح، "معالجة القضايا الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية المصرية وعلاقتها بتقييم الجمهور للأداء الاقتصادي الحكومي"، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، الجزء 51، 2019، ص- ص 473 – 532.
- 23-Boydstun, Amber E., Benjamin Highton, and Suzanna Linn. (2018). Assessing the relationship between economic news coverage and mass economic attitudes. **Political Research Quarterly**, 71(4), 989-1000.
- 24-Svensson, Helle Mølgaard, et al. (2017). The impact of ambiguous economic news on uncertainty and consumer confidence. **European Journal of Communication**, 32(2), 85-99.
- 25-Boomgaarden, H. G., Van Spanje, J., Vliegthart, R., & De Vreese, C. H. (2011). Covering the crisis: Media coverage of the economic crisis and citizens' economic expectations. **Acta Politica**, 46, 353-379.
- 26-Goidel, Kirby, et al. (2010). Sources of economic news and economic expectations. **American Politics Research**, 38(4), 759-777.
- 27- Traulsen M. & Paul Bissel. (2003). the risk society. **the international journal of pharmacy practices**, 251-258, p.252.

28- Chen, Wenhong, Fangjing Tu, and Pei Zheng. (2017). A transnational networked public sphere of air pollution: analysis of a Twitter network of PM2. 5 from the risk society perspective. **Information, Communication & Society**, 20(7), 1005-1023, p.1005.

29- أسماء محمد عباس إبراهيم، "الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية للعمالة غير المنتظمة في ظل جائحة كورونا: دراسة تطبيقية بمحافظة الإسكندرية"، **مجلة كلية الآداب**، مجلد 14، العدد 1، 2022، ص- ص 1419 - 1482.

30-Beck, U. (1992). risk society: Towards a new modernity. New Delhi, Sage publications, p.21.

31- أسماء محمد عباس إبراهيم، مرجع سابق، ص 1451.

32- Chen, Wenhong, Fangjing Tu, and Pei Zheng. (2017). **Op.cit**, p.1007.

33- Chen, Wenhong, Fangjing Tu, and Pei Zheng. (2017). **Op.cit**, p.1008.

34- Cottle, S. (1998). Ulrich Beck, Risk Society and the Media: A Catastrophic View?. **European journal of communication**, 13(1), 5-32, p.7.

35- Prosser, M. (2021). The Media's Role in Risk Society: COVID-19 Coverage Through Beck's Modernity Theory. **Ohio University**, p.11.

36- Yan, Y., and Kim Bissell. (2018). The sky is falling: Predictors of news coverage of natural disasters worldwide. **Communication Research**, 45(6), 862-886, p.863.

37- استعانت الباحثة بالمراجع التالية:

- هشام رشدي خير الله. (2019). مرجع سابق، ص 104.

- أبو بكر حبيب أحمد الصالحي. (2017). مرجع سابق، ص 294.

- هشام رشدي خير الله، "إدراك المراهقات لمخاطر الابتزاز الإلكتروني عبر الإنترنت وتأثيره على اتجاهاتهم نحو استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي عبر الهواتف الذكية: دراسة في ضوء نظرية مجتمع المخاطر"، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 24، 2022، ص- ص 71 - 127، ص 89.**

38- Chen, Wenhong, Fangjing Tu, and Pei Zheng. (2017). **Op.cit**, pp.1005-1006.

39- استعانت الباحثة بالمراجع التالية:

-Zaleski, Z., Sobol-Kwapinska, M., Przepioroka, A., & Meisner, M. (2017). Development and validation of the Dark Future scale. **Time & Society**, 28(1), 107-123.

- دعاء جهاد شلهوب، "قلق المستقبل وعلاقته بالصلاية النفسية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمشق، كلية التربية قسم علم النفس، 2016.

- زينب محمود شقير، "مقياس قلق المستقبل"، مكتبة الأنجلو المصرية، 2005.

- سناء منير مسعود، "بعض المتغيرات المرتبطة بقلق المستقبل"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة طنطا، 2006.

- ليال عبد السلام الرفاعي، "قلق المستقبل لدى الشباب الجامعيين في ظل جائحة كورونا والأزمة الاقتصادية في لبنان"، أوراق ثقافية: مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، مجلد 2، العدد 9، 2020، ص- ص 80-129.

