

## اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة المواقع الإخبارية للأوضاع الاقتصادية المصرية بعد تعويم الجنيه

”دراسة ميدانية“

د. إلهام يونس أحمد

رئيس قسم الإنتاج الإعلامي - المعهد الدولي العالي للإعلام -  
أكاديمية الشروق

مقدمة الدراسة

لم تكن المشكلات والأوضاع الاقتصادية التي تمر بها مصر حالياً مفاجئة لأي من المراقبين والخبراء الاقتصاديين ؛ حيث كانت التقارير التي أصدرت عن النمو الاقتصادي في مصر، سواء المحلية أو الدولية مضللة، حيث ركزت على الإشادة بمعدلات النمو من الناحية المطلقة، دون أن تتطرق إلى أمرين في غاية الأهمية؛ الأول هو : مصادر هذا النمو، بحيث أصبحت مصر تفتقد حالياً إلى قاعدة إنتاجية تتناسب مع الموارد التي تملكها، خصوصاً المورد البشري. فقد كان اهتمام الدولة يتركز على القطاعات الخدمية والقطاعات غير المنتجة، وهو ما انعكس في العجز الهائل في الميزان التجاري المصري.. والأمر الثاني ؛ هو : توزيع هذا النمو، أو بالأحرى من استفاد من هذا النمو؟ حيث تراجعت مكانة الطبقة الوسطى ، التي كانت تشكل غالبية الشعب المصري ، وأصبحت الهوة بين الفئات الداخلية المرتفعة والفئات الفقيرة واسعة جداً. وقد اعترفت المؤسسات الدولية ؛ مثل : صندوق النقد الدولي بأن تقاريرها عن النمو الاقتصادي في مصر لم تكن دقيقة، لأنها ركزت على معدلات النمو من الناحية المطلقة، دون أن تأخذ في الاعتبار معايير التوزيع أو اعتبارات العدالة الناجمة عن هذا النمو.

المجتمعية ترجح الرأي القائل بأن الإنترنت يمثل رافداً مهماً لتفعيل وتنشيط التوجهات المجتمعية . ولذلك تشهد المجتمعات الحديثة ظاهرة تنامي استخدام تقنيات الاتصال الإلكتروني (المتيمي، ٢٠٠٩)<sup>(١)</sup>. وعلى هذا فقد تثير المعالجة الإعلامية للأحداث الاقتصادية في مصر - منذ تعويم الجنيه - عدداً من الإشكاليات المهمة منها مدى التزامها بمعايير الممارسة المهنية وأخلاقياتها ، كما نص عليها ميثاق الشرف الصحفي وقانون تنظيم الإعلام ؛ حيث تعاني التغطية الإعلامية عبر منصات الإعلام الجديد عدداً من جوانب الخلل والبعد عن المهنية في ظل الظروف العادية فضلاً عن وقت الأزمات ؛ وبخاصة ما يرتبط منها بالأحوال الاقتصادية التي تمس بشكل مباشر حياة الأفراد داخل المجتمع .

وتعدّ المواقع الإخبارية الإلكترونية أحد هذه المنصات ، التي اتسمت بعناصر الفورية immediacy، التفاعلية interactivity، وتعدد الوسائط multi media، والتحديث up dating، والشخصنة personality، وغيرها من الإمكانيات التي تضعها في ترتيب متقدم لمصادر المعلومات ووسائل الإعلام بصفة خاصة في أوقات الحراك المجتمعي ؛ سواء أكان السياسي أم الاقتصادي . وجاء بروز المواقع الإخبارية كنتاج لشبكة الإنترنت حيث شهدت نمواً كبيراً، فتضاعفت . وازداد عددها حول العالم ، واتجه الأفراد نحو البحث عن الأخبار والمعلومات السياسية والاقتصادية من خلالها . وفي مصر جاءت المواقع الإخبارية في مقدمة المصادر التي لعبت دوراً مهماً في تزويد الجمهور وصانعي القرار بالمعلومات حول الأحداث والأزمات المتلاحقة التي تمر بها مصر بعد ثورة يناير (الجمال، 2012، 2011)<sup>(2)</sup>.

ودعم هذا البروز اهتزاز ثقة المواطن المصري والعربي في مختلف الأنظمة الإعلامية التي تخضع لضغوط اقتصادية متعددة . وبالتالي جاءت الإنترنت عامة والمواقع الإخبارية بصفة خاصة ؛ لتشكّل طفرة تحريرية نوعية نتج عنها مفهوم النضال الإلكتروني الذي ساعد في تحويل المجتمعات إلى كيانات معلوماتية وتحويل الأفراد إلى متلقين إيجابيين .

ولذا دعت الضرورة البحثية لدراسة اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة المواقع الإخبارية لبعض القضايا الاقتصادية المتربة على تعويم الجنيه وتحرير سعر صرف الدولار مثل ارتفاع الأسعار ورفع الدعم عن بعض السلع وسعر الصرف والقروض والديون الخارجية.

#### مشكلة الدراسة:

تشهد المجتمعات الحديثة ظاهرة تنامي استخدام تقنيات الاتصال

ونظراً لضيق القاعدة الإنتاجية عاشت مصر - ومازالت - فترات طويلة انتشرت فيها الضغوط التضخمية على نحو واسع، التي ساعد على تعميقها ضعف قاعدة الإيرادات العامة للدولة ، التي تسببت في عجز مستمر في الميزانية العامة للدولة ، وهو الذي كان يتم تمويل جانب منه من خلال الإصدار النقدي الجديد، الذي يغذي الضغوط التضخمية.

ومن الجدير بالذكر أن محاربة التضخم في هذا التوقيت بالذات سوف تكون مهمة في غاية الصعوبة، وذلك نظراً للمناخين السياسيين المحلي والدولي غير المواتين حالياً، حيث ترتفع أسعار الغذاء عالمياً ومحلياً بصورة مثيرة للقلق.

وقد تعرضت مصر منذ قيام ثورة يناير 2011 م ، وحتى الوقت الراهن لأزمات اقتصادية حادة جاءت مظاهرها في ارتفاع نسبة الفقر وتزايد البطالة وعجز الموازنة وزيادة المديونية ونقص الاحتياطي الأجنبي وانخفاض معدلات الاستثمار ؛ فضلاً عن التقلبات في سوق الأوراق المالية واضطرار الحكومة إلى سحب مليارات الدولارات من الاحتياطي النقدي لمواجهة مشكلة الاستيراد مما جعل مصر تواجه تحدياً آخر مرتبطاً بارتفاع العجز في ميزانيتها العامة، الذي يتنامى كل عام عن ما قبله.

وإضافة إلى كل هذه المشكلات تفاقم أسعار السلع والخدمات ، التي حدثت كنتيجة طبيعية لتعويم الجنيه المصري وتحرير سعر صرف الدولار في ٣ نوفمبر ٢٠١٦ م ، الذي ترتب عليه العديد من الأزمات الاقتصادية منها زيادة أسعار المواد الغذائية والأدوية ومواد الطاقة ؛ حيث أعلن البنك المركزي تزايد معدلات التضخم إلى نحو ١٤% في ٢٠١٦ م ، وبلغه نسبة ٢٠% خلال عام ٢٠١٧ م ، مقابل انخفاض قيمة العملة المصرية وتخفيض الدعم على الطاقة وشروط صندوق النقد الدولي ؛ مما زاد من شعور المصريين بالأزمات الاقتصادية وعدم القدرة على تدبير لوازم المعيشة الأساسية مما خلق لديهم إحساس بالضيق والسخط العام .

