

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة: أ د / محمد المحرصاوي

رئيس التحرير: أ د / غانم السعيد

أ د / محمود الصاوي

نواب رئيس التحرير: أ د / عرفه عامر

د / عبد العظيم خضر

مدير التحرير: د / محمد عبد الحميد

سكرتير التحرير: د / رمضان إبراهيم

توجه المراسلات باسم سكرتير التحرير على العنوان الآتي:

المراسلات: القاهرة: مدينة نصر - كلية الإعلام - جامعة الأزهر

أو على الموقع الإلكتروني للمجلة: <https://jsb.journals.ekb.eg>

العدد الحادي والخمسون (الجزء الثاني): جمادى الأولى ١٤٤٠ هـ - يناير ٢٠١٩ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية : ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: 1110-9297

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفق القواعد الآتية:

- تقبل البحوث للنشر باللغتين العربية والإنجليزية.
- تنشر المجلة بحوث معاوني هيئة التدريس كمتطلب للحصول على درجتي الماجستير والدكتوراه.
- تنشر المجلة المقالات العلمية لأعضاء هيئة التدريس بدرجة أستاذ.
- يعتمد النشر على تحكيم اثنين من أساتذة الإعلام في التخصص الدقيق الذي يندرج تحته البحث لتحديد مدى صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مكان آخر.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر .... ونسخة على C D ، 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

- 
- 
- 
- أد / علي عجوة
- أد / حمدي حسن
- أد / محمد معوض
- أد / محمود يوسف
- أد / نجوى كامل
- أد / مرعي مذكور
- أد / جمال النجار
- أد / حسن على
- أد / سامي الشريف
- أد / شريف اللبان
- أد / عبد الصبور فاضل
- أد / خالد صلاح الدين
- أد / عرفة عامر
- أد / حنان جنيد
- أد / سلوى العوادلي
- أد / عبد الرحيم درويش
- أد / رزق سعد عبد المعطي
- أد / محمود عبد العاطي
- 

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

## محتويات العدد

٣٩٧

- الصورة النمطية للمرض النفسي بالدراما التلفزيونية وعلاقتها بالوصم الدرامي والاجتماعي لدى الشباب المصري  
أم.د. مروى ياسين بسيوني

٤٧٣

- معالجة القضايا الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية المصرية وعلاقتها بتقييم الجمهور للأداء الاقتصادي الحكومي  
أم.د. ميرال مصطفى

٥٣٣

- استخدام رواد مواقع التواصل الاجتماعي للتثنية والازدواجية اللغوية والحرف اللاتيني وأثاره على اللغة العربية  
د. عبد الحفيظ درويش

٥٨١

- معايير مصداقية المواقع الالكترونية الاخبارية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات  
د. ولاء محمد الناغي

٦٢٩

- إدراك الجمهور المصري لأساليب الخداع الإعلاني للمنتجات التجارية في التلفزيون وتأثيره على قرارات شراءها  
د. عايدة محمد المر

٦٨٥

- تعرض الجمهور لمضامين المشروعات القومية بالبرامج الحوارية وعلاقته بتكوين الصورة الذهنية للأداء الحكومي المصري (بعد ٣٠ يونيو)  
د. إيمان سيد علي

٧٣٣

- أساليب مواجهة الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي كما تراها النخبة الإعلامية الأكاديمية: المصرية- والسعودية  
د. محمد عبد الحميد د. أحمد سامي

٨٠٩

- دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلاب المرحلة الثانوية  
د. حنان كامل حنفي

## محتويات العرو

٨٤٩

- استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم  
د. أميرة حسن سالم

٨٩٥

- فاعلية الخطاب الإعلامي الأزهري في مكافحة التعصب الديني وتعزيز التسامح  
د. دعاء عبد الحكم الصعيدي

معالجة القضايا الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية  
المصرية وعلاقتها بتقييم الجمهور للأداء الاقتصادي  
الحكومي

إعداد

أم.د / ميرال مصطفى عبد الفتاح

الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام

الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات

ملخص:

تحدد مشكلة الدراسة في تحليل كيفية معالجة برامج الرأي التلفزيونية للقضايا الاقتصادية المصرية و دور تلك المعالجة في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأداء الاقتصادي للحكومة والأداء الحكومي بشكل عام، واعتمدت الدراسة على نظرية التهيئة المعرفية، وقامت الباحثة باختيار عينة زمنية مدتها شهرين لإجراء الدراسة التحليلية في المدة من ٢٠١٨/٢/١ وحتى ٢٠١٨/٣/٣١، واشتملت عينة الدراسة التحليلية على تحليل الموضوعات الاقتصادية الواردة في برنامج (مصر النهارده) المقدم في القناة الأولى المصرية، وبرنامج (هنا العاصمة) المقدم في قناة CBC Extra، وطُبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية بلغت ٤٠٠ مبحوثاً من الجمهور المصري.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم القضايا الاقتصادية التي تناولتها تلك البرامج كانت برامج الحماية الاجتماعية، وما تضمنته من إطلاق «شهادات أمان» لتأمين العمالة الموسمية وغير المنتظمة، وآليات وصول الدعم لمستحقيه، والإجراءات التي تم اتخاذها لتخفيف الأعباء الاقتصادية عن المواطنين الأكثر احتياجاً. وجاء في الترتيب الثاني ملف تحفيز الاستثمار، وفرص الاستثمار في المدن الجديدة، ودور رجال الأعمال في دعم الاستثمار. وعكست النتائج تصدر الاتجاه الإيجابي تغطية برامج الرأي التلفزيونية محل الدراسة للقضايا الاقتصادية، وقد عزت الباحثة هذه النتيجة لاتجاه هذه البرامج لاحتواء تداعيات الإجراءات الاقتصادية المتخذة وإبراز الجوانب الإيجابية.

الكلمات المفتاحية: برامج الرأي، الأداء الاقتصادي، التهيئة المعرفية، القنوات الفضائية.

### Addressing economic issues in Egyptian television opinion programs and their relationship to public evaluation of government economic performance

The problem of the study is determined in analyzing how television opinion programs address the Egyptian economic issues and the role of that treatment in shaping the public's attitudes towards the economic performance of the government and government performance in general, and the study relied on cognitive development theory, and the researcher selected a two-month time sample to conduct the analytical study in the period of 1/2/2018 to 31/3/2018, and the analytical study sample included analyze the economic issues which mentioned in the (Egypt Today) program presented in the first Egyptian channel, and the (This is Cairo) program presented in CBC Extra, and the field study was applied to a purposive sample consists of 400 of the Egyptian public.

The study concluded that the most important economic issues dealt with in these programs were social protection programs, and the contents of which included the launch of "safety certificates" to secure seasonal and irregular employment, mechanisms for reaching support to those who deserve it, and measures taken to alleviate the economic burdens of the needy citizens. The second ranking came in the file of stimulating investment, investment opportunities in new cities, and the role of businessmen in supporting investment. The results reflected the prominence of the positive trend, the coverage of the television opinion programs under study on economic issues, and the researcher attributed this result to the direction of these programs to contain the repercussions of the economic measures taken and highlighting the positive aspects.

**Key words:** opinion programs, economic performance, cognitive development, satellite channels.

تقوم برامج الرأي التلفزيونية بدور هام في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء الأحداث والقضايا المختلفة من خلال إمداد الجمهور بالتفاصيل والمعلومات؛ التي تمكنهم من إصدار أحكامهم وتقييماتهم تجاه المؤسسات المختلفة والفاعلين بها.

وفي ظل الأوضاع الاقتصادية وتأثيرها في حياة المواطنين، يبرز دور برامج الرأي التلفزيونية في تناول أبعاد الوضع الاقتصادي الراهن، وشرح أسبابه وتداعياته، وتوضيح الإجراءات الاقتصادية التي تتخذها الحكومة من أجل تحسين هذه الأوضاع وانعكاسات هذه الإجراءات على المواطنين.

حيث قامت الحكومة بإطلاق حزمة من الإصلاحات الاقتصادية التي تهدف لدفع عجلة الاقتصاد؛ ومنها تحرير سعر الصرف، ورفع الدعم عن الوقود، وخفض سعر الفائدة على الودائع البنكية، وفرض ضرائب جديدة، مما أسهم في ارتفاع الأسعار وتعزيز شعور المواطنين بالمعاناة الاقتصادية.

وبالتالي يتضح أهمية قياس اتجاه الجمهور نحو الأداء الاقتصادي الحكومي، واستطلاع اتجاهات الجمهور نحو السياسات الاقتصادية الحكومية الحالية وما يستتبعها من تداعيات تنعكس على حياتهم اليومية وأوضاعهم المعيشية، باعتبارها أحد المؤشرات الهامة التي ترتبط باتجاه الجمهور نحو الأداء الحكومي بشكل عام.

مما سبق يتضح أهمية دراسة العلاقة الارتباطية بين الإعلام والاقتصاد؛ حيث إنهما في شراكة مستمرة ومتعددة الأوجه، ويبرز ذلك من خلال تداخل البعد الاقتصادي مع الأبعاد السياسية والاجتماعية التي يعيشها المجتمع المصري، مما يؤكد دور الإعلام الاقتصادي في طرح القضايا الاقتصادية وتقديم التحليلات والتفسيرات لتلك القضايا بما يعمل على تشكيل اتجاه الجمهور نحو تلك القضايا.

### مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في تحليل كيفية معالجة برامج الرأي التلفزيونية للقضايا الاقتصادية المصرية ودور تلك المعالجة في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأداء الاقتصادي للحكومة والأداء الحكومي بشكل عام، وذلك في ضوء مجموعة من المتغيرات الخاصة بالجمهور، وبأسلوب واتجاه برامج الرأي التلفزيونية في تناول القضايا الاقتصادية.

### أهمية الدراسة:

- ١- دور برامج الرأي التلفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا المختلفة ولاسيما في الفترات المهمة التي يمر بها المجتمع مثل الأوضاع الاقتصادية الراهنة.
- ٢- أهمية قياس تقييمات الجمهور للأداء الاقتصادي للحكومة وطريقة إدارتها للشؤون الاقتصادية وما يترتب عليه من اتجاه الجمهور نحو الأداء الحكومي وثقته السياسية في المنظومة الحكومية.
- ٣- اختبار فروض نظرية التهيئة المعرفية لرصد تأثيرات برامج الرأي التلفزيونية في تقييمات الجمهور للأداء الاقتصادي الحكومي ولأداء الحكومة بشكل عام.
- ٤- أهمية دراسة الموضوعات المتعلقة بالإعلام الاقتصادي، حيث ترتبط القضايا الاقتصادية بالنواحي السياسية والاجتماعية؛ فالاقتصاد هو عصب الحياة بالنسبة للدولة والأفراد على حد سواء، كما يُعد الإعلام الاقتصادي أحد محركات عجلة التنمية الاقتصادية والسياسية، حيث إن الاقتصاد هو الحافز الرئيس للعديد من القرارات السياسية.

### أهداف الدراسة:

- ١- رصد أهم القضايا الاقتصادية التي تعرضها برامج الرأي التلفزيونية.
- ٢- تحليل اتجاه القضايا الاقتصادية التي تعرضها برامج الرأي التلفزيونية.
- ٣- اختبار العلاقة بين التعرض للقضايا الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية وتقييم المبحوثين للأداء الاقتصادي للحكومة.
- ٤- دراسة المتغيرات التي من شأنها أن تؤثر في تقييم المبحوثين للأداء الاقتصادي الحكومي؛ والمتمثلة في الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية- الثقة في الوسيلة الإعلامية- إدراك المبحوثين لمستويات المسؤولية عن الأوضاع الاقتصادية- العوامل الديموجرافية.



## الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية التهيئة المعرفية؛ وتهتم هذه النظرية بالذاكرة الإنسانية وطريقة تمثيل الأفراد للمعلومات وتعاملهم معها، وكيفية تخزين واسترجاع تلك المعلومات<sup>(١)</sup>. وترجع فكرة التهيئة المعرفية إلى أن الأفراد حين يصدرن قراراتهم وأحكامهم فإنهم نادراً ما يعتمدون على كل المعلومات المتاحة لديهم، فهم يتجنبون هذا الإرهاق الذهني ويميلون إلى اختزال هذه المعلومات<sup>(٢)</sup>. وتتم التهيئة المعرفية في ذهن الجمهور من خلال ترميزهم المعلومات التي يتلقونها من وسائل الإعلام والاحتفاظ بها في الذاكرة واسترجاع هذه المعلومات من الذاكرة لاستخدامها في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المختلفة<sup>(٣)</sup>. وترمي هذه النظرية إلى اختبار دور وسائل الإعلام في تحديد المعايير التي يعتمد عليها الجمهور في تقييماتهم للأحداث المختلفة<sup>(٤)</sup>. وتقتضى هذه النظرية أنه كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على قضايا معينة زادت التهيئة العامة للجمهور بشأن هذه القضايا وزاد اعتماد الجمهور على ما يعرفونه بشأنها في تكوين تصوراتهم<sup>(٥)</sup>. وبذلك تختلف معايير تقييم الجمهور باختلاف تركيز وسائل الإعلام على القضايا المثارة؛ فعندما يتم التركيز على قضية معينة في وسائل الإعلام تكون هذه القضية الأكثر حضوراً في أذهان الجمهور عند إصدار أحكامهم<sup>(٦)</sup>، كما تشير هذه النظرية إلى أن الأفراد يأخذون من حكمهم على قضية معينة معياراً للحكم على الأداء العام<sup>(٧)</sup>.

## المفاهيم الأساسية للنظرية:

### ١ - مفهوم البروز:

ويُقصد بالبروز أن تشغل قضية ما الحيز الأكبر من تركيز واهتمام وسائل الإعلام خلال مدة زمنية معينة<sup>(٨)</sup>، وكذلك مدى إدراك الجمهور لأهمية هذه القضية في تلك المدة الزمنية، وهو ما يسمى بالقضية البارزة<sup>(٩)</sup>. فالقضايا التي تركز عليها وسائل الإعلام وتحظى باهتمام واسع هي التي يتأثر بها الجمهور وتبقى عالقة في ذهنه<sup>(١٠)</sup>؛ حيث تؤثر وسائل الإعلام على تنشيط التمثيلات العقلية لدى الجمهور من خلال التركيز على بعض القضايا؛ مما يسهل على الجمهور سهولة استرجاعها واستخدامها كأسس لإصدار أحكامهم<sup>(١١)</sup>.

### ٢ - مفهوم النغمة الغالبة:

حيث يكون هناك اتجاه سائد في التغطية الإعلامية للقضايا ويتم التركيز على سمات معينة في التغطية، وتقوم هذه السمات التي تبرزها وسائل الإعلام في عملية التهيئة المعرفية وتشكيل آراء واتجاهات الجمهور<sup>(١٢)</sup>.

### ٣- إمكانية الاسترجاع:

ويُقصد بإمكانية الاسترجاع: مدى الاستعداد لاسترجاع بناء مختزن في الذاكرة ومدى احتمال استخدامه في معالجة المعلومات<sup>(١٣)</sup>، ولأن الأفراد يميلون إلى بذل أقل مجهود ذهني في تشكيل اتجاهاتهم؛ فإنهم لا يقومون بمعالجة كل المعلومات المختزنة في الذاكرة، وإنما يعتمدون على عينة من الأبنية المعرفية التي تسهل عليهم عملية التقييم<sup>(١٤)</sup>، ويشير ذلك إلى أنه نتيجة أن الأفراد يسترجعون المعلومات المختزنة في ذاكرتهم ويعتمدون عليها في إصدار أحكامهم، فإن وسائل الإعلام تحدد المعلومات التي يستخدمها الجمهور في تقيّماته<sup>(١٥)</sup>.

### ٤- الملاءمة:

ويُقصد بها مدى ارتباط الرسالة التي تقوم بعملية التهيئة بموضوع التقييم<sup>(١٦)</sup> حيث إن عملية التهيئة تتأثر بمدى ملاءمة الأبنية المعرفية التي تثيرها الرسالة لموضوع التقييم<sup>(١٧)</sup>، فلكي يقوم الجمهور بتقييم قضية ما يجب أن يكون هناك ارتباط بين ما تقدمه وسائل الإعلام والقضية موضوع التقييم<sup>(١٨)</sup>.

وبذلك تتم عملية التهيئة المعرفية من خلال وجود أنساق معرفية تتناسب موضوع التهيئة<sup>(١٩)</sup>، ثم تنشيط الرسالة لهذه الأنساق لتمكّنها من استرجاع المعلومات<sup>(٢٠)</sup>، ثم قابلية هذه الأنساق لتقييم المعلومات<sup>(٢١)</sup>.

### ٥- مفهوم الانعكاس:

ويشير هذا المفهوم إلى الربط بين المعلومات الجديدة والأطر المعرفية الموجودة بالفعل لدى الجمهور؛ وذلك من خلال التعرض للرسالة الإعلامية بعد مرور الفرد بالتجربة، وفي هذه الحالة تسبب الرسالة الانعكاس؛ حيث يستعيد الفرد الحدث الذي مر به بما يعزز احتمالية التأثير بوسائل الإعلام؛ عن طريق زيادة إتاحة المكونات التي يتم استخدامها في إصدار أحكام لاحقة<sup>(٢٢)</sup>.