40- قائمة المحكمين:

- أ. د/ هبه شاهين- الأستاذ بكلية الإعلام والقائم بعمل عميد الكلية- جامعة عين شمس.

- أ. د/ دينا يحيى- الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة عين شمس.

- أ. م. د/ عبد العزيز قبلاز- أستاذ مساعد بكلية الإعلام وخبير التحليل الإحصائي- جامعة دمشق.

- أ.م. د/ فلورا إكرام- أستاذ مساعد بكلية الإعلام- جامعة عين شمس.
 - د. إيمان سيد- مدرس بكلية الإعلام- جامعة عين شمس.
 - د. سارة جميل- مدرس بكلية الإعلام- جامعة عين شمس.
- 41- Freeman, A. EdD, and ROBERT A. DiTOMASSO. (1994). The cognitive theory of anxiety. **PhD**, John Wiley & Sons, pp.11-12.
- 42- Zaleski, Z., et al. (2019). Development and validation of the dark future scale. **Time & society**, 28 (1), 107-123, p.108.
- 43- موشي زيدنر وجيرالد ماثيوس، "القلق"، ترجمة معتز سيد عبد الله والحسين محمد عبد المنعم، عالم المعرفة، 2016، ص 20.
- 44- Shabahang, R., Aruguete, M. S., & Shim, H. (2021). **Op.cit**, p.2.
- 45- سيف بن عبد الله المطيري، "قلق المستقبل وعلاقته بالاكتئاب في ظل جائحة كورونا طبقاً لبعض المتغيرات لدى عينة من طلبة جامعة الملك عبد العزيز"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، 2021، ص 475.
- 46- هبة مؤيد محمد، "قلق المستقبل عند الشباب وعلاقته ببعض المتغيرات"، مجلة البحوث التربوية والنفسية، العراق، العدد 26-27، ص 356.
- 47- Strongman, K.T. (1995). Theories of anxiety. **New Zealand journal of psychology**, 24 (2), 4-10, p.7.
- 48- Freeman, A. EdD, and ROBERT A. DiTOMASSO. (1994). **Op.cit**, p.17.

References

- Almutabawili, D. (2023). "alealaqat bayn aietimad alshabab ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeei wamustawaa alshueur bialaiktiaab walqalaq almustaqbali ladayhim", almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, 1(2), 383 - 454.
- 2- Toff, Benjamin, and Rasmus Kleis Nielsen. (2022). How News Feels: Anticipated Anxiety as a Factor in News Avoidance and a Barrier to Political Engagement. **Political Communication**, 39(6), 697-714.
- 3-Shabahang, R., M. S. Aruguete, and H. Shim. (2021). Online news addiction: Future anxiety, fear of missing out on news, and interpersonal trust contribute to excessive online news consumption. **Online Journal of Communication and Media Technologies**, 11(2).
- Abdel-Ghany, S. (2018). "ailtimas almaelumat almurtabitat biqadaya altaelim qabl aljamieii eabr mawaqie altawasul alaijtimaeei waealaqatih bizahirat qalaq almustaqbal ladaa al'usrat almisriati: dirasatan maydaniatan", majalat albu huth al'ielamiati, kuliyyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 50(2), 719 - 764.
- Alsaaidii, T. (2017). "altaearud li'akhbar aleunf wal'irhab fi alsuhuf al'iiliktruniat walmawaqie al'iikhbariat waealaqatih bialqalaq nahw almustaqbala: dirasatan maydaniatan laeayinatan min aljumphur almisrii bialdaakhil walkhariju", almajalat Almisriat libuhuth al'ielami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, 59(3), 351 - 426.
- Sukkar, T. (2021). "muealajat mawaqie alqanawat alfadayiyat al'iikhbariat lil'ahdath al'irhabiat waealaqatiha bialqalaq alsiyasii almustaqbali ladaa alshabab aljamieii", almajalat aleilmiat libuhuth Alezaa waltilfizyuni, kuliyyat al'ielami, jamieat alqahirata, 21(3), 131-224.
- 8-Caporino, Nicole E., Shannon Exley, and Robert D. Lutzman. (2020). Youth anxiety about political news. **Child Psychiatry & Human Development**, 51, 683-698.
- Abd Alhafiz, N. (2020). "alshaayieat eabr mawaqie altawasul alaijtimaeei waealaqatiha bimustawaa alqalaq alsiyasii ladaa alshabab almisrii", almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, 1(2). 67-137.
- Ibrahim, S. (2019). "'athar al'akhbar alkadhibat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeei fi nashr alqalaq alsiyasii ladaa alshababi: dirasat tajribiatun", almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, 4(5), s 343 - 403.
- Saeud, S. (2018). "al'akhbar alsalbiat ealaa shabakat altawasul alaijtimaeei waealaqatiha bimustawaa alqalaq alsiyasii ladaa alshabab alsaeeudii: dirasat maydaniat ealaa eayinat min alshabab aljamieii", majalat bu huth alealaqat aleamat alsharq al'awsata, aljameiat Almisriat lilealaqat aleamati, 19(3), 31 - 69 .
- 12-Rigterink, Anouk S., and Mareike Schomerus. (2017). The fear factor is a main thing: How radio influences anxiety and political attitudes. **The Journal of Development Studies**, 53(8), 1123-1146.