وأصبحت الأزمات الاقتصادية موضوع الساعة الذي يتبادله الجمهور المصري في أطراف الأحاديث العامة والرسمية المباشرة والافتراضية.

ومن ناحية أخرى هناك اتفاق بين الباحثين على الأهمية البالغة لدور وسائل الإعلام في دعم أو توضيح التوجهات المجتمعية ، وفي السياق ذاته ؛ فإن الإعلام الجديد المعتمد على الإنترنت في إطار ما يتمتع به من حرية يعد من أكثر الوسائل فاعلية وفي هذا الإطار يشير دوغلاس كيلنر Douglas Kellner . إلى أن الإنترنت يوفر مدى عريضاً من المعلومات والرؤى ووجهات النظر الصادرة عن العديد من المسوغات

الإخبارية كمصدر للمعلومات والتأثيرات التي تنجم عن استخدامها.  
3-الكشف عن اتجاهات الجمهور نحو مصداقية المواقع الإخبارية والتفاعل معها.  
4-الكشف عن التأثيرات المعرفية بالقضايا الاقتصادية - موضع الدراسة - كنتاج من نواتج الاعتماد على المواقع الإخبارية ، والتأثيرات الوجدانية والسلوكية نحو القضايا والأوضاع الاقتصادية بشكل عام كأحد نواتج الاعتماد أيضًا .  
5-تحديد الاتجاه العام للجمهور- مستخدم هذه المواقع - نحو معالجة المواقع الإخبارية للقضايا الاقتصادية موضع الدراسة.  
6-تحديد مصداقية وتفاعلية المواقع الإخبارية من وجهة نظر عينة الدراسة وتأثيرهما في باقي متغيرات الدراسة .

#### الدراسات السابقة:

يعتمد البحث في بنائه الأساسي على دراسة اتجاهات الجمهور نحو المواقع الإخبارية الالكترونية للقضايا والأوضاع الاقتصادية التي تشهدها مصر بعد قرار تعويم الجنية المصري وتحرير سعر صرف الدولار الأمريكي والعملات الأجنبية في نوفمبر 2016 م ، وتأسيسًا على ذلك يمكن عرض الدراسات السابقة من خلال المحورين الآتيين :  
الأول- الدراسات المتعلقة بالمواقع الالكترونية الإخبارية.  
والثاني- الدراسات المتعلقة بمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام.

#### أولاً- الدراسات الخاصة بالمواقع الالكترونية الإخبارية.:

(٣) «تصدع العلاقات في. (2017) baull Rochetsk &Others - 1 السلطات المحلية»

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير صناعة الأخبار المرتبطة بالشأن المحلي ، في الخطاب المدني والمشاركة المدنية في المجتمعات المحلية ، في ظل تقلص دور وسائل الإعلام التقليدية وتنامي دور المواقع الإخبارية الإلكترونية ، التي تسعى ملء الثغرات التي توضحها المعالجة التقليدية في وسائل الإعلام القديمة . عن طريق إجراء ١٥ مقابلة صحفية مع المسؤولين الحكوميين ومراسلين لجرائد إقليمية ثم اختيارها لأكثر المصادر الموثوق بها للأخبار المحلية لدى السكان .وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

طبقًا لما ذكره أفراد العينة أن هناك عدة عوامل تحكم العلاقة بين السلطة والمنافذ الإعلامية بخلاف المعالجة الإعلامية للمواقع الإخبارية ، أهمها الملاحظات الفردية للصحفيين عن مخاطر الإغراق في المحلية وكذلك مدى ارتباط المراسل بالموقع المحلي الذي يغطي عنه أخبار

الالكتروني وفي ضوء الدور المهم الذي تقوم به المواقع الإخبارية الالكترونية في ظل تزايد استخدامها بعيدًا عن الرقابة الرسمية للدولة والقيود والضوابط على حرية النشر والتعبير واحتكار القلة ملكية وسائل الإعلام واتجاه نسبة كبيرة من الجمهور نحو البحث عن المعلومات والتفاصيل الدقيقة للأحداث من خلال شبكة الانترنت ؛ وبخاصة هذه المواقع . وفي إطار ما شهدته البلاد من ترددي الأوضاع الاقتصادية بعد تعويم الجنية المصري وتحرير سعر الصرف ؛ مما ترتب عليه الكثير من الأزمات الطاحنة التي يعيشها المصريون بكل فئاتهم تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على "اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية للأوضاع الاقتصادية المصرية بعد تعويم الجنيه المصري". في الفترة الزمنية من نوفمبر 2016م (وهو التاريخ الذي أعلن فيه البنك المركزي تعويم الجنيه المصري) وحتى منتصف 2017م وهو تاريخ تطبيق الدراسة .

#### أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة إلى:

- 1- أهمية وسائل الإعلام الحديثة (شبكة الانترنت وآلياتها) وخطورة دورها في الوقت الحالي.
- 2- تمثل هذه الدراسة دعمًا وإثراءً لمجال الأبحاث الخاصة بتأثير وسائل الإعلام الجديد خاصة مع زيادة الطرح الخاص بأهميتها في الآونة الأخيرة .
- 3- أهمية القضايا الاقتصادية المطروحة في الدراسة نظرًا لأنها أصبحت حديث الساعة بين الفئات الجماهيرية المتنوعة.
- 4- يعد هذا البحث دراسة آنية ؛ حيث يتعرض لاتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة المواقع الإخبارية للأزمات الاقتصادية ، التي فرضت نفسها على أجندة القضايا المصرية بصفة خاصة بعد تعويم الجنيه المصري وتحرير سعر الصرف ومن ثم يصلح للتطبيق فيما ينتهي إليه من نتائج.
- 5- تزداد أهمية الدراسة باعتبارها مستخلصًا لتقديم توصيات ونتائج تساعد في فهم الواقع الإعلامي لعلاقة الجمهور بالمجال المعرفي الذي تصنعه وسائل الإعلام الجديد.

#### أهداف الدراسة:

- 1-التعرف على طبيعة وحجم استخدامات الجمهور المصري للمواقع الإخبارية وتأثير العوامل الديموجرافية في ذلك.
- 2-الكشف عن دوافع استخدام الجمهور عينة الدراسة للمواقع

عدد من الأنشطة الاتصالية والمشاركات بشكل واضح . وهو ما يوضح دور الإنترنت في تشكيل سلوكيات الشباب الجامعي نحو مرشحي الانتخابات الرئاسية 2012 م . وتوصلت الدراسة - أيضاً - إلى وجود فروق بين الشباب الجامعي في اعتمادهم على الإنترنت كمصدر للمعلومات الانتخابية تبعاً لخصائصهم الديموغرافية .

5-(رباب الجمال 2012)<sup>(7)</sup>: دور المواقع الإخبارية الالكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين ، نحو الأحداث السياسية في مصر للفترة ما بعد ثورة 25 يناير .