وتعتمد تأثيرات التهيئة المعرفية على العديد من المتغيرات؛ يرتبط بعضها بالرسالة الإعلامية، ويرتبط البعض الآخر بالجمهور. ومن المتغيرات التي ترتبط بالرسالة الإعلامية أطر معالجة القضايا في وسائل الإعلام؛ حيث إن الأطر التي تقدّم من خلالها القضايا تؤثر في معايير تقييم الجمهور لتلك القضايا وإصدار أحكامهم نحوها<sup>(٢٣)</sup>. فعند استخدام إطار نسب المسؤولية للسياسيين في تغطيتهم للقضايا المختلفة كلما اتخذ الجمهور من هذه القضايا معايير للحكم على الفاعلين السياسيين<sup>(٢٤)</sup>. وهو ما ينطبق أيضًا على المؤسسات السياسية فكلما فسرت التغطية الإعلامية الأحداث باعتبارها نتاج للمؤسسات السياسية زاد تأثير هذه التغطية على تقييم الجمهور لأداء تلك المؤسسات<sup>(٢٥)</sup>. كما أن اتجاه التغطية الإعلامية نحو القضية سواء كان إيجابيًا أو سلبياً

أو محايدًا يؤثر في تقييمات الجمهور لتلك القضايا<sup>(٢٦)</sup>، كما ارتبط متغير التعرض لوسائل الإعلام بالتهيئة المعرفية؛ حيث إن كثافة التعرض للتغطية الإعلامية لقضية معينة يؤدي إلى نشاط أقوى لعناصر التفكير المرتبطة بهذه القضية مما يعزز تأثيرات التهيئة المعرفية<sup>(٢٧)</sup>. في حين يرى البعض أن الأفراد ذوي معدلات التعرض المنخفضة يظهر عليهم تأثير التهيئة المعرفية بدرجة أعلى لتأثرهم بالرسالة المسيطرة في التغطية الإعلامية، ويميل هؤلاء إلى إصدار أحكامهم من خلال استرجاعهم لتلك الرسالة<sup>(٢٨)</sup>. أما عن متغير المعرفة السياسية فقد اختلفت نتائج الأبحاث الخاصة بالمعرفة السياسية؛ ففي حين أشار البعض إلى أن ذوي المستويات الأعلى من المعرفة السياسية هم الأكثر عرضة لحدوث تأثيرات التهيئة المعرفية؛ نتيجة لكفاءتهم في تخزين المعلومات واسترجاعها من الذاكرة<sup>(٢٩)</sup>، أشار البعض الآخر إلى أن ذوي المستويات المنخفضة من المعرفة السياسية هم الأكثر تأثرًا بحدوث التهيئة المعرفية<sup>(٣٠)</sup>. وبالنسبة لمتغير الاهتمام السياسي؛ فنفترض النظرية أن ذوي مستويات الاهتمام السياسي المرتفعة هم الأقل تأثرًا بحدوث التهيئة المعرفية؛ حيث يكون لديهم تقييماتهم الخاصة بهم؛ مما يضعف تأثير التهيئة فيهم<sup>(٣١)</sup>. كما أشارت النظرية إلى أن الأفراد غير المنتمين حزبيًا ترتفع لديهم تأثيرات التهيئة المعرفية، فيعتمدون في تقييماتهم على المعايير التي تقدمها وسائل الإعلام، بعكس المنتمين حزبيًا والذين يصدرون أحكامهم بما يتوافق مع توجهاتهم الحزبية<sup>(٣٢)</sup>. كما يؤثر مستوى الثقة في الوسيلة الإعلامية في حدوث التهيئة المعرفية؛ فكلما زاد مستوى الثقة في الوسيلة الإعلامية كلما اعتمد الجمهور على المعايير التي تقدمها هذه الوسيلة في تغطيتها للأحداث المختلفة، وتبنوا هذه المعايير كأساس لتقييم الأحداث المختلفة<sup>(٣٣)</sup>.

وتطبق الباحثة نظرية التهيئة المعرفية لدراسة دور المحتوى الاقتصادي في برامج الرأي التلفزيونية المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأداء الاقتصادي الحكومي وصياغته للمعايير التي يستند إليها الجمهور في تقييم هذا الأداء، مع دراسة العوامل المتعلقة بالوسيلة وبالجمهور التي يمكن أن تؤثر في حدوث التهيئة المعرفية للجمهور.

## الدراسات السابقة:

تعرض الباحثة فيما يلي الدراسات السابقة المتعلقة بنظرية التهيئة المعرفية والمتغيرات الوسيطة التي من شأنها التأثير في إحداث التهيئة المعرفية للجمهور.

وقد تناولت الدراسات السابقة العديد من العوامل المتعلقة بالوسيلة الإعلامية ذاتها، أو المتعلقة بالجمهور، والتي تتوسط العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وتشكيل اتجاهات الجمهور نحو الجهات والمؤسسات المختلفة. ومن المتغيرات التي ترتبط بالوسيلة الإعلامية اتجاه التغطية الإعلامية للأحداث والقضايا، وكذلك كيفية تأطير تلك القضايا.

فقد أكد (James Caillier ٢٠١٨) (٣٤) في دراسته للعلاقة بين اتجاه التغطية الإخبارية وحدث التهيئة المعرفية لدى الجمهور على وجود علاقة بين التعرض للأخبار السلبية عن المؤسسات السياسية الأمريكية والتي تركز على قضايا الفساد وبين تقييم المبحوثين السلبية لأداء المؤسسات السياسية الأمريكية والفاعلة بها، بما يؤكد على أن الاتجاه السائد في التغطية الإعلامية يؤثر في تشكيل واتجاهات الجمهور.

وفي نفس السياق وعن دور وسائل الإعلام في إحداث تهيئة معرفية للجمهور وتشكيل اتجاهاتهم نحو الأحزاب السياسية، فقد هدفت دراسة (Linda Bos ٢٠١٦) (٣٥) إلى رصد العلاقة بين اتجاه التغطية الإخبارية للحزب اليميني في هولندا وتقييم المبحوثين لأداء الحزب اليميني.

وخلصت النتائج إلى أن التغطية الإيجابية لسياسات الحزب اليميني وكفائه في محاربة الهجرة غير الشرعية لهولندا أدت لتقييم المبحوثين الإيجابي لسياسات الحزب ورفضه الهجرة غير الشرعية لهولندا، كما اتضح ثبوت الفرض الرئيس لنظرية التهيئة المعرفية بوجود علاقة ارتباطية إيجابية بين تقييم المبحوثين لأداء الحزب اليميني واتجاهاتهم للتصويت للحزب في الانتخابات.

وهو ما أكده أيضًا (Claes De Vreese ٢٠١٥) (٣٦) في دراسته التي أجراها لتحليل العلاقة بين اتجاه التغطية الإخبارية للأحزاب السياسية والمرشحين السياسيين، واتجاه الناخبين للتصويت لتلك الأحزاب والمرشحين في الانتخابات البرلمانية الهولندية. وتوصلت الدراسة إلى أن الناخبين اعتمدوا في اتجاههم نحو التصويت للأحزاب المختلفة طبقًا لتقييمات وسائل الإعلام لتلك الأحزاب؛ حيث إن التغطية الإيجابية لأحزاب بعينها والتركيز على قدرة تلك الأحزاب على وضع حلول للمشكلات المجتمعية أسهم بشكل إيجابي في تصويت الناخبين لتلك الأحزاب.

وعن تأثير اتجاه التغطية الإعلامية في تشكيل الصور الذهنية للدول والمجموعات فقد سعت دراسة (Christian Schemer) (٢٠١٣) (٣٧) لدراسة العلاقة بين اتجاه التغطية الإخبارية للمهاجرين واتجاه المبحوثون نحو المهاجرين؛ وذلك من خلال تحليل مضمون للتغطية الإخبارية التلفزيونية في القنوات الألمانية، وخلصت النتائج إلى أن المبحوثين الذين تعرضوا لتغطية إخبارية سلبية عن المهاجرين والإشارة إليهم بأنهم مجرمون كونوا اتجاهات سلبية نحو المهاجرين وأكدوا ضرورة عودتهم لبلادهم، وفي المقابل فإن المبحوثين الذين تعرضوا لتغطية إيجابية عن المهاجرين وتنوعهم الثقافي تم إدراكهم بشكل إيجابي وبأنهم جزء من المجتمع الألماني.

بينما تناقضت هذه النتيجة مع دراسة (Chen Yang) (٢٠١٧) (٣٨)؛ حيث خلصت هذه الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين من الجمهور الأمريكي للأخبار الإيجابية المقدمة عن الصين في المواقع الإخبارية الأمريكية وإيجابية الصورة المتكونة عن الصين أو الصينيين. كما اتضح عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اتجاه الأخبار الإيجابية المقدمة عن الصين واستعداد الجمهور الأمريكي لإقامة علاقات مع الصينيين، أو رغبتهم في السفر للصين. وهو ما يعني عدم ثبوت فرض التهيئة المعرفية المتعلق باتجاه التغطية الإخبارية، وهو ما فسرتة الدراسة بأن الصور الذهنية لدى الأفراد تُبنى عبر التعرض التراكمي لوسائل الإعلام وتحتاج لمدى زمني طويل نسبياً.

وعن رصد العلاقة بين الأطر الإخبارية التي تتبناها وسائل الإعلام وعلاقتها بتقييمات الجمهور فقد استهدفت دراسة (Oliver Quiring) (٢٠١٢) (٣٩) تحليل العلاقة بين الأطر الإخبارية التي طرحتها القنوات التلفزيونية الألمانية في تغطية دور الحكومة أثناء الأزمة المالية العالمية وتقييمات الجمهور لدور الحكومة لحل الأزمة. وخلصت النتائج إلى أنه عند تبني أطر داعمة وإيجابية لدور الحكومة فإن ذلك دعم التقييمات الإيجابية لدى المبحوثين عن دور الحكومة في حل الأزمة المالية، وعند تبني أطر سلبية فإن ذلك أدى إلى تقييمات سلبية من جانب الجمهور لدور الحكومة.

وعن علاقة متغير حجم تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بحدوث تأثيرات التهيئة المعرفية لديهم فقد قامت (Han Lee) (٢٠١٧) (٤٠) باختبار العلاقة بين التعرض للأخبار الاقتصادية وتقييم الناخبين لمرشحي الرئاسة في الولايات المتحدة الأمريكية. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التعرض للأخبار الاقتصادية في القنوات التلفزيونية الأمريكية واتجاه الناخبين لاختيار مرشحين بعينهم وفقاً للتقييمات الاقتصادية التي تقدمها هذه القنوات لهؤلاء المرشحين،

حيث أشارت النتائج إلى أن القنوات التلفزيونية كانت تركز على قدرة كل مرشح على التعامل مع الظروف الاقتصادية؛ مما دفع الجمهور للإدلاء بصوته للمرشحين الأكثر قدرة على التعامل مع تلك الظروف. وهو ما أكدته أيضًا دراسة (Jil Fitzner ٢٠١٣)<sup>(٤١)</sup> التي استهدفت تحليل العلاقة بين حجم تعرض الجمهور لأخبار الاتحاد الأوربي ومدى رضا المبحوثين عن عضوية بلادهم للاتحاد الأوربي.

وأكدت الدراسة وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم تعرض المبحوثين لأخبار الاتحاد الأوربي، ومدى تبني المبحوثين لتقييمات وسائل الإعلام لدور الاتحاد الأوربي وسياساته المختلفة وموافقة المبحوثين على انضمام دولهم للاتحاد الأوربي.

وهو ما اتفقت معه دراسة (Ser Hill ٢٠١٢)<sup>(٤٢)</sup> لاختبار العلاقة بين التعرض للأخبار التلفزيونية عن نقل العاصمة الإدارية بكوريا الجنوبية والطريقة التي يقيم بها الجمهور هذا الموضوع، وأكدت الدراسة أن السمات التي أشارت إليها وسائل الإعلام في تغطيتها لنقل العاصمة الإدارية مثلت معايير مهمة لتقييم الجمهور لتلك الخطة. وكانت أهم الجوانب التي ركزت عليها التغطية؛ أن نقل العاصمة الإدارية سيعمل على حل مشكلة التكدس في العاصمة، وسيحقق التنمية في البلاد، وأوضحت النتائج اتفاق تقييمات كثيفي المشاهدة مع المعايير التي تبنتها التغطية الإخبارية التلفزيونية.

بينما اختلفت هذه النتائج مع دراسة (Adam Shehata ٢٠١٤)<sup>(٤٣)</sup>، حيث انتهت هذه الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين حجم تعرض المبحوثين للموضوعات الاقتصادية واتجاهاتهم نحو الأداء الاقتصادي. وأرجعت الدراسة هذه النتيجة لاختلاف المعايير التي استخدمها المبحوثون لتقييم الأداء الاقتصادي لإدراك المبحوثين لمستويات مسؤولية الحكومة عن الأوضاع الاقتصادية.

كما أوضحت الدراسات السابقة أهمية متغير المعرفة السياسية كأحد العوامل التي تسهم في حدوث التهيئة المعرفية للجمهور، فقد توصلت (آية علي ٢٠١٧)<sup>(٤٤)</sup> في دراستها للعلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية وثقة المواطنين في الحكومة؛ إلى أن متغير المعرفة السياسية يؤثر بشكل إيجابي في شدة العلاقة بين حجم التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية ومستوى الثقة السياسية لدى المبحوثين، كما اتضح وجود علاقة طردية بين مستوى التعرض للبرامج الحوارية والتقييم الإيجابي للقضية المسيطرة بما يتفق مع الدراسات التي أثبتت دور وسائل الإعلام في تهيئة مشاعر واتجاهات الجمهور نحو القضية المسيطرة.

وتتفق هذه النتيجة مع الدراسة التي أجرتها (Linda Camaj ٢٠١٤)<sup>(٤٥)</sup> لدراسة دور المعرفة السياسية في بناء تقييمات الجمهور نحو المؤسسات السياسية في كوسوفو. وخلصت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معرفة المبحوثين السياسية وثقتهم السياسية وتقييمهم لتلك المؤسسات، حيث أوضح المبحوثون أنهم يعتمدون على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات عن مدى كفاءة المؤسسات السياسية وتقييم الأداء العام لتلك المؤسسات، كما أشارت النتائج إلى أن إبراز القنوات التلفزيونية في كوسوفو لسمات معينة للمؤسسات السياسية أسهم في تكوين آراء الجمهور لتلك المؤسسات.

كما تتفق أيضًا مع دراسة (رياب عبد المنعم ٢٠١٤)<sup>(٤٦)</sup> التي استهدفت دراسة دور الإنترنت في التهيئة المعرفية للشباب أثناء الحملات الانتخابية؛ وذلك من خلال إجراء دراسة تجريبية على مجموعة من الشباب. وأكدت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات التجريبية والضابطة فيما يتعلق بمستوى المعرفة السياسية بالمرشحين وبرامجهم الانتخابية وتقييم المبحوثين لهؤلاء المرشحين لصالح ذوي المعرفة السياسية الأعلى، مما يشير لأهمية متغير المعرفة السياسية في حدوث التهيئة المعرفية للمبحوثين أما عن متغير الاهتمام السياسي للمبحوثين ودوره في تهيئة الجمهور نحو القضايا المختلفة، فقد تباينت نتائج الدراسات السابقة المتعلقة بهذا المتغير؛ فقد توصل (محمد الألفي ٢٠١٧)<sup>(٤٧)</sup> إلى أن متغير الاهتمام السياسي يعد أحد أهم المتغيرات التي تؤدي إلى حدوث تهيئة معرفية للجمهور عن الأحداث المختلفة، وأكد وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى اهتمام الجمهور بقضية الاستفتاء على الدستور والتأثير في ممارسة السلوك السياسي ومباشرة الحياة السياسية، كما خلصت الدراسة إلى دور البرامج الإخبارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو تدعيم المشاركة السياسية.

في حين اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (Erik Albaek ٢٠١٧)<sup>(٤٨)</sup> التي انتهت إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام السياسي للمبحوثين والنقاش السياسي مع الآخرين وحدث التهيئة المعرفية، وهو ما أرجعته الدراسة إلى أن المبحوثين الذين يقومون بمناقشة القضايا السياسية والاقتصادية مع الآخرين يعتبرون أن هذا النقاش هو أحد أهم مصادر معرفتهم بتلك القضايا أكثر من اعتمادهم على وسائل الإعلام، مما يقلل من تأثيرات التهيئة المعرفية لوسائل الإعلام فيهم.

كما اختلفت هذه النتيجة أيضًا مع دراسة (Claes Devreese ٢٠١٤)<sup>(٤٩)</sup>؛ التي أجراها لدراسة تأثير الحملات الانتخابية في الرأي العام وفي تقييم الجمهور للحكومة، حيث خلصت

الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام السياسي للمبشرين وحدث التهيئة المعرفية، فقد أكدت الدراسة أن التأثيرات الأقوى للهيئة المعرفية لوسائل الإعلام تكون أكبر بين الأفراد الأقل اندماجًا في السياسة؛ حيث أشارت الدراسة إلى أن المبشرين الأقل اندماجًا في السياسة كانوا الأكثر تأثرًا بالمضامين الإخبارية التلفزيونية.