-Gharib, S. (2023). "aitimasi aljumphur lilmaelumat hawl tahadiyat alaiqtisad almisrii eabr alsahafat alraqamiyat waealaqatih bi'idrakih liha", majalat albuqhuth al'iilamiati, kuliyyat al'iilami, jamieat Al'azhar, 2(4), 991 - 1040.

14- Gomaa, A. (2018). "aetimad aljumphur almisrii ealaa almawaqie al'iiliktruniyat alsahufiat wamawaqie altawasul alaijtimaieii khilal al'azamat bialtatbiq ealaa 'azmat airtifae al'asear: dirasat maydaniatun", almajalat al'arabiyaat libuqhuth al'iielam walaitisali, kuliyyat al'iilami, jamieat Al'ahram alkanadiat, 22(3), 162 - 187.

-Abd Alwahaab, A. (2020). "atar muealajat al'akhbar alaiqtisadiyat almanshurat fi almawaqie al'iikhbariat almahaliyyat walealamiyat wadawriha fi 'iidarat almizaj aleami liljumphur almisrii nahw 'iijra'at al'iislah alaiqtisadii", majalat albuqhuth al'iilamiati, kuliyyat al'iilami, jamieat Al'azhar, 55(1), 3547 - 3638.

-Alsaalihiy, A. (2017). "ealaqat taearud aljumphur almisrii lilwade alaiqtisadii almisrii kama tatanawaluh almawaqie al'iiliktruniyat lilsuhuf almisriyat wal'iislas bialkhatar almujtamiieii: dirasatan fi 'iitar madkhal altaahdidat almujtamaieiatii, almajalat aleilmiyat libuqhuth alsahafati, kuliyyat al'iilami, jamieat Alqahirata, 12(4), 275 - 328.

-Abd alrahman, M. (2017). "tathir wasayil alaitisal ealaa aljumphur almisrii 'athna' al'azamat alaiqtisadiyat bialtatbiq ealaa 'azmat taewim aljunayh almisrii", almajalat aleilmiyat libuqhuth alealaqat aleamat wal'iilami, kuliyyat al'iilami, jamieat Alqahirata, 12(4) 279- 311.

18-Jonkman, Jeroen, Mark Boukes, and Rens Vliegenthart. (2020). When do media matter most? A study on the relationship between negative economic news and consumer confidence across the twenty-eight EU states. **The International Journal of Press/Politics**, 25(1), 76-95.

19-Brosius, Anna, Erika J. van Elsas, and Claes H. de Vreese. (2020). Bad news, declining trust? Effects of exposure to economic news on trust in the European Union. **International Journal of Public Opinion Research**, 32(2), 223-242.

-Yahyaa, J. (2020). "altaearud lilqadaya alaiqtisadiyat eabr wasayil al'iielam alraqmii waealaqatih bimustawaa althiqat fi al'ada' alaiqtisadii ladaa aljumphur almisrii", majalat albuqhuth al'iilamiati, kuliyyat al'iilami, jamieat Al'azhar, 54(1). 507 - 562.

21-Damstra, Alyt. (2019). Disentangling economic news effects: The impact of tone, uncertainty, and issue on public opinion. **International Journal of Communication**, 13(20), 5205–5224.

-Abd alfataah, M. (2019). "muealajat alqadaya alaiqtisadiyat fi baramij alraay altilfizyuniyat almisriyat waealaqatiha bitaqyim aljumphur lil'ada' alaiqtisadii alhukumii", majalat albuqhuth al'iilamiati, kuliyyat al'iilami, jamieat Al'azhar, 51(2) 473 - 532.