وتهدف هذه الدراسة إلى التوصل إلى تأثير كثافة استخدام المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات في مستوى المعرفة بالأحداث السياسية ، وطبيعة الاتجاهات التي تم تكوينها عن تلك الأحداث . وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

أن المواقع الإخبارية أحدثت مجموعة من التأثيرات المعرفية ، وساعدت على زيادة الوعي بأحداث ما بعد الثورة ، وأيضاً زيادة الفهم بضرورة التواصل مع الأحداث ، وأن المواقع الإخبارية استطاعت أن تخلق مجالاً عاماً أحدث للمغربين - عينة الدراسة - مستوى معرفياً بالأحداث السياسية في مصر عقب الثورة .

” Jumping over Network Threshold” (Wang,chengjum,2012)-6<sup>(A)</sup>

وتهدف هذه الدراسة إلى اقتراح نموذج لنشر الأخبار في مواقع News social websites (NSW) . وثانياً التعريف ومقارنة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في المواقع الإخبارية . وذلك باستخدام شبكة من المواقع الإخبارية بالإضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي .

وتوصلت الدراسة إلى مقارنة المعلومات الشخصية مقابل وظيفة جمع الأخبار . وقد ظهرت العديد من النتائج مثل:

1-تبين تأثير العلاقات الفردية بين الأشخاص كبيراً وإيجابياً ؛ وإن كانت أصغر من فعالية التأثير المباشر .

2-وظيفة تجميع الأخبار في مواقع (NSW) تفوق في تأثيرها تأثير العلاقة بين الأشخاص فهو ما يتسق مع الدراسات السابقة التي تناولت نشر الأخبار(معظمها يعاني من مشكلة تمييز العينات وفئة الأخبار المحدودة) ونظرية الأثر الاجتماعي طبقاً لكل من Albana 2007 Bardogrna & فإن العلاقة تنافسية بين قائدي الرأي ووسائل الإعلام .

7- Neil Thurman&Steve schifferes 2012:The future of<sup>(8)</sup> personalization At News websites

وتهدف هذه الدراسة إلى تتبع تاريخ التخصص في المواقع الإخبارية

معينة. بالإضافة إلى أن الاستفادة من محتوى الموقع كمصدر لتجميع الأخبار بعيداً عن الضغوط المهنية وهذا بدوره يعزز من قدرة المواقع الإخبارية .

٢-(غادة البطريق ، ٢٠١٣)<sup>(٤)</sup>: معالجة المواقع الإخبارية والمنظمات العربية والدولية على شبكة الانترنت للقضايا السياسية العربية واتجاهات الجمهور المصري نحوها .

وتهدف هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على معالجة المواقع الإخبارية العربية المتمثلة في موقع الجزيرة نت ، والمواقع الإخبارية الدولية المتمثلة في موقع CNN الأمريكية باللغة العربية ، وموقع المنظمات العربية مثل موقع جامعة الدول العربية ومواقع المنظمات الدولية ؛ مثل: موقع الأمم المتحدة للقضايا السياسية العربية وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها أن المواقع الإخبارية تؤثر بشكل فعال في اتجاهات الجمهور نحو المنظمات العربية والدولية من خلال معالجة القضايا السياسية

3-(ندية عبد النبي ، 2013)<sup>(5)</sup>: اتجاهات الشباب المصري نحو دور المواقع الإخبارية في دعم التحول الديمقراطي بعد ثورة 25 يناير 2011 . وتهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف عام يتمثل في رصد وتحليل وقياس اتجاهات الشباب المصري نحو المواقع الإخبارية ، في عملية التحول الديمقراطي في مصر إبان ثورة 25 يناير والمغريات ذات الصلة التي تؤثر في طبيعة الاتجاهات والوقوف على رؤية الشباب المستقبلية لدور المواقع الإخبارية في التحول الديمقراطي .

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها:

1-تقدم موقع اليوم السابع في مقدمة المواقع الإخبارية التي اعتمدت عليها عينة الدراسة . يليها مصرأوي ثم بوابة الأهرام .

2-كلما زاد اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية كمصدر للحصول على معلومات عن التحول الديمقراطي ؛ زاد اتجاههم الإيجابي نحو التأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد .

3-ظهرت علاقة إرتباطية إيجابية بين اتجاه المبحوثين نحو التحول الديمقراطي وبين اتجاههم نحو الدور المستقبلي الإيجابي للمواقع الإخبارية في دعم التحول الديمقراطي .

4-(محمد أحمد هاشم ، حسن نيازي الصيفي ، 2012)<sup>(6)</sup>: دور الإنترنت في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجامعي نحو مرشحي انتخابات الرئاسة المصرية 2012 .

وتهدف هذه الدراسة إلى رصد دور الإنترنت في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجامعي نحو المرشحين .

وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة استخدام الإنترنت لممارسة

المعلومات واستفسارات المستهلكين عبر الانترنت. وتقدم النتائج دليلاً على فكرة أن التفاعلية هي الآلية الأساسية التي يمكن من خلالها تفسير الاستجابات المعرفية والسلوكية لموقع التسوق . وقد تم تحديد درجات التفاعل المقصودة من خلال إدراك المشاركين لتفاعلية الموقع ، وهذا يتفق مع وجهة نظر كثيرين من أمثال Liu و Schnen 2002 وهما الباحثان اللذان اعتبرا التفاعلية خاصية من خصائص المستخدم وكذلك وجهة نظر (Steuer 1992) الذي اعترف بالتفاعلية كخاصية من خصائص المستخدم الرئيسي وليست متغير وسيط باعتبار أن التفاعل أمر من اختيار المستهلك. 10- (أشرف جلال ، 2012)<sup>(21)</sup> : "دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية". وتهدف هذه الدراسة إلى قياس العوامل المؤثرة في دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام ؛ سواء أكانت متعلقة بطبيعة التعرض أم استخدام الشبكات أو كانت متعلقة بطبيعة الجمهور. وكذلك قياس الفروق النسبية في أثر الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام في إطار الجنسية (المصريين ، الليبيين ، التونسيين ، السوريين ، اليمنيين). وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- هناك تفوق واضح للشبكات الاجتماعية في تكوين آراء الجمهور نحو الثورات العربية نتيجة السماح بحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية وقدرتها على تحقيق المشاركة بفاعلية.

2- هناك تهديد حقيقي للوسائل التقليدية التي ثبتت عجزها وفشلها بدرجات مختلفة . كما ثبت وجود علاقة بين الشبكة التي يستخدمها الأفراد ومستوى التفاعل أو الإيجابية في استخدام الشبكة.

11- (ممدوح عبد الواحد ، 2012)<sup>(31)</sup> : شبكات التواصل الاجتماعي والتحولت السياسية في المجتمع المصري. يهدف هذا البحث إلى مناقشة وتحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في التحولات السياسية التي شهدتها المجتمع المصري في السنوات الأخيرة وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- تعدد شبكات التواصل الاجتماعي بمثابة أدوات تساعد الشباب المستخدم لها ، على تحقيق التوازن الفكري من خلال تمكينهم من اختيار أفكارهم ومقترحاتهم ومواقفهم وسلوكياتهم.

2- أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور رئيسي في التحولات السياسية التي شهدتها المجتمع المصري . وحاله الحراك الاجتماعي والسياسي على أرض الواقع.

12- (دعاء فتحي سام ، 2012)<sup>(41)</sup> : اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الالكترونية لإحداث ما بعد ثورة 25 يناير .