**أما عن علاقة ثقة الجمهور في الوسيلة بتأثيرات التهيئة المعرفية فقد قام ( Travis Johnston ٢٠١٥<sup>(٥٠)</sup>)** بدراسة العلاقة بين الثقة في الوسيلة الإعلامية وتقييم الجمهور الأمريكي لأداء الحكومة في احتواء أزمة تسرب النفط. وانتهت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين ثقة الجمهور في وسائل الإعلام وتقييمه لأداء الحكومة في معالجة الأزمة، حيث نسبت وسائل الإعلام المسؤولية للحكومة فيما يتعلق بأزمة تسرب النفط.

**وقد اختلفت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه (نشوى جمال ٢٠١٦<sup>(٥١)</sup>)** في دراستها للعلاقة بين ثقة الجمهور في برامج الرأي التلفزيونية وتشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأحزاب السياسية المصرية، حيث أكدت الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الثقة في مصادقية برامج الرأي التلفزيونية واتجاههم نحو الأحزاب السياسية المصرية.

**وعن تأثير الانتماء الحزبي للمبشرين في حدوث التهيئة المعرفية فقد قام ( Andre Blais ٢٠١٧<sup>(٥٢)</sup>)** باختبار العلاقة بين الانتماء الحزبي للمبشرين وإدراكهم لفساد الحكومية والمسؤولين الحكوميين. وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الانتماء الحزبي للمبشرين وإدراكهم للفساد الحكومي، حيث اتضح أن المنتمين حزبيًا كان إدراكهم لوجود فساد حكومي أقل بصفة عامة عن غير المنتمين حزبيًا.

**واتفقت هذه النتيجة أيضًا مع دراسة (شيماء ذو الفقار ٢٠١٥<sup>(٥٣)</sup>)** حيث هدفت هذه الدراسة لاختبار العلاقة بين حجم تعرض المبشرين للتغطية التلفزيونية عن التعديلات الدستورية واتجاه الجمهور نحو هذه التعديلات. وخلصت الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية بين ذوي الانتماءات الحزبية المختلفة من حيث الاتجاه نحو التعديلات الدستورية. مما يؤكد دور متغير الانتماء الحزبي في تعزيز تأثيرات التهيئة المعرفية.

### التعليق على الدراسات السابقة:

١- أوضحت الدراسات السابقة وجود مجموعة من العوامل التي تسهم في إحداث تأثيرات التهيئة المعرفية، وإن تباينت نتائج هذه الدراسات، وقد ربطت هذه الدراسات هذه العوامل بالوسيلة الإعلامية؛ مثل اتجاه التغطية، وبروز التغطية، والأطر الإخبارية المستخدم، ومستويات



نسب المسؤولية للأطراف المختلفة، وعوامل أخرى تتعلق بالجمهور؛ من حيث حجم التعرض للوسيلة الإعلامية، ومدى الثقة في الوسيلة الإعلامية، والمعرفة السياسية للمبجوثين واهتمامهم السياسي وانتماءهم الحزبي.

٢- أكدت نتائج الدراسات السابقة على دور وسائل الإعلام في التهيئة المعرفية للجمهور نحو القضايا المختلفة وصياغة المعايير التي يتم من خلالها تقييم الحكومات والأحزاب والمرشحين السياسيين.

٣- اهتمت الدراسات السابقة بدراسة تأثير وسائل مختلفة؛ مثل برامج الرأي التلفزيونية، والمواقع الإلكترونية الإخبارية، وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

٤- تنوعت الموضوعات والمجالات التي تناولتها أبحاث التهيئة المعرفية في الدراسات الأجنبية لتشمل الموضوعات السياسية والاقتصادية والبيئية وتشكيل الصور الذهنية عن الدول والشعوب الأخرى، بينما اقتصرَت الدراسات العربية على الموضوعات السياسية.

وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد متغيرات الدراسة وصياغة فروضها ومقارنة نتائج الدراسات السابقة بالدراسة الحالية.

### تساؤلات الدراسة:

- ١- ما أهم القضايا الاقتصادية التي تعرضها برامج الرأي التلفزيونية محل الدراسة؟
- ٢- ما حجم تكرار القضايا الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية محل الدراسة؟
- ٣- ما المدة الزمنية التي تستغرقها القضايا الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية محل الدراسة؟
- ٤- ما اتجاه القضايا الاقتصادية التي يتم تناولها في برامج الرأي التلفزيونية محل الدراسة؟
- ٥- ما دوافع تعرض المبجوثين للقضايا الاقتصادية التي تعرضها برامج الرأي التلفزيونية؟
- ٦- ما اتجاهات المبجوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة؟
- ٧- ما اتجاهات المبجوثين نحو الأداء الحكومي بشكل عام؟

## فروض الدراسة:

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية واتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية بين اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة وبين المتغيرات التالية:
  - أ - حجم التعرض للموضوعات الاقتصادية.
  - ب - الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية.
  - ج - مصداقية برامج الرأي التلفزيونية.
- ٣- توجد فروق دالة إحصائياً في اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة باختلاف خصائصهم الديموجرافية.
- ٤- توجد فروق دالة إحصائياً في اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة باختلاف إدراكهم لمستويات المسؤولية عن الأوضاع الاقتصادية.
- ٥- توجد علاقة ارتباطية بين اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة واتجاههم نحو الأداء الحكومي بشكل عام.

## نوع الدراسة ومنهجها:

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح؛ حيث تم تحليل مضمون لعينة من الموضوعات الاقتصادية التي تقدمها برامج الرأي التلفزيونية المصرية، بالإضافة إلى مسح آراء عينة من الجمهور المصري.

## مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في برامج الرأي التلفزيونية المصرية المقدّمة في القنوات الأرضية والفضائية المصرية.

ويتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في أفراد الجمهور المصري باختلاف خصائصه الديموجرافية.

## عينة الدراسة:

اشتملت عينة الدراسة التحليلية على تحليل الموضوعات الاقتصادية الواردة في برنامج (مصر النهاردة) المقدم في القناة الأولى المصرية، وبرنامج (هنا العاصمة) المقدم في قناة CBC Extra، وتم اختيار البرنامجين بعد إجراء الباحثة لدراسة استطلاعية على عينة من الجمهور تبلغ ١٠% (٤٠٠ مبحوثاً) من إجمالي عينة الدراسة الميدانية، وذلك لتحديد أكثر برامج الرأي التلفزيونية التي يتابعونها، و تم إجراء الدراسة الاستطلاعية في الفترة من في المدة ٢٠١٨/١/١ حتى ٢٠١٨/١/١٦.

وأظهرت نتيجة الدراسة الاستطلاعية تصدر برنامج (هنا العاصمة) بنسبة ٣٨.٤% وبرنامج (مصر النهاردة) بنسبة ٣٢.١% قائمة أولويات مشاهدة الجمهور لبرامج الرأي التلفزيونية المصرية.

وقامت الباحثة باختيار عينة زمنية مدتها شهرين لإجراء الدراسة التحليلية في المدة من ٢٠١٨/٢/١ وحتى ٢٠١٨/٣/٣١، وقد واكبت هذه المدة العديد من الإجراءات الاقتصادية الحكومية؛ منها تطبيق مرحلة جديدة من رفع الدعم عن المواد البترولية، ورفع أسعار تذاكر القطارات، وخفض أسعار الفائدة على الودائع البنكية، وطرح الحكومة مجموعة من الشركات في البورصة لتحفيز الاستثمار، وتحديد ملامح الموازنة العامة الجديدة لترحها أمام مجلس النواب، وإطلاق الحكومة مجموعة من برامج الحماية الاجتماعية لمواجهة تداعيات الإصلاح الاقتصادي؛ منها إطلاق شهادات أمان لتأمين العمالة الموسمية وغير المنتظمة، ووضع آليات جديدة لضمان وصول الدعم لمستحقه.

وطُبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية تبلغ ٤٠٠ مبحوث من الجمهور المصري الذين يشاهدون برامج الرأي التلفزيونية المصرية.

## جدول رقم (١)

## خصائص عينة الدراسة الميدانية

الخصائص	التصنيف	ك	%
النوع	ذكر	١٩٣	%٤٨.٣
	أنثى	٢٠٧	%٥١.٧
الفئة العمرية	من ١٨ إلى ٣٠ سنة	١٨٧	%٤٦.٨
	من ٣١ سنة إلى ٤٠ سنة	١٥٢	%٣٨
	٤١ سنة فأكثر	٦١	%١٥.٢
المستوى التعليمي	تعليم ثانوي	٧٣	%١٨
	تعليم جامعي	٢٧١	%٦٨
	تعليم فوق جامعي	٥٦	%١٤
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	١٤٥	%٣٦.٢
	متوسط	٢١٥	%٥٣.٨
	مرتفع	٤٠	%١٠

أدوات جمع البيانات:

أداة جمع بيانات الدراسة التحليلية:

استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون لوصف المحتوى الاقتصادي في برامج الرأي التلفزيونية محل الدراسة، وذلك من خلال تصميم استمارة لتحليل المضمون.

تحديد وحدات التحليل:

١- وحدة المفردة: وهي الموضوع الواحد كوحدة للعد.

٢- وحدة الزمن: وتقاس بالثانية.

أداة جمع بيانات الدراسة الميدانية:

تم جمع بيانات الدراسة الميدانية عن طريق استمارة استبيان بالمقابلة في الفترة من ٢٠١٨/٤/١ حتى ٢٠١٨/٥/٢٦.

أولاً: اختبار الصدق:

للتأكد من صدق استمارة تحليل المضمون وقدرتها على قياس المتغيرات التي يُفترض أن تقوم بقياسها، قامت الباحثة بوضع استمارة تحليل المضمون في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها

وعرض الاستمارة على عدد من المحكمين للحكم على صلاحية القوائم في عملية التحليل وإجراء التعديلات المقترحة. (\*)

**ثانياً: اختبار الثبات:**

قامت الباحثة بتحليل ١٠% من عينة الدراسة، ثم إعادة التحليل لنفس العينة بعد ثلاثة أسابيع من التحليل الأول، ثم قياس معامل الثبات، وقد بلغ معامل الثبات ٠.٨٩.

**منهجية قياس متغيرات الدراسة الميدانية وحساب اتساق وثبات المقاييس:** تم استخدام معاملات إحصائية للتأكد من صلاحية المقاييس التي استخدمت في الدراسة من حيث الاتساق الداخلي والثبات، تم استخدام معامل ألفا كرونباخ الذي يستخدم لتحليل ثبات المقاييس ولدراسة الصدق العالمي، ثم استخدام التحليل العاملي Factor analysis بطريقة المكونات الأساسية Principal Components لاستخلاص العوامل مع أسلوب الفارماكس Varimax لتدويرها. وعند تطبيق اختبار الثبات باستخدام معامل ارتباط ألفا كرونباخ على الاستمارة ككل بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ ٠.٧٤ وهي قيمة معامل ثبات مرتفعة يمكن الاعتماد عليها.

#### ١ - مقياس حجم التعرض للموضوعات الاقتصادية:

تم قياس متابعة المبحوثين للموضوعات الاقتصادية بواسطة مقياس تجميعي يتكون من سؤالين عن مدى متابعة المبحوثين للمحتوى الاقتصادي في برامج الرأي التلفزيونية وعدد الأيام التي يتابع فيها المبحوثون المحتوى الاقتصادي في برامج الرأي التلفزيونية.

#### ٢ - مقياس الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية:

تم تكوين مقياس بأسلوب ليكرت الثلاثي مكون من ثلاث عبارات تتمثل في الآتي: (أهتم بمتابعة الأخبار والموضوعات الاقتصادية- أحرص على متابعة تصريحات المسؤولين عن الموضوعات الاقتصادية في وسائل الإعلام- أناقش الموضوعات الاقتصادية مع أصدقائي)، وقد بلغت قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ ٠.٠٧٠ وهي قيمة ثبات يمكن الاعتماد عليها. وخلص اختبار التحليل العاملي إلى صلاحية العبارات المستخدمة وتراوح مستوى التشبعات لقيم التباين المشترك الخاصة بهذا المقياس بين ٠.٦٧٩ و ٠.٨٦٩.

**٣ - مقياس دوافع مشاهدة المبحوثين للموضوعات الاقتصادية:**

تم تكوين مقياس بأسلوب ليكرت الثلاثي مكون من خمس عبارات تتمثل في الآتي:  
(متابعة آخر مستجدات الأوضاع الاقتصادية المصرية- لإثراء معلوماتي عن الأحداث الاقتصادية المصرية- لتكوين رأي خاص عن الأوضاع الاقتصادية في مصر- للتعود على مشاهدتها- لا أجد شيئاً آخر أفعله)، وقد بلغت قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ ٠.٦٥ وهي قيمة ثبات يمكن الاعتماد عليها. وخلص اختبار التحليل العاملي إلى صلاحية العبارات المستخدمة وتراوح مستوى التشبعات لقيم التباين المشترك الخاصة بهذا المقياس بين ٠.٥٨٠ و ٠.٦٦٤.

**٤ - مقياس مصداقية برامج الرأي التلفزيونية لدى المبحوثين:**

تم تكوين مقياس بأسلوب ليكرت الثلاثي مكون من أربع عبارات تتمثل في الآتي: (أثق بالمعلومات التي تكونها برامج الرأي التلفزيونية- برامج الرأي التلفزيونية تخلط بين الآراء والحقائق- برامج الرأي التلفزيونية تتسم بالتحيز في تغطيتها للموضوعات المختلفة) وقد بلغت قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ ٠.٦٧ وهي قيمة ثبات يمكن الاعتماد عليها. وخلص اختبار التحليل العاملي إلى صلاحية العبارات المستخدمة وتراوح مستوى التشبعات لقيم التباين المشترك الخاص بهذا المقياس بين ٠.٦٥٤ و ٠.٦٦٦.

**٥ - مقياس اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة:**

تم تكوين مقياس بأسلوب ليكرت الثلاثي مكون من ثماني عبارات تتمثل في: (الحكومة تبذل كل ما في وسعها لتحفيز الاقتصاد- القرارات الاقتصادية الحكومية لا تراعي احتياجات المواطنين- تتخذ الحكومة قرارات اقتصادية متخبطة- برامج الحماية الاجتماعية الحكومية تحمي المتضررين من تداعيات الإصلاح الاقتصادي- الإصلاحات الاقتصادية أدت إلى ارتفاع الأسعار- الإجراءات الاقتصادية الحكومية تعمل على تشجيع الاستثمار- رفع الدعم عن المحروقات يسهم في خفض العجز في الموازنة- الإجراءات الاقتصادية أدت إلى انخفاض مستوى المعيشة بين نسبة كبيرة من أفراد الشعب)، وقد بلغت قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ ٠.٦١ وهي قيمة يمكن الاعتماد عليها.

وخلص اختبار التحليل العاملي إلى صلاحية العبارات المستخدمة وتراوح مستوى التشبعات لقيم التباين المشترك الخاصة بهذا المقياس بين ٠.٥٤١ و ٠.٧٦٥.

## ٦ - مقياس اتجاه المبحوثين نحو الأداء الحكومي بشكل عام:

تم تكوين مقياس بأسلوب ليكرت الثلاثي مكون من أربع عبارات تتمثل في: (هناك سوء إدارة من الحكومة في معالجة الأمور المختلفة- الحكومة تعمل بجدية لتحقيق مصالح المواطنين- تطرح الحكومة خطأً واضحة لإصلاح الأوضاع القائمة- الحكومة ليس لديها رؤية واضحة للتطوير) وقد بلغت قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ ٠.٦٣ وهي قيمة يمكن الاعتماد عليها. وخلص اختبار التحليل العاملي إلى صلاحية العبارات المستخدمة وتراوح مستوى التشبعات لقيم التباين المشترك الخاصة بها المقياس ٠.٥٨٢ و ٠.٦٣٧.

## ٧ - مقياس المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين:

تم قياس المستوى الاقتصادي الاجتماعي بواسطة مقياس تجمعي يتكون من أربعة أسئلة عن متوسط دخل المبحوث شهرياً، والأجهزة التي يمتلكها المبحوث، والسفر للخارج، وأسباب السفر للخارج.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم اللجوء للمعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة.
- اختبار كاي<sup>٢</sup> لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية.
- اختبار (T-test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة.
- تحليل التباين ذي البعد الواحد المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة.