23-Boydston, Amber E., Benjamin Highton, and Suzanna Linn. (2018). Assessing the relationship between economic news coverage and mass economic attitudes. **Political Research Quarterly**, 71(4), 989-1000.

24-Svensson, Helle Mølgaard, et al. (2017). The impact of ambiguous economic news on uncertainty and consumer confidence. **European Journal of Communication**, 32(2), 85-99.

- 25-Boomgaarden, H. G., Van Spanje, J., Vliegthart, R., & De Vreese, C. H. (2011). Covering the crisis: Media coverage of the economic crisis and citizens' economic expectations. **Acta Politica**, 46, 353-379.
- 26-Goidel, Kirby, et al. (2010). Sources of economic news and economic expectations. **American Politics Research**, 38(4), 759-777.
- 27- Traulsen M. & Paul Bissel. (2003). the risk society. **the international journal of pharmacy practices**, 251-258, p.252.
- 28- Chen, Wenhong, Fangjing Tu, and Pei Zheng. (2017). A transnational networked public sphere of air pollution: analysis of a Twitter network of PM2. 5 from the risk society perspective. **Information, Communication & Society**, 20(7), 1005-1023, p.1005.
- Ibrahim, A. (2022). "al'awdae alaijtimaemat walaiqtisadiat lileamalat ghayr almuntaamat fi zili jayihat kuruna: dirasat tatbiqat bimuhafazat Al'iiskandaria", majalat kuliyyat aladab, 1(2).
- 30-Beck, U. (1992). risk society: Towards a new modernity. New Delhi, Sage publications, p.21.
- 34- Cottle, S. (1998). Ulrich Beck, Risk Society and the Media: A Catastrophic View?. **European journal of communication**, 13(1), 5-32, p.7.
- 35- Prosser, M. (2021). The Media's Role in Risk Society: COVID-19 Coverage Through Beck's Modernity Theory. **Ohio University**, p.11.
- 36- Yan, Y., and Kim Bissell. (2018). The sky is falling: Predictors of news coverage of natural disasters worldwide. **Communication Research**, 45(6), 862-886, p.863.
- Khairallah, H. (2022). "'iidrak almurahaqat limakhatir alaibtizaz al'iiliktrunii eabr al'iintirnit watathirih ealaa aitijahatihim nahw aistikhdam tatbiqat altawasul alaijtimaeti eabr alhawatif aldhakiati: dirasatan fi daw' nazariyat mujtamae almakhatiri", almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, 24(2).
- Zaleski, Z., Sobol-Kwapinska, M., Przepiorka, A., & Meisner, M. (2017). Development and validation of the Dark Future scale. **Time & Society**, 28(1), 107-123.
- Alrafaei, L. (2020). "qalaa almustaqbal ladaa alshabab aljamieiiyn fi zili jayihat kuruna wal'azmat alaiqtisadiat fi Lubnan", 'awraq thaqaftiyyun: majalat aladab waleulum al'iinsaniati, 9(2), 80-129.
- 41- Freeman, A. EdD, and ROBERT A. DiTOMASSO. (1994). The cognitive theory of anxiety. **PhD**, John Wiley & Sons, pp.11-12.
- 42- Zaleski, Z., et al. (2019). Development and validation of the dark future scale. **Time & society**, 28 (1), 107-123, p.108.
- 43- Zedner, M. (2016). "alqalqa", tarjamat oataz Sayed Abdullah Hussein Muhammad Abdel Moneim, ealam almaerifati, 2016, s 20.
- Almutayri, S. (2021). "qalaa almustaqbal waealaqatuh bialaiktiab fi zili jayihat kuruna tbqan libaed almutaghayirat ladaa eayinat min talabat jamieat almalik eabd

aleaziza", risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat almalik Abd Aleaziz, kuliyat aladab waleulum al'iinsaniati.

-Muhamad, H. (2014) "qalaq almustaqbal eind alshabab waealaqatuh bibaed almutaghayirati", majalat albuḥuth altarbawiat walnafsiati, Iraq, 27(2).

47- Strongman, K.T. (1995). Theories of anxiety. **New Zealand journal of psychology**, 24 (2), 4-10, p.7.

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 66 July 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.