القومية بالمملكة المتحدة والولايات المتحدة ، مع السماح بعمل تحليل حول الأسباب والآثار المترتبة على تبني هذه المواقع أشكال التفاعل المتعددة. وتلقي هذه الدراسة الضوء على قلة الاهتمام بالمحتوي المتخصص من قبل القائمين على المواقع الإخبارية وتحليل مدى الاعتماد على 11 موقعاً إخبارياً قومياً في المملكة المتحدة والولايات المتحدة على مدى ثلاث سنوات ونصف . وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

حجم التفاعل مع المواقع التي دراستها كان في التطبيقات التي تم تخصيصها للأندرويد والبلاك بيري والأيباد أقل ما هو عليه في نسخ الويب الكاملة بنسبة 13%.

8-Huang,Kanni and Lamp Cliff<sup>٥</sup> 2012 .

"Credibility on the environmental news websites

#### "مصدقية مواقع الأخبار البيئية"

وتهدف هذه الدراسة إلى فحص العوامل التي أثرت في إدراك مستخدمي الانترنت لمصدقية واقع الأخبار البيئية ، وتشمل العوامل المختارة لهذه الدراسة كلاً من العوامل المستندة إلى المستخدم في مجال بحوث الاتصال والعوامل القائمة على الجودة في مجال علم المعلومات ، وقد تم إجراء مسح على شبكة الانترنت بين طلاب الجامعات لاختيار ما إذا كان يمكن تطبيق عوامل متعددة التخصصات للمصدقية المتوقعة لمواقع الأخبار البيئية.

وتشير النتائج إلى الدور الحاسم الذي تلعبه العوامل القائمة على الجودة في تحقيق المصدقية لشبكة الويب الإخبارية البيئية الموجودة على شبكة الانترنت فقط.

وقد شملت الخصائص الخاصة بالمستخدم (الاعتماد على المواقع الإخبارية البيئية ، السلوك البيئي) بينما المتغيرات القائمة على الجودة شملت (تقييم المحتوى الإخباري ، سمات التصميم) واتضح أن زيادة الاعتماد على الأخبار البيئية عبر الانترنت زادت من القدرة التنبؤية للمستخدم نحو السلوك البيئي. وكلما ارتفعت نسبة المصدقية في مواقع الأخبار البيئية زاد معدل الاعتماد على هذه المواقع

Website (Noort,Guda,VooryVeld&Others2012)<sup>(11)</sup>: 9-

Interactivity Effecttes Explained by consumers:

"تفاعلية المواقع ومدى تأثرها بالمستهلكين .

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير التفاعلية في المواقع الإلكترونية الخاصة بالتسويق في إقناع المستهلكين عبر الانترنت ، وكذلك التحقق في الآلية الأساسية التي تقيس تأثير تفاعل الموقع في معالجة

الباحثين عن المعلومات لا يرون أن المعلومات التي يقدمها أفراد أقل مصداقية عن تلك التي يقدمها الخبراء. بينما يؤثر مصدر المعلومة في حجم المشاركة .

2- وتبين أيضاً أن درجة المشاركة والمعرفة المسبقة بالموضوعات والوقت الذي تقضيه في مشاهدة الموقع ترتبط ارتباطاً إيجابياً بمصداقية الموقع؛ وذلك يعني أنه في السياق الإلكتروني حيث لا يمكن تمييز المصدر بصورة كبيرة يكون من المرجح أن جودة الرسائل والعوامل التفضيلية لها الدور الأكبر في تقييم المصداقية .

وتتوافق نتائج هذه الدراسة فيما يتعلق بالمشاركة وتقييم المصداقية جزئياً مع (HSM) Heuristic-Systematic Model النموذج الاستدلالي كما وجد درجة من التشارك فيما يتعلق بالمقالات (المأخوذة من موقع ويكيبيديا - عينة الدراسة)

Can Interactivity In Corporate Websites Influence Public Perception OF Organization? (Guillory, Jamie and Sundar, S Shyam. 2008: 16-)

وتستعرض هذه الدراسة استخدام التفاعلية في المواقع الإلكترونية؛ كأداة من أدوات العلاقات العامة في صفحات التوظيف بمواقع المنظمات والتأثيرات التي تتركها مستويات التفاعل (المرتفع - المتوسط - المنخفض) وعلاقتها بالإدراك.

واتضح من نتائج الدراسة أن المواقع ذات التفاعلية الأعلى اتسمت بالإدراك الإيجابي من قبل مستخدميها؛ حيث توصلت إلى أن مستوى التفاعلية في المواقع الإلكترونية، يؤثر بشكل مباشر في إدراك مستخدمي هذه المواقع مع وضع المتغيرات الوسيطة في الاعتبار مثل (الإعجاب - الرغبة - المشاركة).

17- (سيد بخيت، 2008)<sup>(91)</sup>: أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية : دراسة في المفاهيم وبيئة العمل.

وتسعى هذه الدراسة لمعرفة حجم اهتمام المواقع الإعلامية العربية والأمريكية البارزة بالمضامين التي ينتجها مستخدمو هذه المواقع وأبرز الأشكال التي توظفها لحفزهم على المساهمة في إنتاج مضامين صالحة للنشر وجوانب التشابه والاختلاف فيما بينهم.

وكشفت نتائج الدراسة عن قلة مساهمة المستخدمين العرب في تزويد المواقع بالمضامين الإعلامية التي يمكن أن تثيرها؛ وذلك يرجع إلى عدة عوامل أهمها عوامل تنظيمية ومؤسسية.

18- (وائل عبد الباري، 2005)<sup>(92)</sup>: مصداقية المواقع الإخبارية على الانترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراه الجمهور المصري.

وتسعى هذه الدراسة إلى رصد وقياس اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لأحداث ما بعد ثورة 25 يناير، إلى التعرف على تقييمهم للمعالجة الإعلامية المقدمة في المواقع الإلكترونية الإخبارية بشأن هذه الأحداث وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- ارتفاع معدل الاتجاهات الإيجابية نحو معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لأحداث ما بعد الثورة وذلك على مستوى موقعي الدراسة. 2- أن المواقع الإخبارية الإلكترونية على الانترنت جاءت في الترتيب الأول، من حيث اعتماد الصفوة عليها في متابعة أحداث 25 يناير. وذلك بنسبة 61.3% مقابل 38.7% يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي.

13- (Johnson and Kaye 2010)<sup>(51)</sup> لتقييم المصداقية والاعتماد على المدونات:

للحصول على المعلومات حول حرب العراق ما بين 2003 ، 2007 وتوصلت النتائج إلى تقييم الباحثين للمدونات بوصفها أكثر مصداقية في تناول أخبار حرب العراق مقارنة بالوسائل التقليدية. 14- دراسة كيم جونسون ( Kim and Johnson 2009 )<sup>(61)</sup>:

حول آراء عينة من مستخدمي المواقع الإلكترونية من المهتمين بالسياسة حول تقييمهم للوسائل الاتصالية الإخبارية التقليدية ونظيرتها الإلكترونية؛ لاختبار العوامل التي تؤثر في مصداقية المصادر الإلكترونية خلال الانتخابات العامة 2004 م في كوريا الجنوبية. وتوصلت الدراسة إلى تقييم الباحثين للصحف الإلكترونية التي تعتمد على الإنترنت فقط بوصفها أكثر مصداقية في المعلومات السياسية مقارنة بمثيلتها من الوسائل التقليدية ومواقعها الإلكترونية.