## أولاً : النتائج الخاصة بتحليل المحتوى الاقتصادي في برامج الرأي التلفزيونية.

## جدول رقم (٢)

القضايا الاقتصادية التي عرضتها البرامج التلفزيونية محل الدراسة

الترتيب	المجموع		هنا العاصمة		مصر النهاردة		اسم البرنامج القضية الاقتصادية
	%	ك	%	ك	%	ك	
١	٣١.١	٢٤	٢٥.٧	٩	٣٥.٧	١٥	برامج الحماية الاجتماعية
٢	١٤.٣	١١	١٤.٣	٥	١٤.٢	٦	تحفيز الاستثمار
٣	١٢.٣	١٠	٨.٦	٣	١٦.٦	٧	الاستثمار في المدن الجديدة
٤	١٠.٤	٨	٨.٦	٣	١١.٩	٥	ارتفاع الأسعار
٥	٧.٨	٦	٥.٧	٢	٩.٥	٤	معدلات النمو الاقتصادي
٦	٦.٥	٥	٨.٦	٣	٤.٧	٢	معدلات التضخم
٧	٥.٢	٤	١١.٤	٤	-	-	خفض الدعم عن المحروقات
٨	٣.٠	٣	٨.٦	٣	-	-	مخصصات الموازنة العامة الجديدة
٩	٢.٦	٢	٢.٩	١	٢.٤	١	خسائر شركات القطاع العام
١٠	٢.٣	٢	-	-	٤.٧	٢	ملف البطالة
١١	٢.٣	٢	٥.٧	٢	-	-	خفض سعر الفائدة على الودائع البنكية
	١٠٠	٧٧	١٠٠	٣٥	١٠٠	٤٢	المجموع

تشير نتائج الجدول إلى أن برامج الحماية الاجتماعية كانت القضية الاقتصادية الأولى التي تصدرت ترتيب القضايا الاقتصادية التي تناولتها البرامج التلفزيونية محل الدراسة؛ حيث جاءت بنسبة ٣١.١% من إجمالي القضايا الاقتصادية التي تم تناولها، وجاءت بنسبة ٣٥.٧% في برنامج مصر النهاردة، وبنسبة ٢٥.٧% في برنامج هنا العاصمة. وجاء في الترتيب الثاني ملف تحفيز الاستثمار بنسبة ١٤.٣%؛ حيث جاء بنسبة ١٦.٦% في برنامج مصر النهاردة، وبنسبة ١٤.٣% في برنامج هنا العاصمة، حيث ركز البرنامجان على برامج الحماية الاجتماعية التي تبنتها الحكومة لحماية المواطنين من تداعيات الإصلاح الاقتصادي، ودور الحكومة في تطبيق البرامج الاجتماعية لحماية الطبقات الأولى بالرعاية من معاشات تكافل وكرامة. توفير الحماية الاجتماعية للفئات الأكثر احتياجًا والأولى بالرعاية، وزيادة مخصصات برامج الحماية الاجتماعية



في الموازنة الجديدة، وإلقاء الضوء على الأخبار الخاصة بإطلاق «شهادات أمان»، وإقبال المواطنين على شراء هذه الشهادات التي تهدف لتأمين العمالة الموسمية وغير المنتظمة، وكذلك تناول الموضوعات المتعلقة بأهمية وصول الدعم لمستحقيه وآليات تنفيذ وصول الدعم لمستحقيه. وجاء في الترتيب الثاني ملف تحفيز الاستثمار بنسبة ١٤.٣%؛ حيث جاء بنسبة ١٦.٦% في برنامج مصر النهاردة، وبنسبة ١٤.٣% في برنامج هنا العاصمة، وركزت التغطية في هذه القضية على الإجراءات اللازمة للتخلص من البيروقراطية والروتين لتحفيز الاستثمار، ودور رجال الأعمال في دعم الاستثمار، والاستثمارات الحكومية في المدن الجديدة، وربط افتتاح المدن الجديدة بتشجيع الاستثمار ودفع عجلة التنمية، وكذلك عرض هذا الملف طرح مزايدات عالمية للتقريب عن البترول، وطرح الحكومة مجموعة من الشركات في البورصة تعمل في مجالات التعدين والبتروكيماويات والقطاعات المالية والعقارية. وجاء في الترتيب الثالث في برنامج هنا العاصمة رفع الدعم عن المحروقات وتداعيات ذلك على المواطنين بنسبة ١١.٤%، بينما لم يتطرق برنامج مصر النهاردة لهذا الملف، وقد يرجع ذلك إلى أن البرنامج يذاع في تلفزيون القناة الأولى المصرية؛ وهي قناة حكومية، فلم يتم تناول موضوعات مثل رفع الدعم عن المحروقات أو تقليل سعر الفائدة على الودائع البنكية.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (هند نبيل)<sup>(٥٤)</sup> التي أشارت إلى أن أهم القضايا الاقتصادية التي تم تناولها في النشرات الإخبارية التلفزيونية في القناة الأولى وفي قناة النيل للأخبار، هي تراجع أداء الاقتصاد المحلي وأزمة الوقود، وأرجعت الباحثة هذه النتيجة إلى ما اتسمت به مدة التحليل من عدم الاستقرار في أداء البورصة وانخفاض معدلات النمو وتخفيض عدد من مؤسسات التصنيف الائتماني لتصنيف مصر بها.

## جدول رقم (٣)

تكرار وزمن القضايا الاقتصادية بالبرامج التلفزيونية محل الدراسة

المجموع		برنامج هنا العاصمة				برنامج مصر النهاردة				تكرار وزمن		
%	ق	%	ك	%	ق	%	ك	%	ق	%	ك	القضايا الاقتصادية
٢٩.٣	١٩٨٦	٢٧.٦	٧٧	٣٥.٦	٩٨١	٢٩.١	٣٥	٣٢.٧	١٠٠٥	٣٥.٨	٤٢	القضايا الاقتصادية
٧٠.٧	٤٨٠٧	٧٢.٤	٢٠٢	٦٤.٣	١٧٧	٧٠.٨	٨٥	٦٧.٣	٣٠٣٧	٦٤.٢	١١٧	القضايا الأخرى
١٠٠	٦٧٩٣	١٠٠	٢٧٩	١٠٠	٢٧٥١	١٠٠	١٢٠	١٠٠	٤٠٤٢	١٠٠	١٥٩	المجموع

يتضح من نتائج الجدول السابق ارتفاع نسبة تغطية الأخبار الخاصة بالقضايا الاقتصادية في البرامج التلفزيونية محل الدراسة؛ حيث تم تغطيتها بنسبة ٢٧.٦% من إجمالي القضايا التي تناولتها تلك البرامج، كما وصل إجمالي المدة الزمنية لتغطية القضايا الاقتصادية في البرامج التلفزيونية محل الدراسة ٢٩.٣%، وهو ما يعكس اهتمام تلك البرامج بتغطية القضايا الاقتصادية؛ ويمكن أن يكون ذلك راجعاً إلى أن مدة الدراسة شهدت الكثير من الأحداث الاقتصادية وتنفيذ العديد من الخطوات المتعلقة ببرنامج الإصلاح الاقتصادي، وكذلك قيام الحكومة باتخاذ حزمة من الإجراءات لحماية المواطنين ودعمهم لمواجهة ما يستتبع هذه الإصلاحات من تداعيات تنعكس على أوضاعهم الاقتصادية والمعيشية. ويمكن تفسير هذه النتيجة أيضاً في ضوء اهتمام المواطنين باستطلاع مجريات الأوضاع الاقتصادية وتفهم أحوال الاقتصاد؛ حيث يرتبط ذلك بأحوالهم المعيشية اليومية، وبالتالي قيام هذه البرامج بتناول القضايا الاقتصادية وشرح وتحليل أبعادها المختلفة لجذب الجمهور في ظل البيئة التنافسية بين برامج الرأي التلفزيونية.

جدول رقم (٤)

اتجاه تغطية القضايا الاقتصادية التي تم عرضها  
في البرامج التلفزيونية محل الدراسة

المجموع		هنا العاصمة		مصر النهاردة		اسم البرنامج اتجاه التغطية
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٧.٥	٥٢	٥٤.٣	١٩	٧٨.٦	٣٣	إيجابي
٢٢	١٧	٣٤.٤	١٢	١١.٩	٥	محايد
١٠.٥	٨	١١.٤	٤	٩.٥	٤	سليبي
١٠٠	٧٧	١٠٠	٣٥	١٠٠	٤٢	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الاتجاه الإيجابي في تغطية الموضوعات الاقتصادية في البرامج التلفزيونية محل الدراسة جاء في الترتيب الأول بنسبة ٦٧.٥%؛ حيث تصدر الاتجاه الإيجابي تغطية برنامج مصر النهاردة للقضايا الاقتصادية بنسبة ٧٨.٦%، ونسبة ٥٤.٣% في برنامج هنا العاصمة.

وركزت الموضوعات الإيجابية على الإجراءات التي تم تفعيلها لتنشيط الاستثمار وخاصة في مجال القطاعات الإنتاجية، سواء الصناعة أو التصدير، والتخلص من الإجراءات الروتينية، ومنح مزيد من التسهيلات للمستثمرين، وسُبل جذب الاستثمارات الأجنبية، وكذلك حرص الدولة على تنفيذ برامج متكاملة للحماية الاجتماعية، ورعاية الفئات الأكثر احتياجًا، وإصدار «شهادات أمان» لتأمين العمالة الموسمية، وتقديم تغطية تأمينية للعمالة غير المنتظمة في مختلف القطاعات. وكذلك تطرقت الموضوعات الإيجابية لارتفاع معدلات النمو الاقتصادي ليصل إلى ٥.٨%، وانخفاض عجز الموازنة ليصل إلى ٩.٥%، والتأكيد على أن ذلك أحد دلائل تعافي الاقتصاد واستقرار الأوضاع الاقتصادية. وكذلك تناولت الموضوعات الإيجابية طروحات الشركات الحكومية في البورصة لتشجيع الاستثمار في البورصة وتنشيطها وزيادة التدفقات المالية للسوق المصرية. وقد تُعزى هذه النتيجة لاتجاه هذه القنوات إلى احتواء تداعيات الأزمة الاقتصادية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Fateme Ghassabi) (٥٥) التي توصلت إلى أن وسائل الإعلام تساعد الجمهور في بداية الأزمات من خلال تعريفهم بأبعاد تلك الأزمات، أما في مرحلة الأزمة فإن وسائل الإعلام تقوم بالتخفيف عن معاناة الجمهور وإبراز أي جوانب إيجابية. وتتفق أيضًا مع

دراسة (VanderMeer) (٥٦) التي توصلت إلى ضرورة قيام وسائل الإعلام بدور في حل الأزمات المختلفة وفي طمأنة المواطنين.

ثانياً: نتائج الدراسة المسحية على الجمهور:

جدول رقم (٥)

أسباب متابعة المبحوثين للموضوعات الاقتصادية

الترتيب	الوزن النسبي	معارض		محايد		موافق		أسباب متابعة المبحوثين للموضوعات الاقتصادية
		%	ك	%	ك	%	ك	
١	٨٨.٣	٤.٥	١٨	٢٦.٣	١٠٥	٦٩.٣	٢٧٧	لمتابعة لآخر مستجدات الأوضاع الاقتصادية المصرية
٢	٨٣.١	٩.٢	٣٧	٢٤.٥	٩٨	٦٦.٢	٢٦٥	لإثراء معلوماتي عن الأحداث الاقتصادية المصرية
٣	٨١	٨.٨	٣٥	٣٩.٣	١٥٧	٥٢	٢٠٨	لتكوين رأي خاص عن الأوضاع الاقتصادية في مصر
٤	٦٤	٢٨	١١٢	٥٢	٢٠٨	٢٠	٨٠	للتعود على مشاهدتها
٥	٥١	٦١.٣	٢٤٥	٢٥	١٠٠	١٣.٨	٥٥	لا أجد شيئاً آخر أفعله

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الدوافع النفعية كانت هي المحرك الرئيس لمتابعة المبحوثين للموضوعات الاقتصادية؛ حيث جاء التعرف على آخر مستجدات الأوضاع الاقتصادية المصرية في الترتيب الأول من حيث قائمة أسباب متابعة المبحوثين للموضوعات الاقتصادية بوزن نسبي بلغ ٨٨.٣، وجاء في الترتيب الثاني إثراء معلوماتي عن الأحداث الاقتصادية المصرية بوزن نسبي بلغ ٨٣.١، تلاه دافع تكوين رأي خاص عن الأوضاع الاقتصادية في مصر بوزن نسبي ٨١.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء اهتمام المبحوثين بمتابعة الأوضاع الاقتصادية ومستجداتها لما لها من انعكاسات على حياتهم اليومية وأوضاعهم المعيشية، وكذلك التخطيط لمستقبلهم؛ حيث تُعد الأوضاع الاقتصادية إحدى القضايا المحورية التي تشغل أذهان الجمهور، وخاصة في ظل ارتفاع الأسعار الناتج عن بعض تداعيات الإصلاح الاقتصادي؛ مثل تحرير سعر الصرف، وتطبيق ضريبة القيمة المضافة، ورفع الدعم عن المحروقات. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (هند

نبيل<sup>(٥٧)</sup> التي أكدت أن أهم دوافع متابعة الجمهور للموضوعات والقضايا الاقتصادية هي التعرف على أهم التطورات الاقتصادية؛ لارتباط تلك القضايا بالحياة اليومية للمبشرين. كما اتفقت هذه النتيجة أيضًا مع دراسة (دعاء عادل)<sup>(٥٨)</sup> التي أكدت أن أهم أسباب متابعة المبشرين للقضايا الاقتصادية أنها مؤثرة جدًا في حياتهم اليومية.

جدول رقم (٦)

استجابات المبشرين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

الترتيب	الوزن النسبي	معارض		محايد		موافق		استجابات المبشرين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة
		%	ك	%	ك	%	ك	
١	٨٤	٩.٣	٣٧	٣٠	١٢٠	٦٠.٨	٢٤٣	الإصلاحات الاقتصادية أدت إلى ارتفاع الأسعار
٢	٨١	١٢.٥	٥٠	٣٢.٣	١٢٩	٥٥.٣	٢٢١	الإجراءات الاقتصادية أدت إلى انخفاض مستوى المعيشة بين نسبة كبيرة من أفراد الشعب.
٣	٧٧.٣	١٥	٦٠	٣٧.٨	١٥١	٤٧.٣	١٨٩	تتخذ الحكومة قرارات اقتصادية متخبطة
٤	٧٦	١٣.٣	٥٣	٤٥.٣	١٨١	٤١.٥	١١٦	القرارات الاقتصادية لا تراعي احتياجات المواطنين
٥	٧٤.٧	١٧.٨	٧١	٤٠.٨	١٦٣	٤١.٥	١٦٦	الإجراءات الاقتصادية الحكومية تعمل على تشجيع الاستثمار
٦	٧٢.٣	٢١	٨٤	٤٠.٥	١٦٢	٣٨.٥	١٥٤	الحكومة تبذل كل ما في وسعها لتحفيز الاقتصاد
٧	٧٢.٣	٢٠	٨٠	٤٣	١٧٢	٣٧	١٤٨	رفع الدعم عن المحروقات يسهم في خفض عجز الموازنة
٨	٦٩	٢٣.٨	٩٥	٤٥.٨	١٨٣	٣٠.٥	١٢٢	برامج الحماية الاجتماعية الحكومية تحمي المتضررين من تداعيات الإصلاح الاقتصادي

جاء في الترتيب الأول رؤية المبعوثين أن الإصلاحات الاقتصادية أدت إلى رفع الأسعار بوزن نسبي بلغ ٨٣، وأن هذه الإصلاحات أدت إلى انخفاض مستوى المعيشة بين المواطنين بوزن نسبي بلغ ٨١، تلاها أن قرارات الحكومة الاقتصادية متخبطة بوزن نسبي بلغ ٧٧.٣، ثم إن القرارات الاقتصادية لا تراعي احتياجات المواطنين، حيث جاءت بوزن نسبي بلغ ٧٦.

وتوضح هذه النتيجة معاناة المواطنين من ارتفاع الأسعار وانعكاسات ذلك على أوضاعهم المعيشية وحياتهم اليومية ورؤية الجمهور أنه لا يتم النظر إلى أحوالهم بعين الاعتبار عند اتخاذ القرارات الاقتصادية، حتى وإن كانت تلك القرارات ترمي على المدى الطويل إلى تحقيق نتائج إيجابية فيما يتعلق بالاقتصاد الوطني؛ تشمل تقليل عجز الموازنة، وتخفيض الدين العام، ورفع معدلات النمو، ولكن يتضح أن ما يعني الجمهور بالدرجة الأولى هو أوضاعهم الحالية ورغبتهم في التخلص من الأعباء المالية التي واكبت الإصلاحات الاقتصادية وتطلعهم لحدوث إنجازات تؤدي إلى رفع مستوى معيشتهم.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (دعاء عادل) <sup>(٥٩)</sup> التي توصلت إلى اتجاه الجمهور السلبي نحو الأداء الاقتصادي الحكومي خلال حكم الرئيس الأسبق محمد مرسي مع تصاعد أزمات الوقود والطاقة في تلك المدة وتزايد الضغوط الاقتصادية على المواطنين.

ومع ذلك فقد جاءت عبارات تشير إلى أن الإجراءات الاقتصادية تسهم في تشجيع الاستثمار وتحفيز الاقتصاد بأوزان نسبية عالية؛ فقد جاءت عبارة أن الإجراءات الاقتصادية الحكومية تعمل على تشجيع الاستثمار بوزن نسبي بلغ ٧٤.٧، كما جاءت عبارة أن الحكومة تبذل كل ما في وسعها لتحفيز الاقتصاد وأن رفع الدعم عن المحروقات ضرورة لخفض عجز الموازنة بنسبة ٧٢.٣، مما يدل على أن المبعوثين على الرغم من تزايد الأعباء المالية عليهم إلا أنهم ينظرون إلى النتائج المرجوة من هذه الإصلاحات على المدى البعيد، وإلى تأثيرها في الاقتصاد القومي بشكل عام؛ من خفض عجز الموازنة وتقليل الدين العام وتحفيز الاقتصاد وتشجيع الاستثمار، كما أنهم ينظرون بعين الاعتبار لبرامج الحماية الاجتماعية التي أطلقتها الحكومة لحماية المتضررين من تداعيات الإصلاحات الاقتصادية.