15- (Poorisat, Thanomwong & others 2009)<sup>(17)</sup>: perception of credibility-

”إدراك المصداقية“ مقارنة بين وجهة نظر المستخدم الغير متخصص والخبراء المتخصصين نحو المواقع الإخبارية“

وتهدف هذه الدراسة إلى عقد مقارنة بين مصداقية المواقع التي ينشئها المستخدمون والمواقع التي ينشئها الخبراء؛ حيث ساعدت التكنولوجيا الحديثة والتطورات الحادثة بها على ظهور مجموعة متنوعة من المواقع، التي ينشئها أفراد. وقد أجريت دراسة تجريبية لتحديد العلاقة بين نوع الموقع ومدى مصداقيته.

وبينت النتائج :

1- أنه لا يوجد اختلاف جوهري في مصداقية المواقع التي أنشأها أفراد وخبراء بغض النظر من وجود مراجع. ويشير هذا البحث إلى أن

الانترنت. وطبقاً لمبادئ "كنت متابلور" عن الحوار عبر الانترنت؛ فإن هذه المبادئ تبين أنها تؤثر في الفائدة النسبية للمواقع الإلكترونية وذلك فيما يسمى "التفاعلية والمصدقية".

3-(Yang-Hwan Lee,;<sup>(٤٧)</sup> 2008 ):Individual media Dependency (IMD) And Social Networking Websites ..

وتهدف هذه الدراسة إلى التحقق من دوافع الاعتماد على مواقع الشبكات الاجتماعية، وكشف العلاقة بين المتغيرات الفردية والاتجاه نحو مواقع الشبكات الاجتماعية؛ وذلك باستخدام طريقة الاستقصاء حيث قدمت هذه الدراسة نموذجاً تصورياً للاعتماد على مواقع الشبكات الاجتماعية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- قدمت الدراسة تفرقة بين المجتمع الافتراضي ومواقع الشبكات الاجتماعية؛ حيث أوضحت أن المجتمع الافتراضي يركز على النشاط الجماعي SNW، وتركز على مشاركة الملفات الخاصة أو الشخصية مع الأصدقاء. وهذه المواقع تنقسم إلى ثلاثة (مواقع تعارف - مواقع تواصل شبكي عام - مواقع تواصل شبكي فردية).

2- وفرفت الدراسة أيضاً بين دوافع الاستخدام والاعتماد للأنواع المختلفة للمواقع، التي سبق توضيحها. وتمثلت هذه الدوافع في (النية السلوكية للاستخدام - استخدام الرسائل السريعة - استخدام الرسائل القصيرة SMS). وأوضحت النتائج أن الاستخدام البسيط للهاتف المحمول لا علاقة له بفهم الطلاب أو نيتهم استخدام SNW ولكن استخدام الرسائل السريعة IM والقصيرة SMS عبر المحمول ترتبط بشدة وبشكل إيجابي - مثلاً - من الموقف والنية والاتجاه نحو استخدام SNW، كما أن الاستخدام المتكرر للانترنت مصحوب بسلوك واتجاه إيجابي نحو SNW والنية في الاستخدام؛ أي أن الاتجاه نحو SNW والنية في الاستخدام مرتبطاً بشدة وبشكل إيجابي.

4-(Christopher 2008)<sup>(52)</sup>:

حول علاقة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في أوقات غير الأزمات بالتطبيق على عينة من مستمعي الإذاعة في أمريكا، ومن أهم نتائج الدراسة أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في الظروف العادية يختلف عن وقت الأزمات.

5- دراسة (دانيل ريفي وآخرون 2008)<sup>(62)</sup>:

حول نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام واستخدام الإنترنت في الحصول على المعلومات المتخصصة. وقد كشفت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من المبحوثين تصل إلى 50% يستخدمون الإنترنت أسبوعياً

وتهدف هذه الدراسة للتعرف على اتجاهات الجمهور المصري من مستخدمي المواقع الإخبارية على شبكة الانترنت لمصدقية تلك المواقع من خلال مسح عينة عمدية من الجمهور المصري المستخدم للانترنت قوامها 250 مفردة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى إدراك الجمهور للمواقع الإخبارية بوصفها تتمتع بالمصدقية أكثر من الصحف المطبوعة، وتفوقت المواقع الإخبارية من حيث المصدقية من خلال معايير الموضوعية والدقة والفورية على الصحف المطبوعة.

19-(نجوى عبد السلام، 2001)<sup>(12)</sup>: التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت

وتهدف هذه الدراسة إلى توضيح أبعاد التفاعلية والعوامل المؤثرة فيها وإجراء دراسة تحليلية حول مدى توافرها في المواقع الإخبارية العربية.

وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- أن مستوى التفاعلية بين القارئ ونص المادة الخيرية كان في أدنى مستوياته أو غائباً تماماً في العديد من المواقع الإخبارية - العربية بسبب لجوئها إلى إعادة نشر النتيجة المطبوعة نفسها من الجريدة الورقية.

2- عدم الاستغلال الكامل لإمكانات الثورة الرقمية.

ثانياً - الدراسات المتعلقة بمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام:

1-(إلهام يونس 2010)<sup>(22)</sup>: عن العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري، التي توصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام القنوات الفضائية العربية ومستوى معرفة الجمهور المصري بالقضايا الداخلية واتجاهاته نحوها

2-(Sheila M. Mc Alister\_Spooner & others):<sup>(٣٧)</sup> 2009.:Dialogic Public relations and resource Dependency-New Jersey community colleges as models for websites Effectiveness

وتتناول هذه الدراسة الاتصال بين الجمهور والمنظمات عبر المواقع الإلكترونية الخاصة بالكليات المجتمعية في ضوء إطارين مهمين في مجال البحث المتعلق بالعلاقات العامة؛ هما: الاتصال الحوارية ونظرية استقلالية المصادر. وتهدف هذه الدراسة إلى فهم كيفية تلاقي احتياجات أصحاب المصلحة والمنظمات من المعلومات عن طريق موقع اليكتروني. وذلك من خلال دراسة 19 موقع الكتروني. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

أن المواقع الخاصة بالكليات لا تستفيد بخاصية التفاعلية التي تمنحها

لإدارة وأصول الديمقراطية.

#### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

انفقت الدراسات السابقة الخاصة بالمواقع الإخبارية أن المواقع الإخبارية مصدر مهم للمعلومات في وقت الأزمات وفي حالة الغموض الناتج عن نقص المعلومات ، وكذلك تبين من خلال نتائج الدراسات التي تم عرضها وجود اختلافات بين أفراد الجمهور من حيث استخدامهم للإنترنت وللوسائل الإعلامية ، وتأثيرات تلك الوسائل في معلوماتهم بالأحداث الجارية والأزمات المجتمعية وقد اختلفت طبيعة التأثيرات ودوافع الاعتماد وهذا شيء بديهي نتيجة لاختلاف العينات واختلاف الزمان والمكان الذي أجريت فيه الدراسة .