## جدول رقم (٧)

## اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي الحكومي

البحوثين نحو الأداء الاقتصادي الحكومي	ك	%
محايد	٢١٣	٥٣.٣
سلبي	١٥٣	٣٨.٣
إيجابي	٣٤	٨.٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى تصدر الاتجاه المحايد قائمة اتجاهات المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي الحكومي بنسبة ٥٣.٣%، وجاء الاتجاه السلبي في الترتيب الثاني بنسبة ٣٨.٣%، والاتجاه الإيجابي بنسبة ٨.٥%، وهو ما يتفق مع نتيجة الجدول السابق الذي يعكس تفاوت آراء المبحوثين وتقييماتهم للأداء الاقتصادي الحكومي، وما بين تأييدهم لبعض هذه الإجراءات الاقتصادية الحكومية وما يترتب عليها من نتائج إيجابية تنعكس على الاقتصاد القومي ورفع معدلات النمو ودفع عجلة التنمية وتخفيض عجز الموازنة، وما بين ما تسببت فيه هذه الإجراءات- بحسب وجهة نظرهم- من ارتفاع الأسعار، وفرض ضريبة القيمة المضافة على السلع المختلفة، وكذلك رفع الدعم الحكومي عن المنتجات البترولية، مما يسهم في تحميلهم المزيد من الأعباء والصعوبات التي تواجههم في حياتهم المعيشية اليومية.

## جدول رقم (٨)

استجابات المبحوثين نحو الأداء الحكومي بشكل عام

الترتيب	الوزن النسبي	معارض		محايد		موافق		العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
١	٨٣.٧	١٠.٥	٤٢	٢٧.٨	٦١٨	٦١.٨	٢٤٧	هناك سوء إدارة من الحكومة في معالجة الأمور المختلفة
٢	٦٨	٢٣.٨	٩٥	٤٨.٥	١٩٤	٢٧.٨	١١١	الحكومة ليس لديها رؤية محددة للتطوير
٣	٦٧.٧	٢٧.٨	١١١	٤١.٥	١٦٦	٣٠.٩	١٢٣	الحكومة تعمل بجدية لتحقيق مصالح المواطنين
٤	٦٢.٧	٢٧.٥	١١٠	٥٦.٨	٢٢٧	١٥.٨	٦٣	الحكومة تطرح خططاً واضحة لإصلاح الأوضاع القائمة

يشير الجدول السابق إلى أن عبارة (هناك سوء إدارة من الحكومة في معالجة الأمور المختلفة) جاءت في الترتيب الأول بوزن نسبي بلغ ٨٣.٧، تلتها عبارة (الحكومة ليس لها رؤية محددة للتطوير) في الترتيب الثاني بوزن نسبي بلغ ٦٨، تلتها وبفارق بسيط (الحكومة تعمل بجدية لتحقيق مصالح المواطنين) بوزن نسبي بلغ ٦٧.٧، ثم (الحكومة تطرح خططاً واضحة لإصلاح الأوضاع القائمة) بنسبة ٦٢.٧، وهو ما يوضح تباين آراء المبحوثين نحو الأداء الحكومي بشكل عام؛ فمع أنهم يرون أن الحكومة تعمل بجدية لتحقيق مصالحهم، إلا أنهم يرون أن الحكومة ليس لديها رؤية محددة لتحقيق هذه المصالح، وأن هناك سوء إدارة في معالجة الأمور المختلفة، وبالتالي فهم يتوقعون أن تقوم الحكومة بإجراءات مختلفة لإصلاح الأوضاع القائمة، وأن تكون لدى الحكومة رؤية وخطة مختلفة لتنفيذ تلك الإجراءات.



## جدول رقم (٩)

اتجاه المبحوثين نحو الأداء الحكومي بشكل عام

اتجاه المبحوثين نحو الأداء الحكومي بشكل عام	ك	%
محايد	٢٠٨	٥٢
سلبي	١٣٨	٣٤.٥
إيجابي	٥٤	١٣.٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى تصدر الاتجاه المحايد قائمة اتجاهات المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي الحكومي بشكل عام بنسبة ٥٢%، يليه الاتجاه السلبي بنسبة ٣٤.٥%، وجاء في الترتيب الأخير الاتجاه الإيجابي بنسبة ١٣.٥%، وهو ما يدل على رضا المبحوثين عن بعض الجوانب في الأداء الحكومي وعدم رضاهم عن جوانب أخرى؛ وقد يكون ذلك لأن مدة تطبيق الدراسة شهدت بعض الإنجازات الحكومية، كما شهدت أيضاً بعض التعثرات للأداء الحكومي؛ فعلى الصعيد الأمني فقد واكبت مدة الدراسة شعور المواطنين باستقرار الأوضاع الأمنية، كما كان هناك استقرار في الأمور السياسية وعلاقات مصر الخارجية مع الدول الأخرى وقيامها بدور فاعل في محيطها الإقليمي، كما شهدت هذه المدة افتتاح العديد من المشروعات القومية وافتتاح العاصمة الإدارية والمدن الجديدة وكذلك مشروعات البنية التحتية، ولكن على جانب آخر عانى المواطنون في تلك المرحلة من غلاء الأسعار ومن الأعباء المادية؛ مما أدى إلى شعورهم بتدهور أحوالهم المعيشية، وكذلك رؤيتهم أن الحكومة لم تتخذ إجراءات كافية لضبط السوق ومراقبة الأسعار وردع جشع التجار الذين استغلوا الأزمة لزيادة الأسعار بلا داع.

### ثالثاً : نتائج اختبارات الفروض :

فروض الدراسة :

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه تغطية القضايا الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية واتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي الحكومي.

جدول رقم (١٠)

العلاقة بين اتجاه تغطية القضايا الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية واتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي الحكومي

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اتجاه تغطية القضايا الاقتصادية
٠.٠٠٠٠	٠.٤١٢	اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي الحكومي

يتضح من الجدول وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه تغطية القضايا الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية واتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي الحكومي، حيث كان معامل ارتباط بيرسون ٠.٤١٢، عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠، والقيمة دالة إحصائياً؛ وبالتالي يتضح ثبوت الفرض الأول.

وقد كان اتجاه التغطية التلفزيونية للقضايا الاقتصادية إيجابياً ركز على ما أسفرت عنه القرارات الاقتصادية الحكومية من ارتفاع معدلات النمو الاقتصادي وتعزيز التنمية الاقتصادية وخفض معدلات الدين العام وخفض عجز الموازنة وتشجيع الاستثمار، وكذلك إجراءات الحكومة لتأمين الفئات الأكثر احتياجاً، وكان اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي الحكومي محايداً. وقد يكون ذلك لأنه وبالرغم من الخبرة المباشرة للجمهور فيما يتعلق بالأوضاع الاقتصادية من خلال احتكاكهم اليومي بحركة البيع والشراء وإدراكهم لارتفاع الأسعار فضلاً عن فرض ضرائب جديدة عليهم، إلا أنهم في الوقت نفسه وبسبب مشاهدتهم للموضوعات التي تركز على الجانب الإيجابي فإن ذلك انعكس على رؤيتهم وجعلهم يكوّنون اتجاهاً محايداً، فبتم ما يطلق عليه الانعكاس المهيأ (Primed Reflection) حيث يتم التعرض للرسالة بعد مرور الفرد بالتجربة، وفي هذه الحالة تسبب الرسالة الانعكاس قيم تكوين الاتجاه من خلال ما يقدم في وسائل الإعلام بجانب استعادة الفرد لتجربته الشخصية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أحمد السمان)<sup>(٦٠)</sup> التي توصل فيها إلى اتجاه المبحوثين المحايدين نحو الإجراءات الاقتصادية، حيث أدرك المبحوثون أن الإجراءات الاقتصادية ضرورية، ولكنهم في نفس الوقت رأوا أن الحكومة كان يجب عليها اتخاذ إجراءات كافية للتخفيف من آثار الإصلاحات الاقتصادية.

كما يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء مفهوم الظروف الاقتصادية المحتملة (Prospective Economic Conditions)، وهو النتائج المتوقعة للظروف الاقتصادية في المستقبل؛ وبذلك فإن المبحوثين لا يعتمدون فقط على الأوضاع الاقتصادية الحالية عند إصدار أحكامهم، ولكنهم يعتمدون أيضًا على توقعاتهم للنتائج والرؤية المستقبلية لتلك القرارات الاقتصادية بأن توتّي ثمارها على المدى الطويل لتحقيق التنمية الاقتصادية، فبالرغم من معاناة المواطنين من ارتفاع الأسعار وصعوبة الأوضاع المعيشية؛ إلا أن هناك من يرى ضرورة لتحمل تلك الأوضاع، ويرون أن هذه مرحلة انتقالية تتحسن بعدها الأوضاع الاقتصادية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Sia Bik)<sup>(٦١)</sup> التي قررت أن معدلات الرضا عن الحكومة في ماليزيا تتزايد مع إدراك المبحوثين للتحسن المحتمل في الظروف الاقتصادية.

وبذلك فإن توقعات الأداء المستقبلي تُعد أحد المعايير الهامة التي يستند إليها الأفراد عند تشكيل اتجاهاتهم، وهو ما خلصت إليه أيضًا (نشوى جمال)<sup>(٦٢)</sup> من أن بعض قرارات المصوتين تعتمد على توقعاتهم للأداء المستقبلي للشخصيات السياسية أو من خلال رؤيتهم المستقبلية لما يمكن أن تقوم به هذه الشخصيات في المستقبل.

وكذلك يمكن أن تُعزى هذه النتيجة إلى أن الأفراد يكوّنون اتجاهاتهم نحو الأداء الاقتصادي استنادًا على تقييمهم لمسارين مختلفين، وهما انعكاسات القرارات الاقتصادية عليهم كأفراد (Pocketbook economy)، ويتضمن ذلك مستوى دخل الفرد وأحواله المعيشية ومعدلات إنفاقه وقدرته على الادخار على المستوى الشخصي، كما يعتمد الأفراد في تقييماتهم على انعكاس تلك القرارات على الدولة وعلى المجتمع ككل (Sociotropic Economy) مثل النجاح في رفع معدلات النمو وخفض عجز الموازنة، وبذلك فإن تأثيرات التهيئة المعرفية تختلف من فرد لآخر، حيث إن الأفراد يمكن أن يتعرضوا لنفس المضمون الإعلامي ولكنهم يفسرون تلك المضامين بطرق مختلفة؛ مما يؤدي إلى تقييمات مختلفة لدى الجمهور نحو الأداء الاقتصادي للحكومة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Maria Grasso)<sup>(٦٣)</sup> التي أكدت أنه بالنسبة للقضايا الاقتصادية فإن تقييم الجمهور لنتائج القرارات الاقتصادية على مستوى الدولة يُعد من أهم معايير تقييم الأداء الحكومي. وتتفق نتيجة هذا الفرض مع دراسة (Amir Hetsrani)<sup>(٦٣)</sup> التي ترى وجود

علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاتجاه السلبي في تغطية الأخبار الاقتصادية في وسائل الإعلام ونظرة الجمهور المتشائمة للأوضاع الاقتصادية. وكذلك مع دراسة (Jil Fitzner) (٦٤) والتي توصلت إلى أن اتجاه التغطية الإخبارية للموضوعات المتعلقة بالاتحاد الأوروبي ترتبط إيجابياً باتجاه المبحوثين نحو الانضمام للاتحاد الأوروبي.

وكذلك مع دراسة (Bethany Conway) (٦٥) التي خلصت إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه التغطية الإخبارية لبرنامج الرعاية الصحية الذي أطلقه الرئيس الأمريكي السابق باراك أوباما واتجاهات المبحوثين نحو هذا البرنامج.

٢ - توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة وبين المتغيرات التالية:

#### أ - حجم التعرض للموضوعات الاقتصادية:

جدول رقم (١١)

العلاقة بين اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

وحجم التعرض للموضوعات الاقتصادية

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة
٠.٠٠٨	٠.١٣٢	حجم التعرض للموضوعات الاقتصادية

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي الحكومي وحجم التعرض للموضوعات الاقتصادية؛ حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.١٣٢ عند مستوى معنوية ٠.٠٠٨ والقيمة دالة إحصائياً.

وهو ما يدل على أن زيادة حجم تعرض المبحوثين للموضوعات الاقتصادية يعمل على تهيئتهم لإدراك تلك الموضوعات على أنها من الأهمية باعتبارها معايير أساسية يستخدمونها في تقييماتهم السياسية، فعندما تكون الموضوعات الاقتصادية هي محور تركيز برامج الرأي التلفزيونية فإن هذه الموضوعات تكون أكثر حضوراً في أذهان الجمهور عند تقييمهم العام للأداء الاقتصادي الحكومي. كما أن اهتمام برامج الرأي التلفزيونية بتغطية القضايا الاقتصادية يؤثر في الأهمية النسبية التي يوليها المبحوثون لتلك القضايا ويعطونها وزناً أكبر عند تقييمهم للأداء الاقتصادي للحكومة.

وبذلك فإن متغير حجم التعرض للموضوعات الاقتصادية من المتغيرات الهامة في تشكيل اتجاهات المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، فكلما زاد معدل التعرض للتغطية التلفزيونية المتعلقة بالقضايا الاقتصادية كلما زادت تأثيرات التهيئة المعرفية للمبحوثين.

وبذلك فإن زيادة حجم تعرض المبحوثين للموضوعات الاقتصادية يعمل على تهيئتهم لإدراك تلك الموضوعات على أنها من الأهمية باعتبارها معايير أساسية تُستخدم في تقييماتهم للأداء الاقتصادي الحكومي. وترتبط هذه النتيجة بأحد المفاهيم الهامة المتعلقة بنظرية التهيئة المعرفية، وهو مفهوم إمكانية الاسترجاع؛ حيث إن الجمهور يصدر قراراته ويشكل اتجاهاته بناءً على المعلومات والقضايا الأكثر بروزاً في وسائل الإعلام التي تمثل الاعتبارات الرئيسة التي يمكن استرجاعها واستخدامها في إصدار الأحكام المختلفة.

وبذلك فإن المعايير التي يستخدمها الجمهور في تقييم الحكومة تتحدد بشكل أساسي من خلال الموضوعات والقضايا التي تغطيها وسائل الإعلام، مما يجعل هذه الموضوعات الأكثر حضوراً في أذهان الجمهور عند إجراء عمليات التقييم المختلفة، فعن طريق تهيئة قضية ما فإن وسائل الإعلام تؤثر في المعايير التي يقيم بها الجمهور الأحداث المختلفة.

وهو ما أكدته دراسة (Christian Schemer)<sup>(٦٦)</sup> التي خلصت إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم تعرض المبحوثين للأخبار السلبية المتعلقة بالمهاجرين واتجاه المبحوثين السلبي نحوهم.

وفي نفس السياق أكدت (Florian Arendt)<sup>(٦٧)</sup> وجود علاقة بين السمات والصور النمطية المقدمة عن الأجانب في الصحف والصور الذهنية التي كونها المبحوثون نتيجة متابعة تلك الصحف.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Sei Kim)<sup>(٦٨)</sup> التي أثبتت أن التعرض للأخبار والبرامج التلفزيونية يهيئ مشاعر واتجاهات المشاهدين نحو القضية المسيطرة. كما أكد (Andre Blais)<sup>(٦٩)</sup> أن تأثيرات التهيئة المعرفية تتزايد مع تزايد تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام؛ حيث إن التعرض المكثف لقضية ما في وسائل الإعلام يدفع إلى نشاط أقوى لعناصر التفكير المرتبطة بهذه القضية مما يعزز تأثيرات التهيئة المعرفية.

## ب - الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية:

جدول رقم (١٢)

العلاقة بين اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة  
واهتمام المبحوثين بالموضوعات الاقتصادية

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة
٠.٠١٩	٠.١١٨	الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة واهتمام المبحوثين بالموضوعات الاقتصادية؛ حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.١١٨ عند مستوى معنوية ٠.٠١٩ والقيمة دالة إحصائياً.

وهو ما يعني أن تأثيرات التهيئة المعرفية تتزايد لدى المبحوثين الأكثر اهتماماً بالموضوعات الاقتصادية؛ وقد يكون ذلك لأنهم يحرصون على متابعة القضايا الاقتصادية وتكوين آراء بشأنها وكذلك مناقشتها مع الآخرين.

وهو ما يعني أن الأفراد الأكثر اهتماماً هم الأكثر تعرضاً للموضوعات الاقتصادية؛ مما يزيد من تأثيرات التهيئة المعرفية لديهم، كما أنهم بحكم هذا الاهتمام يفكرون كثيراً في القضايا الاقتصادية؛ مما يجعلهم أكثر فاعلية في فهم وتفسير الموضوعات الاقتصادية، وأكثر قدرة على ترميزها وتخزينها في الذاكرة، وبالتالي أكثر قدرة على استرجاعها واستخدامها عند إصدار تقييماتهم عن الأوضاع الاقتصادية وعن الأداء الاقتصادي للحكومة.