وقد أثرت الدراسات التي تم عرضها الخلفية المعرفية للباحثة ، وبخاصة في بناء مقاييس الدراسة مثل : مقياس الدوافع ومقياس المصادقية والتفاعلية و مقياس التأثيرات المعرفية ، نحو القضايا موضع الدراسة ومقياس التأثيرات الوجدانية والسلوكية نحو القضايا الاقتصادية بشكل عام ومقياس الاتجاهات ومقياس المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

كما أفادت الباحثة من مقارنة وتفسير النتائج ، وبخاصة الدراسات الأجنبية التي درست مصادقية وتفاعلية المواقع الإخبارية ؛ حيث أفادت في توضيح أبعاد المصادقية والتفاعلية وطرق قياسهما كما ساهمت الدراسات السابقة في صياغة وبلورة مشكلة الدراسة ووضع التساؤلات والفروض وكذلك مقارنة النتائج

#### الإطار النظري للدراسة:

تعتمد تلك الدراسة في إطارها النظري وبناء فروضها على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام؛ باعتباره من أهم المدخل التي تستهدف التعرف على الطرق التي يستخدم بها الجمهور مصادر وسائل الإعلام ، وإنشاء علاقات الاعتماد عليها . ويعد هذا المدخل جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية . ويفترض هذا المدخل أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرًا من مصادر تحقيق أهدافهم<sup>(23)</sup>.

ويفترض هذا المدخل أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات بشكل متزايد في الظروف غير المستقرة ؛ وبصفة خاصة حالات الصراع والأزمات وعدم الاستقرار ؛ حيث تزيد في هذه الظروف دوافع الحصول على المعلومات للمساهمة في تفسير الأحداث بشكل سليم<sup>(33)</sup> .  
ولذلك يؤكد مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام ؛ عملية التفاعل

للحصول على معلومات متعمقة ومتخصصة ، وقد أكد أفراد العينة أن الانترنت يعد الأكثر إفادة وقيمة من الكتب والمجلات والمصادر الشخصية.

6-(دراسة هبة شاهين 2006) (72) :

حول اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الالكترونية للحصول على المعلومات السياسية ، وتم تطبيقها على عينة من 360 مبحوثًا من طلاب الجامعات المصرية ومن أهم النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات كثافة الاعتماد على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية لدى الشباب ، وكذلك وجود فروق بينهم من حيث درجات تأثيرات الاعتماد.

7-دراسة (ميللر 2005) (82) :

حول ما أثبتته الأبحاث التي قام بها "دي فليير" وروكتيش 1989م ، التي أكدت أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام لا يرتبط فقط بإشباع حاجات معينة ، ولكنه يرتبط أيضًا بثلاثة عوامل: الحاجة إلى المعلومات ، شخصية الفرد ، المرحلة العمرية التي يمر بها وتلك العوامل تجعل تأثير الوسائل في الفرد يختلف من شخص لآخر.

8-دراسة (لوري Lowrey 2004) (92) :

والتي طبقت على عينة قوامها 507 مبحوثين بمنطقة متروبوليتان خلال فبراير 2002 م ؛ لتقييم الاعتماد على وسائل الإعلام في أعقاب هجمات 11 سبتمبر . وتوصلت الدراسة إلى بروز دور التلفزيون في مقدمة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في الأزمات القومية كما برز متغير التهديد بوصفه المؤشر الأقوى للاعتماد على وسائل الإعلام حيث تقلل معلومات الوسيلة الضغط الذي يسببه الغموض.

9-دراسة (جوي جوردان 2009) (93) :

إعلام الأزمات والاعتماد على وسائل الإعلام وعلاقته بسلوك إخلاء المساكن في إعصاري كاترين وجوستاف في لويزيانا الأمريكية . وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام وحدث تأثيرات سلوكية مثل إخلاء المكان . وأكدت الدراسة أن الاعتماد على وسائل الإعلام وقت الأزمات يعد وسيلة من وسائل الضغط الاجتماعي.

10دراسة (Mathew loveless 2008) (13) :

الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعرفة في المجتمعات الديمقراطية في شرق ووسط أوروبا أفادت هذه الدراسة في معرفة الفرق بين استخدامات المواطنين لوسائل الإعلام وبين اعتماد هؤلاء المواطنين على وسائل الإعلام للحصول على معلومات ؛ حيث إن الاستخدام قد يكون بهدف أو بدون بينما الاعتماد يكون بهدف الفهم والتوجيه

في بعض الأحيان وتأثيرات غير مباشرة وبسيطة في أحيان أخرى<sup>(83)</sup>.  
تأكيد دور وسائل الإعلام في إحداث تغييرات معرفية ووجدانية وسلوكية على الفرد ، وكلما زاد الاعتماد عليها ؛ زاد احتمال حدوث التغييرات في الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية<sup>(93)</sup>.  
تأكيد دور العوامل التربوية والاجتماعية والسياسية في تحقيق أهداف التوجيه والتعلم والفهم والتسلية للأفراد عند استخدام وسائل الإعلام<sup>(94)</sup>.

التأكيد على دور المتغيرات الديموجرافية - للجمهور كالنوع والسن والمستوي التعليمي والثقافي والاجتماعي والاقتصادي على درجة وقوة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام<sup>(14)</sup> ، كما تتحكم هذه العوامل في تأثير وسائل الإعلام في اتجاهات الأفراد نحو الأوضاع المجتمعية المختلفة.

أماط الاعتماد على وسائل الإعلام:

-المستوى الفردي Micro level وفيه يقيم الفرد علاقة اعتماد مع الوسيلة الإعلامية.

-المستوى المجتمعي Macro level وهي علاقة المجتمع بوسائل الإعلام.

جاءت دراسة Westgate Christopher 2008 لتوضح أن هناك مستوى ثالثاً ، للاعتماد على وسائل الإعلام وهو Messo level ؛ أي الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام وقادة الرأي في المجتمع باعتباره مصادر المعلومات التي تعتمد عليها وسائل الإعلام لتحقيق تأثيرات الاعتماد المختلفة (معرفية ، وجدانية ، سلوكية)<sup>(24)</sup>.

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

1-تزداد احتمالية أن تمارس وسائل الإعلام تأثيراً معرفياً ووجدانياً وسلوكياً على أفراد الجمهور في حالة تقديمها لخدمة متميزة ، ولاسيما في حالة وجود عدم الاستقرار أو صدمات أو تغييرات في المجتمع<sup>(34)</sup>.  
يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات في أوقات الأزمات والتغير الاجتماعي<sup>(44)</sup>.

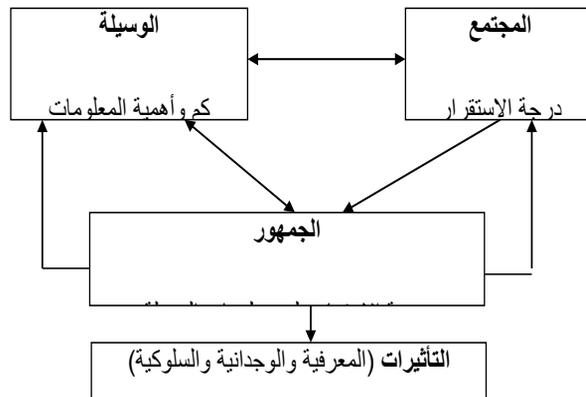
2-تؤثر إمكانية الوصول للمعلومات في مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام ، وذلك ضمن عوامل أخرى للتأثير . ويزداد الاعتماد على المصادر المتاحة للمعلومات عند غياب البدائل الأخرى ومنها مصادر الاتصال الشخصي ، فوسائل الإعلام تكون مهمة للمجتمع وتزداد درجة الاعتماد عليها في حالة عدم وجود بدائل أخرى للمعلومات<sup>(54)</sup>.

ويزداد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام عندما يدرك أن المضمون الإعلامي يرتبط به ويساعده على تحقيق أهدافه الشخصية ، والعكس صحيح ، ولذا يختلف مستوى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام تبعاً لاختلافهم في الأهداف والمصالح<sup>(64)</sup>.

بين الفرد والعوامل الاجتماعية باعتبار وسائل الإعلام أنظمة معلومات أساسية للمجتمع ، كما تمثل روابط أساسية بين الأفراد والبناء الاجتماعي<sup>(43)</sup>.

ووفقاً لنظرية الاعتماد ؛ فإن الأفراد والجماعات والمنظمات والنظم تحقق أهدافها الشخصية والجماعية من خلال الاعتماد على مصادر الأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الأخرى ، حيث يتم إدراك الاعتماد بوصفه العلاقة التي يرتبط فيها تحقيق الأفراد لأهدافهم بالتعرض لمصادر المعلومات التي تتحكم فيها الوسيلة الاتصالية<sup>(53)</sup>.  
وتكمن القواعد الأساسية لتأثير الوسيلة في طبيعة العلاقة ذات الأبعاد الثلاثية بين النظام الاجتماعي الكبير ودور الوسيلة في ذلك النظام وعلاقات الجمهور بالوسيلة حيث تعد درجة اعتماد الجمهور على معلومات وسيلة الإعلام بمثابة العامل الأساسي في فهم متى وكيف تعدل الرسائل التي تبثها وسيلة الإعلام الجماهيرية من اعتقادات الجماهير وشعورها وسلوكها<sup>(63)</sup>.

شكل توضيحي (1): يوضح نموذج الاعتماد للعلاقات المتبادلة بين المجتمع ووسيلة والجمهور



#### أهداف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تأكيد أن الاعتماد حالة تظهر حاجة الجمهور إلى فهم العالم الاجتماعي للفرد ، وكذلك حاجة الأفراد في بعض الأحيان إلى الهروب من المشكلات الحياتية<sup>(73)</sup>.  
الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام آثار قوية ومباشرة

تتمثل التأثيرات الوجدانية في المشاعر والعواطف مثل تكوين الاتجاه ، الفتور العاطفي، التعرف ، الدعم المعنوي<sup>(45)</sup> .

#### ثالثاً- الآثار السلوكية: Behavioral Effects

حيث يعد قيام الأفراد بعمل ما نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام هو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفة والوجدانية.

حيث أكدت دراسة Joy C. Gordan (2009)<sup>(55)</sup>، أن إحساس سكان الأماكن الخطرة بالتهديد من هذه الأعاصير (كاترينا وجوستاف) كان له تأثير أكبر في إخلاء هذه الأماكن أكثر من الاعتماد على وسائل الإعلام.

كما أكدت دراسة (Pleasant Ashley 2009)<sup>(65)</sup> التي تهدف إلى معرفة تأثير وسائل الإعلام في العنف وتعاطي المخدرات والكحول بين الشباب ، أن درجة تعرض الشباب بوسائل الإعلام التي تحتوي على مشاهد للتعاطي قليلة في حين أوضح التقرير الدولي للمخدرات والصحة العامة الصادر . أن نسبة كبيرة من الشباب في المرحلة العمرية من 12-17 سنة يتعاطون المخدرات بدرجة كبيرة.

#### مزاي نظرية الاعتماد:

تتمتع نظرية الاعتماد بالعديد من المزايا وتنفرد عن غيرها من النظريات فيما يأتي:

تقديم مدى واسع من التأثيرات المحتملة وتجنب التأثيرات المحددة لوسائل الإعلام على الجمهور أو المجتمع ، وكان ذلك سبباً في تسميتها بالنموذج العارض ؛ حيث إن تأثيراتها تعتمد على مجموعة من المتغيرات<sup>(75)</sup>.

تفسر دور وسائل الإعلام أثناء الأزمات والتغيرات الاجتماعية<sup>(85)</sup> تستخدم في توجيه الأنظمة الإعلامية لإحداث تأثيرات معرفية معينة ؛ حيث تضع هذه النظرية في اعتبارها أن تأثير وسائل الإعلام من شأنه أن يؤثر في النظام الاجتماعي أولاً، والنظام ذاته في مرحلة تالية فهي نظرية صنف في إطار نظريات التأثيرات طويلة المدى على الثقافة والمجتمع ؛ ولاسيما التأثيرات المعرفية في مجالات الاستيعاب والاتجاهات والمعارف والقيم بصفة خاصة مع صعوبة رصد التأثيرات الانفعالية أو السلوكية<sup>(95)</sup>.

مدخل الاعتماد يوجه الانتباه للظروف البنائية والتاريخية فضلاً عن المتغيرات الشخصية والفردية، وبذلك فإنه أكثر ملاءمة للتعامل مع المسائل الاجتماعية والسيكولوجية من معظم مداخل الاتصال الجماهيري الأخرى ، فالنظرية تعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة للنظر إلى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة ، وليست مجرد نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج<sup>(06)</sup> .

تؤثر دوافع الفرد نحو قضايا معينة في درجة اعتماده على وسيلة معينة ، بمعنى أن قوة الدافع تعزز من درجة الاعتماد والعكس صحيح<sup>(74)</sup>.

يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرًا من مصادر تحقيق أهدافهم<sup>(84)</sup>.

ويختلف أفراد الجمهور من حيث مستوى اعتمادهم على وسائل الإعلام ، فالصفوة أكثر احتمالاً لأن يتعرضوا لمصادر متعددة من وسائل الإعلام ، وكذلك يؤثر متغير العمر والنوع والخبرة السابقة في مستوى الاعتماد<sup>(94)</sup>.

يزيد إحساس الفرد بالخطر أو بالتهديد من اعتماده على وسائل الإعلام ، وهو ما أكدته عدة دراسات ومنها دراسة " لوري" على عينة من الشباب بعد أحداث 11 سبتمبر ؛ حيث تبين أن إدراك الخطر والشعور بالتهديد كان السبب الرئيسي لكثافة استخدامهم لوسائل الإعلام<sup>(05)</sup>.

#### تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام:

رصد ملفن دي فليير وساندر بال روكيتش مجموعة من الآثار التي تنتج عن الاعتماد مثل :

#### أولاً - الآثار المعرفية Cognitive Effects

وتتمثل في التأثيرات المعرفية التي تنتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام في مجالات عديدة مثل: الغموض : حيث إن الغموض الناتج عن نقص المعلومات نحو موضوع معين<sup>(15)</sup>، يسبب حالة من عدم الوضوح في المعرفة ، وأيضاً حالة من عدم القدرة على التواصل مع الآخرين بسبب عدم إدراك المفاهيم الخاصة بموضوع الأزمة .

وأوضحت دراسة يانج شانج (2004)<sup>(25)</sup>، أن النقص الحاد في المعلومات عن مرض السارس رفعت من درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على وسائل الإعلام.

وأيضاً ترتيب الأولويات حيث ينتقي الأفراد من وسائل الإعلام ما يرتبط بخصائصهم الشخصية واحتياجاتهم ويوجد تشابه في أجندة اهتمام أعضاء الجمهور في بعض الموضوعات والقضايا كما يوجد اختلاف في البعض الآخر وهذا الاختلاف يرجع للفروق الفردية.