كما أن الأحوال الاقتصادية من الموضوعات الرئيسة التي يقوم الأفراد فيها بالنقاش مع الآخرين وتبادل الآراء حولها، وهو ما يدل على أن تأثيرات التهيئة المعرفية تتزايد في وجود الاتصال الشخصي والنقاش مع الآخرين حول الأوضاع الاقتصادية.

وهو ما أكده (Pablo Brinol)<sup>(٧٠)</sup> بأن استدعاء الرسائل في حالة اندماج الأفراد في عمليات معرفية مركزة واستخدام الطرق المركزية للتفكير تكون أعلى من استدعاء الرسائل عندما يستخدم الجمهور الطرق الهامشية للتفكير، وعندما يندمج الأفراد في التفكير البسيط في هذه الرسائل؛ وبالتالي فإن زيادة اندماج الأفراد في الرسائل الإعلامية يعزز تأثيرات التهيئة المعرفية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (محمد الألفي) <sup>(٧١)</sup> التي تؤكد وجود علاقة بين مستوى الاهتمام بقضية الاستفتاء على الدستور التي يتعرض لها الجمهور في البرامج الحوارية والتأثير في سلوكهم السياسي.

بينما تختلف مع دراسة (Han Soo) <sup>(٧٢)</sup> التي توصلت إلى أن تأثيرات التهيئة المعرفية تتزايد لدى الأفراد الأقل اهتمامًا بالموضوعات الاقتصادية والأقل نقاشًا مع الآخرين حولها. كما تختلف هذه النتيجة أيضًا مع دراسة (Claes Devreese) <sup>(٧٣)</sup> التي أظهرت أن التأثيرات الأقوى للتهيئة المعرفية لوسائل الإعلام تكون أكبر بين الأفراد الأقل اندماجًا في السياسة، حيث أشارت الدراسة إلى أن الأشخاص الأقل اندماجًا في السياسة هم الأكثر تأثرًا بالمضامين الإخبارية التلفزيونية.

ج - مصداقية الوسيلة الإعلامية:

### جدول رقم (١٣)

العلاقة بين اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

ومصداقية الوسيلة الإعلامية

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة
٠.٣٣٥	٠.٠٤٨	مصداقية الوسيلة الإعلامية

يتضح من الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة ومصداقية الوسيلة الإعلامية؛ حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٠٤٨ عند مستوى معنوية ٠.٣٣٥ والقيمة غير دالة إحصائيًا.

وهو ما يدل على عدم تأثير متغير مصداقية الوسيلة الإعلامية في التهيئة المعرفية للجمهور فيما يخص الأداء الاقتصادي الحكومي؛ وقد يرجع ذلك إلى أن الموضوعات الاقتصادية هي من القضايا الملموسة والمباشرة بالنسبة للجمهور، وأن لديهم خبرة مباشرة بها من خلال حياتهم اليومية، وبذلك يمكن أن تُعزى هذه النتيجة إلى فرضية القضايا المباشرة والملموسة بالنسبة للجمهور (Obstrusiveness Hypothesis) التي تفترض أن تأثيرات وسائل الإعلام تتخفف كلما زادت الخبرة المباشرة للجمهور بالقضايا التي تطرحها وسائل الإعلام <sup>(٧٤)</sup>. وهو ما يشير إلى أن تأثيرات التهيئة المعرفية تتخفف مع وجود خبرة مباشرة للجمهور بالقضايا المطروحة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نشوى جمال)<sup>(٧٥)</sup> التي توصلت فيها لعدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الثقة فيما تقدمه برامج الرأي في القنوات الفضائية المصرية واتجاه الجمهور المصري نحو أداء الأحزاب السياسية.

بينما تختلف مع دراسة (Raymond Pingree)<sup>(٧٦)</sup> التي توصل فيها إلى أن متغير الثقة في الوسيلة الإعلامية يؤثر في العلاقة بين ما تقدمه وسائل الإعلام من قضايا واتجاه المبحوثين نحو هذه القضايا، وأنه كلما زادت الثقة في الوسيلة الإعلامية زادت تأثيرات التهيئة المعرفية في الجمهور.

كما تختلف مع دراسة (Jane Singer)<sup>(٧٧)</sup> التي توصلت إلى أن تأثيرات التهيئة المعرفية تتزايد كلما ازدادت مستويات المصادقية في الوسيلة الإعلامية وارتفعت درجة الثقة فيما يتم تقييمه من موضوعات.

٣ - توجد فروق دالة إحصائية في اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة باختلاف خصائصهم الديموجرافية.

أ - النوع:

جدول رقم (١٤)

اختبار T-Test لقياس معنوية الفروق بين الذكور والإناث

في اتجاههم نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

النوع	الاتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
ذكر		١٩٣	١.٧٣	٠.٦٢٠	٠.٨٧٩	٠.٣٨٠
أنثى		١٠٧	١.٦٧	٠.٦٢١		

تشير نتائج الجدول إلى عدم وجود فروق دالة بين الذكور والإناث في اتجاههم نحو الأداء الاقتصادي للحكومة؛ حيث كانت قيمة (ت) ٠.٨٧٩ والقيمة غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠.٣٨٠.



ب - الفئة العمرية:

جدول رقم (١٥)

اختبار One Way ANOVA لقياس معنوية الفروق بين الفئات العمرية

في اتجاههم نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الاتجاه نحو الأداء الاقتصادي للحكومة الفئة العمرية
٠.٣٧٠	٠.٩٩٦	٠.٦٣٨	١.٦٦	١٨٧	من ١٨ إلى ٣٠ سنة
		٠.٥٨٠	١.٧١	١٥٢	من ٣١ إلى ٤٠ سنة
		٠.٦٣٥	١.٧٨	٦١	٤١ فأكثر

تشير نتائج الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية للمبحوثين واتجاههم نحو الأداء الاقتصادي للحكومة؛ حيث كانت قيمة (ف) ٠.٣٧٠ والقيمة غير دالة إحصائياً.

ج - المستوى التعليمي:

جدول رقم (١٦)

اختبار T-Test لقياس معنوية الفروق بين المستويات التعليمية

في اتجاههم نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الاتجاه نحو الأداء الاقتصادي للحكومة المستوى التعليمي
٠.٣٩٥	٠.٩٣٢	٠.٦٧٠	١.٨٥	٧٣	ثانوي
		٠.٦٢٦	١.٦٨	٢٧١	جامعي
		٠.٤١٧	١.٧٨	٥٦	دراسات عليا

يتضح من الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في اتجاههم نحو الأداء الاقتصادي للحكومة وفقاً لمستويات تعليمهم؛ فقد كانت قيمة ف ٠.٩٣٢ عند مستوى معنوية ٠.٣٩٥ والقيمة غير دالة إحصائياً.

د - المستوى الاقتصادي الاجتماعي:

جدول رقم (١٧)

اختبار T-Test لقياس معنوية الفروق بين المستويات الاقتصادية

الاجتماعية في اتجاههم نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الاتجاه نحو الأداء الاقتصادي للحكومة المستوى الاقتصادي الاجتماعي
٠.٦٦٨	٠.٤٠٤	٠.٦٠٥	١.٧٢	١٤٥	منخفض
		٠.٦٢٢	١.٧٠	٢١٥	متوسط
		٠.٦٢٧	١.٦٢	٤٠	مرتفع

يشير الجدول السابق إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في اتجاههم نحو الأداء الاقتصادي للحكومة وفقاً لمستوياتهم الاقتصادية الاجتماعية، حيث كانت قيمة ف ٠.٤٠٤ عند مستوى معنوية ٠.٦٦٨ والقيمة غير دالة إحصائياً.

وهو ما يعني عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفق متغيراتهم الديموجرافية واتجاههم نحو الأداء الاقتصادي للحكومة؛ وقد يكون ذلك لأن الموضوعات الاقتصادية مرتبطة بالحياة اليومية للجمهور، وهي من القضايا التي تمسه بشكل مباشر؛ حيث يتخذ الجمهور العديد من القرارات الاقتصادية يومياً.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (آية علي) (٧٨) التي خلصت إلى عدم وجود علاقة للمتغيرات الديموجرافية بحدوث التهيئة المعرفية لدى المبحوثين، وهو ما فسرتة الباحثة بأن اهتمامات المبحوثين هي التي تتحكم في مدى تقييماتهم بغض النظر عن العوامل الديموجرافية.

كما تتفق مع دراسة (فاطمة المغازي) (٧٩) التي توصلت إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية للجمهور والاتجاه نحو الأداء العام لنظام مبارك.

ومع دراسة (لمياء سمير) (٨٠) في عدم وجود تأثير للمتغيرات الديموجرافية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو محور قناة السويس.

كما اختلفت مع دراسة (محمود حجاج)<sup>(٨١)</sup> بوجود تأثيرات للخصائص الديموجرافية للمبحوثين حسب النوع والدخل والفئة العمرية في قوة الارتباط بين التعرض للأطر الخاصة بأداء الحكومة وشعور المبحوثين بالاغتراب السياسي.

٤ - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة باختلاف إدراكهم لمستويات المسؤولية عن الأوضاع الاقتصادية.

جدول رقم (١٨)

العلاقة بين اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة وإدراكهم لمستويات المسؤولية عن الأوضاع الاقتصادية

مستوى المعنوية	معامل التوافق	قيمة كاي ٢	سلبى		محايد		إيجابى		اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي إدراكهم لمستويات المسؤولية
			%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٤٠	٠.١٥٦	٩.٩٩	٦٤.١	٩٨	٢٤.٩	٥٣	١١.٨	٤	الحكومة مسئولة مسئولية كاملة عن الأوضاع الاقتصادية
			٧.٢	١١	١٨.٣	٣٩	٣٣.٤	١١	لا أستطيع أن أحدد من المسئول عن الأوضاع الاقتصادية.
			٢٨.٨	٤٤	٥٦.٨	١٢١	٥٥.٩	١٩	الأوضاع الاقتصادية الحالية هي مسئولية الحكومة بجانب العديد من الجهات الأخرى
			١٠٠	١٥٣	١٠٠	٢١٣	١٠٠	٣٤	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن اتجاهات المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة تختلف باختلاف إدراكهم لمستويات المسؤولية عن الأوضاع الاقتصادية؛ حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> ٩.٩٩ ومعامل التوافق ٠.١٥٦ عند مستوى معنوية ٠.٠٤٠ والقيمة دالة إحصائياً.

فجد أن اتجاه المبحوثين السلبي يدرك أن الحكومة مسؤولة مسؤولية كاملة عن الأوضاع الاقتصادية بنسبة ٦٤.١%، أما اتجاه المبحوثين الإيجابي والمحايد فقد رأوا أن الأوضاع الاقتصادية الحالية هي مسؤولية الحكومة بجانب العديد من الجهات الأخرى بنسبة ٥٥.٩% لأصحاب الاتجاه الإيجابي ٥٦.٨% للاتجاه المحايد.

وهو ما يوضح أن تأثيرات التهيئة المعرفية للتقييمات الاقتصادية تعتمد على حسب نسبة المبحوثين لمسؤولية الأوضاع الاقتصادية للفاعلين في الحكومة وحدها أو لعوامل خارجية ليس للحكومة دخل بها. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء فرضية المسؤولية (The responsibility hypothesis). ووفقاً لهذه النظرية فإن تأثير التهيئة المعرفية يتحدد وفقاً لمستويات المسؤولية، حيث يكون ضعيفاً في الحالة التي يتم فيها نسبة المسؤولية عن الأحداث إلى عوامل وقوى أخرى غير الحكومة، ويكون تأثير التهيئة المعرفية متوسطاً في الحالة التي لا يتم فيها الإشارة إلى الجهة المسؤولة عن الأحداث، بينما يكون التأثير قوياً في الحالة التي يتم فيها نسبة المسؤولية كاملة إلى الحكومة<sup>(٨٢)</sup>.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (آية علي)<sup>(٨٣)</sup> التي خلصت إلى اختلاف تأثيرات التهيئة المعرفية بالنسبة للمبحوثين نحو قضية تعويم الجنيه باختلاف إدراكهم لمسؤولية الحكومة؛ حيث نسب معظم المبحوثين الأزمة للحكومة، في حين اتجه بعض المبحوثين لنسبة الأزمة إلى الحكومة بالإضافة لعوامل أخرى، منها أن الأزمة مرتبطة بفساد أنظمة سابقة، وأن التجار استغلوا الأزمة لصالحهم فقاموا بزيادة أسعار المنتجات للضعف، كما أشاروا إلى أننا كشعب مشتركين في هذه الأزمة.

كما يمكن تفسير هذه النتيجة وفقاً لآلية إمكانية التطبيق (Applicability Mechanism) وأن حدوث تأثيرات التهيئة المعرفية المتعلقة بالقضايا الاقتصادية يعتمد على مدى نسبة المبحوثين لمستويات المسؤولية عن الأوضاع الاقتصادية الحالية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Thomas Hansford)<sup>(٨٤)</sup> التي توصلت إلى أن تأثيرات التهيئة المعرفية ترتبط بمستويات نسبة الجمهور للمسؤولين عن الأوضاع الاقتصادية في السويد؛ حيث انخفضت تأثيرات التهيئة المعرفية بالنسبة للمبحوثين الذين رأوا أن التقلبات الاقتصادية في

السويد هي نتيجة للأزمة المالية العالمية، بينما تزايدت تأثيرات التهيئة المعرفية لدى الباحثين الذين نسبوا مسؤولية الأوضاع الاقتصادية للحكومة وحدها. كما تتفق مع دراسة (Travis Johnson)<sup>(٨٥)</sup>، عندما نسبت وسائل الإعلام أزمة تسرب البترول وآثارها السلبية لإدارة الرئيس الأمريكي باراك أوباما انخفضت نسبة الثقة في إدارة أوباما.

٥ - توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه الباحثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة واتجاههم نحو الأداء الحكومي بشكل عام.

#### جدول رقم (١٩)

العلاقة بين اتجاه الباحثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة واتجاههم نحو الأداء الحكومي بشكل عام

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اتجاه الباحثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة
٠.٠١٤	٠.٤٢١	اتجاه الباحثين نحو الأداء الحكومي بشكل عام

تشير نتائج الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه الباحثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة واتجاههم نحو الأداء الحكومي بشكل عام؛ حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٤٢١ والقيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١٤.

وهو ما يتفق مع فروض نظرية التهيئة المعرفية؛ حيث كانت الموضوعات والقضايا الاقتصادية التي طرحتها وسائل الإعلام هي أحد المعايير الرئيسة التي استند إليها الجمهور عند إصدار أحكامه على الأداء الحكومي بشكل عام، وليس على الأداء الاقتصادي الحكومي فقط، فكان اتجاه الجمهور محايداً في تقييمه للأداء الاقتصادي والأداء الحكومي عمومًا، ولاسيما أن القضايا الاقتصادية من أكثر القضايا التي تشغل أذهان الجمهور؛ لما لها من تأثير كبير في حياتهم، ولما لها من دلالات مستقبلية تؤثر في مستقبل الدولة بشكل عام؛ وهذا يعني أن اتجاه الباحثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة وهي القضية المسيطرة أصبحت بمثابة معياراً لتقييم الأداء الحكومي ككل. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أحد المفاهيم المرتبطة بنظرية التهيئة المعرفية، وهو مفهوم الملاءمة (Relevance)، وهو ما يعني الملاءمة بين الموضوعات التي يتم التعرض لها والقضية موضع التقييم، وبالتالي يكون هناك ارتباط بين تقييم هذا الحدث والتقييم

العام للأداء الحكومي. وبذلك فإن الموضوعات التي تتناول كيفية تعامل الحكومة مع الأوضاع الاقتصادية وتقييم المبحوثين للأداء الاقتصادي للحكومة ترتبط بتقييمهم للأداء الحكومي عموماً.

وهو ما يتفق مع دراسة (Liu Yang) <sup>(٨٦)</sup> التي تشير إلى أن التهيئة المعرفية للمبحوثين تتأثر بمدى ملاءمة الأبنية المعرفية التي تثيرها الرسالة لموضوع التقييم، وبالتالي فالبناء المعرفي غير الملائم لا يحتمل أن يتم الاعتماد عليه في عمليات التقييم.

وترتبط هذه النتيجة بفرضية التصويت الاقتصادي الكلي (Sociotropic economic voting hypothesis) حيث يُعد الوضع الاقتصادي القومي أحد أهم المعايير لتقييم أداء الحكومة؛ وهو ما يجعل الناخبين يتجهون للتصويت لأحزاب معينة ولمرشحين بعينهم بناءً على برامجهم وخططهم فيما يتعلق بالجوانب الاقتصادية<sup>(٨٧)</sup>. وبذلك يُعد تقييم المبحوثين للأداء الاقتصادي الحكومي مؤشراً وثيق الصلة بتقييمهم للأداء الحكومي ككل.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Antonis Kalogero)<sup>(٨٨)</sup> التي تشير إلى أن تركيز وسائل الإعلام على تغطية الموضوعات الاقتصادية يجعل من هذه الموضوعات أطراً رئيسة يبني عليها الجمهور تقييماته نحو الحكومة بشكل عام.

وكذلك فقد أكدت دراسة (Paolo Belluci)<sup>(٨٩)</sup> أن تقييم المبحوثين السلبي للأداء الاقتصادي لحكومة رئيس الوزراء الإيطالي الأسبق سيلفيو برليسكوني أدت إلى تقييم سلبي للأداء الحكومي، وأدت إلى تراجع معدلات الثقة في الحكومة الإيطالية.

## خلاصة الدراسة:

تقوم برامج الرأي التلفزيونية بدور هام في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو أداء الجهات المختلفة والفاعلين بها، ويتعاطم هذا الدور في أوقات التحولات الاقتصادية، فالإعلام والاقتصاد في حالة شراكة مستمرة، ولاسيما عند تفعيل إجراءات اقتصادية جديدة، حيث تقوم وسائل الإعلام بتفسير تلك الإجراءات وتوضيح ما ستسفر عنه من تأثيرات في اقتصاد الدولة وفي حياة الأفراد ومستقبلهم، كما تقوم وسائل الإعلام بإلقاء الضوء على الفرص الاستثمارية وتعمل أيضاً على نقل ردود فعل المواطنين إزاء تلك القرارات للجهات المختصة؛ مما يعمل على تدعيم خطط التنمية الاقتصادية.

ومن هنا فقد برزت أهمية دراسة دور المحتوى الاقتصادي في برامج الرأي التلفزيونية في إمداد الجمهور بالتفاصيل المعلوماتية اللازمة والتحليلات الاقتصادية التي تؤثر في المعايير التي يقيم بها الجمهور أداء الحكومة من الناحية الاقتصادية؛ والتي تؤثر بدورها في تقييماتهم للأداء الحكومي بشكل عام، وذلك من خلال اختبار فروض نظرية التهيئة المعرفية.

واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، حيث تم تحليل مضمون لعينة من الموضوعات الاقتصادية المقدمة في برنامجي (هنا العاصمة) و(مصر النهاردة) لمدة شهرين، كما تم إجراء الدراسة الميدانية عن طريق استبيان بالمقابلة مع عينة من الجمهور المصري الذي يتابع الموضوعات الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية قوامها ٤٠٠ مبحوث.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم القضايا الاقتصادية التي تناولتها تلك البرامج كانت برامج الحماية الاجتماعية، وما تضمنته من إطلاق «شهادات أمان» لتأمين العمالة الموسمية وغير المنتظمة، وآليات وصول الدعم لمستحقيه، والإجراءات التي تم اتخاذها لتخفيف الأعباء الاقتصادية عن المواطنين الأكثر احتياجاً. وجاء في الترتيب الثاني ملف تحفيز الاستثمار، وفرص الاستثمار في المدن الجديدة، ودور رجال الأعمال في دعم الاستثمار. وقد يكون هذا نتيجة لما شهدته هذه المدة من تطبيق العديد من برامج الحماية الاجتماعية مثل برنامج «تكافل وكرامة» والإقبال على شراء شهادات أمان، وزيادة مخصصات برامج الحماية الاجتماعية في الموازنة الجديدة.

وكذلك شهدت مدة الدراسة افتتاح مدن جديدة، وإلقاء الضوء على الفرص الاستثمارية المتعلقة بافتتاح تلك المدن، وطرح الحكومة مجموعة من شركاتها في البورصة للمستثمرين، وكذلك الإعلان عن مزايدات عالمية للتقريب عن البترول لجذب الاستثمارات الأجنبية.

وأوضحت النتائج أيضًا؛ اهتمام برامج الرأي التلفزيونية محل الدراسة بتغطية القضايا الاقتصادية وتحليل أبعادها المختلفة وتقديم تفسيرات بشأنها، مما يلقي الضوء على أهمية الإعلام الاقتصادي في طرح القضايا الاقتصادية وتقديم معلومات بشأنها للجمهور من أجل توعيتهم اقتصادياً وتمكينهم من تشكيل اتجاهاتهم نحو تلك القضايا.

وعكست النتائج تصدر الاتجاه الإيجابي تغطية برامج الرأي التلفزيونية محل الدراسة للقضايا الاقتصادية، وقد عزت الباحثة هذه النتيجة لاتجاه هذه البرامج لاحتواء تداعيات الإجراءات الاقتصادية المتخذة وإبراز الجوانب الإيجابية.

وكذلك فقد اتضح أن الدوافع النفعية كانت هي المحرك الرئيس لمتابعة الباحثين للموضوعات الاقتصادية؛ حيث كانت أهم أسباب متابعة الباحثين للموضوعات الاقتصادية المصرية وتكوين رأي خاص عن الأوضاع الاقتصادية في مصر؛ وقد يكون ذلك لما للأمر الاقتصادي من أهمية لدى الباحثين لانعكاساتها على حياتهم اليومية وأوضاعهم المعيشية، فالقضايا الاقتصادية من القضايا المحورية التي تشغل أذهان الجمهور.

وأشارت النتائج إلى تصدر الاتجاه المحايد قائمة اتجاهات الباحثين نحو الأداء الاقتصادي الحكومي، حيث تفاوتت آراء الباحثين وتقييماتهم للأداء الاقتصادي ما بين تأييدهم لبعض هذه الإجراءات الاقتصادية وما يترتب عليها من نتائج إيجابية تنعكس على الاقتصاد القومي، وما بين ما أسفرت عنه تلك الإجراءات من تداعيات سلبية على حياتهم اليومية.

كما اتضح أيضًا اتجاه الباحثين المحايد نحو الأداء الحكومي بشكل عام، وهو ما يدل على رضا الباحثين عن بعض الجوانب في الأداء الحكومي وعدم رضاهم عن جوانب أخرى؛ حيث شهدت مدة الدراسة بعض الإنجازات الحكومية، مثل: علاقة مصر الخارجية مع الدول الأخرى، وافتتاح العديد من المشروعات القومية والمدن الجديدة، ولكن واكبت هذه المدة أيضًا معاناة المواطنين من غلاء الأسعار، وشعورهم بتدهور أحوالهم المعيشية، ورؤيتهم أن الحكومة لم تتخذ الإجراءات الكافية لضبط السوق وردع جشع التجار، وأن الزيادة في الأسعار لم يواكبها زيادة في المرتبات. وأكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه تغطية القضايا الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية واتجاه الباحثين نحو الأداء الاقتصادي الحكومي.

(Prospective) وفسرت الباحثة هذه النتيجة في ضوء مفهوم الظروف الاقتصادية المحتملة وهو النتائج المتوقعة للظروف الاقتصادية في المستقبل، وبذلك فإن (economic conditions) الباحثين لا يقيمون الأوضاع الاقتصادية الحالية فقط عند إصدار أحكامهم ولكنهم يعتمدون أيضًا على توقعاتهم لنتائج تلك القرارات في المستقبل. كما فسرت الباحثة هذه النتيجة بأن الأفراد



يقيمون الأداء الاقتصادي للحكومة وفق مسارين مختلفين؛ وهما انعكاسات تلك القرارات عليهم كأفراد، وعلى مستوى دخلهم ومعدلات إنفاقهم، وعلى انعكاسات تلك القرارات على الدولة ككل، مثل: ارتفاع معدلات النمو، وخفض عجز الموازنة، ورفع العديد من المؤسسات الدولية درجة التصنيف الائتماني لمصر.

و تتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه مع (Jakob Eberl)<sup>(٩٠)</sup> بوجود علاقة بين اتجاه التغطية الإخبارية للأحزاب السياسية والمرشحين السياسيين، واتجاه الناخبين للتصويت لتلك الأحزاب والمرشحين في الانتخابات البرلمانية الألمانية. وتوصلت الدراسة إلى أن الناخبين اعتمدوا في اتجاههم نحو التصويت للأحزاب المختلفة طبقاً لتقييمات وسائل الإعلام لتلك الأحزاب؛ حيث إن التغطية الإيجابية لأحزاب بعينها والتركيز على قدرة تلك الأحزاب على وضع حلول للمشكلات المجتمعية أسهم بشكل إيجابي في تصويت الناخبين لتلك الأحزاب.

كما اتفقت مع دراسة (James Caillier)<sup>(٩١)</sup> بوجود علاقة بين اتجاه التغطية الإخبارية وحدث التهيئة المعرفية لدى الجمهور على وجود علاقة بين التعرض للأخبار السلبية عن المؤسسات السياسية الأمريكية والتي تركز على قضايا الفساد وبين تقييم المبحوثين السلبي لأداء المؤسسات السياسية الأمريكية والفاعلة بها، بما يؤكد على أن الاتجاه السائد في التغطية الإعلامية يؤثر في تشكيل واتجاهات الجمهور.

بينما اختلفت هذه النتائج مع دراسة (Chen Yang)<sup>(٩٢)</sup> والتي توصلت

إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين من الجمهور الأمريكي للأخبار الإيجابية المقدمة عن الصين في المواقع الإخبارية الأمريكية وإيجابية الصورة المتكونة عن الصين أو الصينيين.

وخلصت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين حجم تعرض المبحوثين للموضوعات الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية واتجاههم نحو الأداء الاقتصادي للحكومة. وعزت الباحثة هذه النتيجة إلى أن الجمهور يصدر أحكامه بناءً على المعلومات المقدمة في وسائل الإعلام؛ والتي تمثل الاعتبارات الرئيسة التي يمكن استرجاعها واستخدامها عند تقييمهم للأداء الاقتصادي الحكومي.

و تماشت هذه النتيجة مع ما توصل إليه (Maxwell Mcombs)<sup>(٩٣)</sup> بأن كثافة التعرض للتغطية الإعلامية لقضية معينة يؤدي إلى نشاط أقوى لعناصر التفكير المرتبطة بهذه القضية مما يعزز تأثيرات التهيئة المعرفية.

كما اتفقت كذلك مع ( Jil Fitzner )<sup>(٩٤)</sup> والتي أكدت وجود علاقة بين حجم تعرض الجمهور لأخبار الاتحاد الأوربي ومدى تبني المبحوثين لتقييمات وسائل الإعلام لدور الاتحاد الأوربي وسياساته المختلفة وموافقة المبحوثين على انضمام دولهم للاتحاد الأوربي. كما أكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاهتمام الاقتصادي للمبحوثين واتجاههم نحو الأداء الاقتصادي للحكومة؛ وبالتالي فإن تأثيرات التهيئة المعرفية تتزايد للمستويات الأعلى من الاهتمام الاقتصادي. وقد يكون ذلك لأن الأشخاص من ذوي الاهتمامات الاقتصادية الأعلى يفكرون كثيرًا في الموضوعات والقضايا الاقتصادية مما يجعلهم أكثر فاعلية في فهم وتفسير تلك الموضوعات وأكثر قدرة على استرجاعها واستخدامها عند تقييم الأداء الاقتصادي للحكومة.

واختلفت هذه النتيجة مع ما توصل إليه (Claes Devreese)<sup>(٩٥)</sup> حيث خلصت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام السياسي للمبحوثين وحدوث التهيئة المعرفية، فقد أكدت الدراسة أن التأثيرات الأقوى للتهيئة المعرفية لوسائل الإعلام تكون أكبر بين الأفراد الأقل اندماجًا في السياسة.

كما اختلفت أيضا مع دراسة (Han Soo)<sup>(٩٦)</sup> والتي توصلت إلى أن تأثيرات التهيئة المعرفية تتزايد لدى الأفراد الأقل اهتمامًا بالموضوعات الاقتصادية والأقل نقاشًا مع الآخرين حولها.

وانتهت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مصداقية الوسيلة الإعلامية واتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، وهو ما فسرتة الباحثة في ضوء أن الموضوعات الاقتصادية هي من القضايا الملموسة والمباشرة بالنسبة للجمهور، وأن لديهم خبرة مباشرة بها من خلال حياتهم اليومية، مما يقلل من تأثيرات التهيئة المعرفية في الجمهور.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (Travis Johnston)<sup>(٩٧)</sup> والتي انتهت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين ثقة الجمهور في وسائل الإعلام وتقييمه لأداء الحكومة في معالجة أزمة تسرب النفط، حيث نسبت وسائل الإعلام المسؤولية للحكومة فيما يتعلق بأزمة تسرب النفط.

كما اختلفت مع دراسة (David Wise)<sup>(٩٨)</sup> بوجود علاقة ارتباطية بين مصداقية الوسيلة الإعلامية وتزايد تأثيرات التهيئة المعرفية لدى المبحوثين، وأن تأثيرات التهيئة المعرفية تتزايد كلما ازدادت مستويات المصداقية في الوسيلة الإعلامية وارتفعت درجة الثقة فيما يتم تقييمه من موضوعات.

وأشارت النتائج إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية في اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة باختلاف خصائصهم الديموجرافية. وأكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة باختلاف إدراكهم لمستويات المسؤولية عن الأوضاع الاقتصادية، وفسرت الباحثة هذه النتيجة في ضوء فرضية المسؤولية (The responsibility hypothesis)، حيث تتحدد تأثيرات التهيئة المعرفية وفقاً لمستويات نسب المسؤولية؛ فتكون التأثيرات قوية عندما يتم نسبة مسؤولية الأوضاع الاقتصادية بالكامل للحكومة، ومتوسطة في الحالة التي يتم فيها نسبة المسؤولية إلى عوامل وقوى أخرى غير الحكومة.

وخلصت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين نحو الأداء الاقتصادي للحكومة واتجاههم نحو الأداء الحكومي بشكل عام. وهو ما يتفق مع الفرض الرئيس لنظرية التهيئة المعرفية؛ حيث كانت الموضوعات الاقتصادية التي طرحتها برامج الرأي التلفزيونية هي أحد المعايير الأساسية التي استند إليها الجمهور عند تقييمه للأداء الحكومي عموماً. وترتبط هذه النتيجة بأحد مفاهيم نظرية التهيئة المعرفية، وهو مفهوم الملاءمة؛ وهو ما يعني الملاءمة بين الموضوعات التي يتم التعرض لها والقضية موضع التقييم، وبذلك فإن تقييم المبحوثين للأداء الاقتصادي يرتبط بتقييمهم للأداء الحكومي عموماً.

بأن اتجاه المبحوثين نحو القضية (Austin Hart) و اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (٩٩) المسيطرة في وسائل الإعلام أصبحت بمثابة معياراً لتقييم أداء الرئيس الأمريكي دونالد ترامب. كما اتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه (Janet Taksen)<sup>(١٠٠)</sup> بأن تقييمات المرشحين التي تم تقديمها في وسائل الإعلام ، كانت هي المعايير الرئيسية التي اعتمد عليها الناخبون. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أحد المفاهيم المرتبطة بنظرية التهيئة المعرفية، وهو مفهوم الملاءمة (Relevance)، وهو ما يعني الملاءمة بين الموضوعات التي يتم التعرض لها والقضية موضع التقييم.

## مقترحات الدراسة:

- ١- تبني وسائل الإعلام لخطاب إعلامي اقتصادي يشكّل حلقة وصل بين الجمهور من جهة، والحكومة من جهة أخرى؛ بحيث يشرح مبررات الإجراءات الاقتصادية الحكومية، وفي نفس الوقت يعكس تداعيات تلك الإجراءات على المواطنين.
- ٢- طرح الموضوعات والمصطلحات الاقتصادية المتخصصة بشكل مبسط وواضح، وتوضيح دلالات الأرقام والإحصائيات المستخدمة عند تناول الموضوعات الاقتصادية حتى يكون في مقدرة شرائح المجتمع المختلفة فهم أبعاد تلك الموضوعات.
- ٣- تأهيل كوادر إعلامية متخصصة في الإعلام الاقتصادي ولديهم خبرة ومعرفة بالشئون الاقتصادية.
- ٤- التزام برامج الرأي التلفزيونية بالحيادية وتحري الدقة فيما يقدمونه من موضوعات وعرض وجهات النظر المختلفة.

## اقتراح بحوث مستقبلية:

- ١- اختبار تأثير الظروف السياسية والعوامل الثقافية والاجتماعية المحيطة بعملية التهيئة المعرفية في إحداث تأثيرات في الجمهور.
- ٢- تطبيق نظرية التهيئة المعرفية على وسائل أخرى؛ مثل مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى مضامين مختلفة؛ مثل الدراما، والسخرية السياسية.
- ٣- اختبار دور متغيرات مختلفة في معدل حدوث التهيئة المعرفية؛ مثل مستوى الذكاء، وتقدير الذات.
- ٤- إجراء مزيد من الدراسات في مجال الإعلام الاقتصادي ومدى اعتماد الجمهور على الإعلام الاقتصادي في الحصول على معلوماته وتشكيل اتجاهاته.

- 1- Oren Shapira, "A systematic exploration of manipulations, moderators and mechanisms of priming effects", **Psychological Science** (Vol. 28, No.8, 2017) pp.1148-1159.
- 2- Cosmas Uchenna, "**Media role in African Changing electoral process**" (USA: Library of Congress, 2013) p.16.
- 3- RuthieKelly, "Fictional political dramas, priming and gender cues for the presidency", **paper presented at the annual meeting of the American political Science association** (Philadelphia, 1 September 2016).
- 4- Denis Wu, "The affective effect on political judgment", **Journalism and Mass Communication Quarterly** (Vol. 91, No.3, 2014) pp.530-543.
- 5- Sung Wook, "partisan selective exposure and presidential evaluation", **paper presented to annual meeting of the international communication association** (Phoenix, 23 May, 2012).
- 6- Yu Jusheng, "A cognitive process model of agenda setting", **paper presented at the annual meeting of the international communication association** (Washington 21 May 2015).
- 7- Justin Holms, "priming and presidential approval asymmetric effect of positive and negative information", **paper presented at the meeting of the annual scientific meeting** (USA: Chicago, 6 July 2012).
- 8- Michael McCluskey, "**news framing of school shootings**" (New York: Lexington books, 2017) p.68.
- 9- Richard Perloff, "**The dynamics of political Communication**", (New York: Routledge, 2017) p.68.

- 10- Andrea Schuck, "party contestation and Europe on the news agenda", **Electoral Studies** (Vol. 30, Issue. 1, 2011) pp.41-52.
- 11- Dymtro Poznyak, "priming issue agendas and longitudinal dynamic of political trust", **Ph.D dissertation** (Ohio: University of Cincinnati- Department of Political Science, 2012).
- 12- Jane Singer, "Race to starting line: voter assessment of media coverage before Iowa Caucus", **Paper presented to International Communication Association** (London: June 2013).
- 13- Hezron Mogambi, "Media priming of road accidents in Kenya", **SAGE Open** (Vol. 5, 2015) pp.1-13.
- 14- Francesca Dillman, "Agenda setting and priming effects based on information presentation", **Journal of Mass Communication and Society** (Vol. 17, Issue, 4, 2014) pp.531-552.
- 15- Jorge Pena, "Increasing Cognitive readiness through computer and video-game based training", **Communication Research** (Vol. 43, No.4, 2016) pp.571-592.
- 16- Christopher Weber, "How political candidates prime religious considerations in campaign ads", **The Journal of politics** (Vol. 74, No. 2, 2012) pp.400-413.
- 17- Yang Liu, "Differentiating the psychological mechanism of framing and priming", **paper presented to the international Communication Association** (Washington: 21 May, 2014).
- 18- Friz Strack, "Anchoring: accessibility as a cause of judgmental assimilation", **Current Opinion in Psychology** (Vol. 12, 2016) pp.67-70.

- 19- Florian Arendt, "Toward a dose response account of media priming", **Communication Research** (Vol. 42, No. 8, 2015) pp.1089-1115.
- 20- Florian Arendt, "Dose dependent media priming effects of stereotypic newspapers articles on implicit and explicit stereotypes", **Journal of communication** (Vol. 63, Issue. 5, 2013) pp.830-851.
- 21- Daniel Wijans, "**The representation of Muslims in media**" Germany: Study lab, 2016) p.45.
- 22- Austin Hart, "priming under fire" Reverse causality and the classic media priming hypothesis", **The Journal of politics** (Vol. 76, No. 2, 2014) pp.581-592.
- 23- Chingching Chang, " The influence of ambivalence toward a communication source : Media context priming and persuasion polarization ", **Communication Research** (Vol.41, No.6, 2014 ) pp.783- 808
- 24- Mary Beth, "**Media and Social life**" (New York: Routledge, 2014) p.65.
- ٢٥- انتصار سالم، "تأثير التعرض للصحافة المطبوعة والإعلام الإلكتروني على تقييم الشباب الجامعي للأداء السياسي"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام (العدد الرابع والأربعون، يوليو - سبتمبر ٢٠١٣)، ص ص ٣٨١-٤٣٨.
- 26- Sabin Geers , " priming issues , party visibility and party evaluations : the impact on vote switching" , **Political Communication** ( Vol.34, Issue.3, 2017) pp. 344- 366
- 27- Florian Arendt, "Impulsive Facial threat perceptions after exposure to stereotypic crime news", **Communication Research** (Vol. 44, No. 6, 2017). Pp. 793-816.

- 28– Jacob Smith, “Political priming and agenda setting in Twitter for the 2016 presidential elections”, **ph. D. Thesis** (Texas: Sam Houston State University department of Mass Communication, 2016).
- 29– David Weaver, “**Communication and Democracy**”, (New York: Rutledge, 2013) p.218.
- 30– Lauren Guggenheim, “Primary personal perceptions: News Media and the Silence of Personal and National issue perceptions in political evaluations, **Ph. D. Thesis** (Michigan: University of Michigan, 2012).
- 31– Timothy Fung , " In the beholder : how news media exposure and audience schema affect the image of the United States among the Chinese " , **International Journal of Public Opinion Research** ( Vol. 30 , Issue.3 , 2018 ) pp. 443– 472
- 32– Victor Ottati, “Accessibility, Priming and Political judgment” **Current Opinion in psychology** (Vol. 12, 2016) pp.1–15.
- 33– Erik Bucy, “Credibility and Key events: A priming Model of News Evaluation”, **Paper presented to the annual meeting of the international communication association** (Washington: 21 May 2014).
- 34– James Caillier, “The priming effects of Corruption and bureaucracy bashing on citizens’ perceptions of an agency’s performance”, **Public performance and management Review** (Vol. 41, Issue. 2, 2018) pp.201–223.
- 35– Linda Bos, “Media cues and citizen support for right wing populist parties”, **International Journal of public opinion research** (Vol. 28, Issue. 3, 2016) pp.307–330.



- 36- Claes De Vreese, "the effects of issues and favorability in the news on electoral volatility", **paper presented to the annual meeting of the international communication association** (Puerto Rico, 21 May 2015).
- 37- Christian Schemer, "Media effects on racial attitudes", **Paper presented at the annual meeting of the international communication association** (London: 17 June, 2013).
- 38- Chen Yan, "Partisan News Media and China's Country Image", **Paper presented at the annual meeting of AEJMC** (Chicago: 9 August, 2017).
- 39- Oliver Quiring, "Between usefulness and legitimacy", **The International Journal of Press** (Vol. 17, No.3, 2012) pp.294-315.
- 40- Han Lee, "News Consumption and Economic Voting", **The Korean Journal of International Studies** (Vol. 15, No. 1, 2017) pp.103-129.
- 41- Jil Fitzner, "Conditions of Europeanized voting behavior", **Paper presented at the annual meeting of the international Communication association** (London: 17 June, 2013).
- 42- Sei Hill, "Attribute agenda setting, priming and the media's influence on how to think about controversial issues", **The International Communication Gazette** (Vol. 74, No. 1, 2012) pp.43-59.
- 43- Adam Shehata, "priming effect during the financial crisis", **European political Science** (Vol. 6, Issue. 4, 2014) pp.597-620.

٤٤ - آية علي، "التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور، رسالة ماجستير غير منشورة " (القاهرة: جامعة القاهرة - كلية الإعلام، ٢٠١٧).

45- Lindta Camaj, "Media use and political trust in emerging democracy", **International Journal of Communication** (Vol.8, Issue-1, 2014) pp.187-209.

٤٦- رباب عبد المنعم، "دور الإنترنت في التهيئة المعرفية للشباب أثناء الحملات الانتخابية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط (العدد الثالث، ٢٠١٤)، ص ص ٣١٨-٣٢٨.

٤٧- محمد الألفي، "دور البرامج الإخبارية في القنوات الفضائية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو تدعيم المشاركة السياسية في مصر، رسالة ماجستير غير مشورة"، (القاهرة: جامعة القاهرة - كلية الإعلام، ٢٠١٧).

48- Erik Albaek, "News priming and changing economy", **International Journal of Public Opinion Research** (Vol. 29, Issue. 2, 2017) pp.269-290.

49- Claes Devreese, "primed by the Euro: The impact of a referendum Campaign on public opinion and evaluations of government and political leaders", **Scandinavian Political Studies** (Vol. 27, No. 1, 2014) pp.45-64.

50- Travis Johnston, "presidential confidence in crisis: Blame, media and Bpoil spill", **Presidential Studies Quarterly** (Vol. 45, Issue. 3, 2015) pp.467-489.

٥١- نشوى جمال، "دور برامج الرأي في القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو أداء الأحزاب السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة" (القاهرة : جامعة القاهرة - كلية الإعلام، ٢٠١٦).

(\* ) تم عرض استمارة تحليل المضمون على المحكمين التالية أسماؤهم وفقاً للحروف الأبجدية:

١- أ.د./ أمانى الحسيني أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

٢- أ.د./ دينا يحيي أستاذ بقسم علوم الاتصال والإعلام - كلية الآداب - جامعة عين شمس.

٣- أ.د. / سلوى سليمان أستاذ مساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام - كلية الآداب - جامعة عين شمس.

٤- أ.د. / نيرمين خضر أستاذ بقسم العلاقات العامة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

٥- أ.د. / هويدا مصطفى أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

52- Andres Blais, "partisanship, information and perceptions of government corruption", **International Journal of Public Opinion Research** (Vol. 29, No. 1, 2017).

٥٣- شيماء ذو الفقار، "الاتصال السياسي: قضايا وتطبيقات" (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط ١، ٢٠١٥) ص ٣٥٨.

٥٤- هند نبيل، "دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات الجمهور نحو الموضوعات والقضايا الاقتصادية، رسالة ماجستير غير منشورة" (القاهرة: جامعة القاهرة - كلية الإعلام، ٢٠١٤).

55- Fatema Ghassabi, "The role of media in crisis management", **International Journal of Health System and Disaster Management** (Vol. 3, Issue. 2, 2015) pp.95-102.

56- Van der Meer, "Framing the crisis: A semantic-network approach to inquire frame alignment among PR, News Media and the Public", **Paper presented at the annual meeting of the international communication association** (Washington: Seattle, 21 May 2014).

٥٧- هند نبيل، مرجع سابق.

٥٨- دعاء عادل، "أطر تقديم القضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة في المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا، رسالة دكتوراه غير منشورة" (القاهرة: جامعة القاهرة - كلية الإعلام، ٢٠١٦).

٥٩- دعاء عادل، نفس المرجع السابق.

٦٠- أحمد السمان، "العلاقة بين التعرض لإصلاحات الإعلان الجريء والاتجاه نحو الإصلاحات الاقتصادية في مصر"، مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط (القاهرة : الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد ١٦ ، ٢٠١٧) ص ص ١٩٥ - ٢٢٢.

61- Sia Bik, "linking perceptions towards prospective economic conditions on satisfaction towards Federal government", **Procedia Social and Behavioral Science** (Vol. 25, 2015) pp.55-60.

62- Maria Grasso, "**Citizens and the crisis: experience, perceptions and responses to the great recession in Europe**", (UK: Sheffield, Palgrave Macmillan, 2018). P.61.

63- Amir Hetsroni, "Economic expectation, optimistic bias and television viewing during economic recession", **Communication Research** (Vol. 42, No. 2, 2014) pp180-107.

64- Jil Fitzener, "Conditions of Europeanized Voting Behavior", **Op. cit.**

65- Behtany Conway, "Addressing the Medical Malady: Second level agenda Setting and Public Approval of Obama care, **Master Thesis**" (USA: The University of Arizona - Faculty of Journalism, 2013).

66- Christian schemer, "Media effects on racial attitudes", **op. cit.**

67- Florian Arendth, "Media priming effect follows an exponential decay function", **Paper presented at the annual meeting of the International Communication association** (USA: Sheraton, 24 May 2012).

68- Sei Kim, "Attribute agenda setting, priming and the media's influence on how to think about a controversial issue", **International Communication Gazette** (Vol. 74, No. 1, 2012) pp. 43-59.

- 69- Andre Blais, "Partisan, Information and perceptions of government corruption", **op. cit.**, pp.1-16.
- 70- Pablo Brinol, "Elaboration and validation process", **Media psychology** (Vol. 18, 2015) pp.267-291.
- ٧١- محمد الألفي، "دور البرامج الإخبارية في القنوات الفضائية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو تدعيم المشاركة السياسية في مصر"، مرجع سابق.
- 72- Han Soo, "News consumption and economic voting", **The Korean Journal of International Studies** (Vol. 15, No. 1, 2017) pp.103-129.
- 73- Claes Devreese, "primed by the Euro: the impact of a referendum campaign on public opinion and evaluations of government and political leaders", **op.cit.**, pp.45-64.
- 74- Ashik Shafi, "personal experience versus media coverage: Testing the issue obtrusiveness condition of agenda setting theory in developing country", **Journalism and Mass Communication Quarterly** (Vol. 94, No. 4, 2016) pp.1056-1072.
- ٧٥- نشوى جمال، "دور برامج الرأي في القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأحزاب السياسية"، مرجع سابق.
- 76- Raymond Pingree, "Effects of Media criticism on gate keeping trust and implications for agenda setting", **Journal of Communication** (Vol. 63, Issue. 2, 2013) pp.351-372.
- 77- Jane Singer, "Voter assessment of media coverage before the Iowa Cacus", **Paper presented to the annual meeting of the International Communication Association** (London: June 2013).

- ٧٨- آية علي، "التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور"، مرجع سابق.
- ٧٩- فاطمة المغازي، دور المعالجة التلفزيونية لقضايا حقوق الإنسان في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو السلطة، رسالة ماجستير غير منشورة" (القاهرة : جامعة القاهرة - كلية الإعلام، ٢٠١٦).
- ٨٠- لمياء سمير، "دور القنوات التلفزيونية المصرية في طرح القضايا الاقتصادية وعلاقته بتشكيل معرفة الشباب واتجاهاته نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة"، جامعة القاهرة - كلية الإعلام، ٢٠١٦).
- ٨١- محمود حجاج، "أطر التغطية الإخبارية للسياسات الحكومية بالفضائيات المصرية وعلاقتها بالاغتراب السياسي لدى الجماهير، رسالة ماجستير غير منشورة" (القاهرة: جامعة القاهرة- كلية الإعلام، ٢٠١٥).
- 82- Adam Shehata, "priming effects during the financial crisis", **Op. cit.**, pp.597-620.
- ٨٣- آية علي، "التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور"، مرجع سابق.
- 84- Thomas Hansford, "Reevaluating the Sociotropic economic voting hypothesis", **Electoral Studies** (Vol. 39, 2015) pp.15-25.
- 85- Travis Johnson, "presidential confidence in crisis media", **op. cit.**
- 86- Liu Yang, "Differentiating framing from priming and persuasion, **Ph.D. Dissertation**" (Hong Kong: City University of Hong Kong – Department of Media and Communication, 2014).
- 87- Chun Chang, "the economic voting hypothesis in the presence of threshold effect", **Singapore Economic Review** (Vol. 58, No.1, 2013) pp.18-30.

- 88- Antonis Kalogero, "News priming and changing economy", **International Journal of Public Opinion Research** (Vol. 29, Issue. 1, 2017) pp.269-290.
- 89- Paolo Beluci, "The Political Consequences of Blame Attribution for Economic Crisis in the Italian National Elections", **Journal of Elections, Public Opinion and Parties** (Vol. 24, Issue. 2, 2014) pp.243-263.
- 90- Jakob Eberl, "Coalition in the news : how saliency and tone in news coverage influence voters preference and expectations about coalitions , **Electoral Studies** ( Vol.55, 2018 ) pp.30-39
- 91- James Caillier, "The priming effects of Corruption and bureaucracy bashing on citizens' perceptions of an agency's performance", **Op.cit** , pp.201-223
- 92- Chen Yan, "Partisan News Media and China's Country Image", **Op.cit**
- 93- Maxwell Mccombs , " **Communication and democracy : exploring the intellectual frontiers in agenda – setting theory** ", ( New York :Routledge , 2013) p. 65
- 94- Jil Fitzner, "Conditions of Europeanized voting behavior", **Op.cit**
- 95- Claes Devreese, "primed by the Euro: The impact of a referendum Campaign on public opinion and evaluations of government and political leaders", **Op.cit**, pp.45-64
- 96- Han Soo, "News consumption and economic voting", **Op.cit** pp.103-129.
- 97- Travis Johnston, "presidential confidence in crisis: Blame, media and BP oil spill", **Op.cit** , pp.467-489.

- 98- David Wise , " In the media we distrust : the interplay of message , context and media trust on campaign messages effect " **Electronic News** ( Vol.10, No.2 , 2016 ) pp. 105 -120
- 99- Austin Hart , ' Priming under fire : reverse causality and classic media priming hypothesis ', **Journal of Politics** ( Vol.76, No.2,2014) pp. 581-592
- 100- Janet Taksen , " Party leaders in the media and voting behavior : priming rather than learning or projection " , **Journal of Political Communication** ( Vol.32, Issue.2 , 2015) pp. 249-267



## 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.

# Mass Communication Research

A Scientific Journal Issued by Al-Azhar University

---

**Chairman of Board of Directors**

**Prof. Dr. Mohamed El mahrasawy**

---

**Editor- in - chief**

**Prof. Dr. Ghanem El Saeed**

---

**Deputy Editor-in-Chief**

**Prof. Dr. Mahmoud El Sawey**

**Prof. Dr. Arafa Amer**

**Dr. Abd El Azeem Khedr**

---

**Managing Editors:**

**Dr. Mohamed Abd El Hameed**

---

**Editorial Secretary:**

**Dr. Ramadan Ibraheem**

---

**Correspondences**

should be sent to the editorial secretary on the following address:

Azhar University - Faculty of Mass Communication – Telephone

Number 0225108256

**Our Website : <https://jsb.journals.ekb.eg>**

---

○ Issue 51 January 2019 part 2

○ **International Standard Book Number ISBN 6555**