وتوصلت دراسة جوي جوردان (2009)<sup>(35)</sup>، أن الفروق الفردية بين الأفراد في المستوى الاجتماعي الاقتصادي ، النوع من العوامل التي تختلف معها درجة الاعتماد.

#### ثانياً- التأثيرات الوجدانية : Affective Effects

ينقصها متابعة تأثيرات وسائل الإعلام في الحياة العادية والموضوعات المطروحة على الساحة وليس وقت الأزمات فقط .

#### تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على هذه الدراسة:

لما كانت تلك النظرية تنطلق من افتراض أن درجة اعتماد الجمهور على معلومات وسائل الإعلام (التي تمثلها في هذه الدراسة المواقع الإخبارية الالكترونية) هي العامل الأساسي في فهم (متي وكيف) تؤثر الرسائل التي تبثها تلك الوسائل في اتجاهات ومعلومات وسلوكيات الجمهور.

وبالنظر إلى هذه الدراسة في إطار مدخل الاعتماد ، يلاحظ أن هناك أهمية لتطبيق فروض النظرية على وسائل الاتصال الحديثة ؛ مما يتفق مع الاتجاهات البحثية الجديدة للنظرية، التي لم يجر عليها أبحاث كافية . كما يفيد هذا المدخل في معرفة مدى اعتماد الجمهور المصري على المواقع الإخبارية في تزويدهم بالمعلومات ، وما اتجاهات الجمهور نحو معالجات هذه المواقع للقضايا الاقتصادية الرئيسية التي تشغل المجتمع المصري وهي ارتفاع الأسعار ورفع الدعم عن بعض السلع الأساسية ، وكذلك أسعار صرف العملات الخارجية مقابل الجنية ، وأيضاً الديون الخارجية. وكذلك ما التأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا الاعتماد نحو القضايا الاقتصادية موضع الدراسة ، وما التأثيرات الوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد نحو القضايا والأوضاع الاقتصادية المصرية بشكل عام حيث إن نظرية الاعتماد تعد من نظريات التأثيرات طويلة المدى في المجال المعرفي ، وبصفة خاصة في مجال الاستيعاب والمعارف والقيم مع صعوبة رصد التأثيرات الانفعالية والسلوكية نحو قضية بعينها بينما يمكن قياسها نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام . وما مدى تأثير مصداقية وتفاعلية هذه المواقع في اتجاهات الجمهور نحو المعالجة ، وكذلك على التأثيرات الناتجة عن الاعتماد .

#### فروض الدراسة:

الفرض الأول- هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام الإنترنت ومدى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية موضع الدراسة..

الفرض الثاني- يختلف معدل استخدام الجمهور (عينة الدراسة) للإنترنت باختلاف المتغيرات الديموجرافية(النوع-التعليم-المستوى الاجتماعي الاقتصادي )

الفرض الثالث - هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية وكل من درجة التفاعلية والمصداقية لهذه المواقع

ويؤخذ في الحسبان حقيقة أن التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور ربما تؤدي إلى تأثيرات في النظام الاجتماعي وعلى النظام الإعلامي نفسه فتؤدي إلى التغيير<sup>(١٦)</sup>.

وبذلك تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مثلاً بارزاً ، للمحاولات التي يبذلها الباحثون في الإعلام التي تتجه نحو بناء نظرية اتصالية أكثر تكاملاً وعمومية ، وتحاول دمج المداخل البحثية المختلفة معا ، وهي تعد نظرية متكاملة لأنها تجمع مداخل علم النفس (الدوافع ، الانتباه، مستوى الاهتمام) مع عناصر من علم الاجتماع مثل الخصائص الديموجرافية - كما تجمع بين العناصر الرئيسية لمدخل الاستخدامات والإشباع مع عناصر من اتجاهات والتأثيرات الإعلامية . وهي بذلك تهتم بالبيئة الثقافية والاجتماعية وتفترض أنها تحكم وتقيّد الرسائل الإعلامية وتأثيراتها على الجماهير.

بعض نقاط القصور في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

أنها لا تستخدم لقياس التأثيرات بعيدة المدى ويعتبر أبعاد أو كيفية الاعتماد على وسائل الإعلام غير واضحة ، كما أنها لا تصلح للتطبيق في الدراسات التجريبية<sup>(٢٦)</sup>.

يبالغ النموذج في استقلال العناصر الثلاثة المختلفة في نظرية الاعتماد ، وخصوصاً أن النظام الإعلامي هو جزء من النظام الاجتماعي ، الذي تقدمه النظرية كما لو أنه مصدر منفصل عن المجتمع<sup>(٣٦)</sup>.

لم تتعرض النظرية لدور الاتصال الشخصي ، داخل الجماعة أو داخل المنظمات وعلى الرغم من أن الاتجاه يتزايد نحو تعظيم قدر المعلومات التي يستقيها الفرد من شبكات الاتصال الشخصي<sup>(٤٦)</sup>.

وهناك اختلاط واضح بين مفهومي Reliance, Dependence ، بمعنى ما إذا كان علاقة الفرد مع وسائل الإعلام وقت الأزمات علاقة اعتماد ، يأخذ منها الفرد معلومات لفك الغموض ثم يتناقش في هذه المعلومات مع الآخرين أم أنها علاقة تبعية بمعنى أن يأخذ الفرد معلوماته من الوسائل التي يعتمد عليها دون تفكير أو تحليل لهذه المعلومات<sup>(٥٦)</sup>.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام - كما تم تطويرها بواسطة بول روكيتش - وضعت في إطار مفاهيمي بشكل ضعيف أحيانا ، ومقاييس غير متسقة ، وغير ثابتة مما أدى إلى وجود مشكلات في بناء المصداقية . وبالتالي إلى وجود صراع وفوضى في النتائج<sup>(٦٦)</sup>.

تفتقر النظرية إلى الدليل المؤيد الموضوعي ، ويرجع هذا إلى صعوبة إجراء دراسة على نطاق واسع تضم كل المتغيرات الخاصة بالنظرية<sup>(٧٦)</sup>. إن نظرية الاعتماد ينقصها معرفة كيف يمكن لوسائل الإعلام أن تعتمد على الأفراد وإيجاد مفهوم جديد للاعتماد المتبادل ، وأيضاً

#### تساؤلات الدراسة:

- 1- ما كثافة استخدام الجمهور عينة الدراسة لشبكة الإنترنت كوسيلة إعلامية ؟
- 2- ما أنواع المصادر التي تعتمد عليها العينة في متابعة الموضوعات الاقتصادية بعد تعويم الجنيه؟
- 3- ما أهم المواقع الإخبارية الإلكترونية التي تستخدمها عينة الدراسة عبر شبكة الإنترنت وما ترتيب المواقع الإخبارية الإلكترونية من تفضيلات العينة ؟
- 4- ما أسباب متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية كمصدر للمعلومات ؟
- 5- ما طبيعة اتجاهات عينة الدراسة (الإيجابية- السلبية) نحو معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية للقضايا الاقتصادية في مصر بعد تعويم الجنيه ؟
- 6- ما مدى تفاعل الجمهور مع معالجة المواقع الإخبارية للقضايا الاقتصادية ؟
- 7- ما مدى مصداقية المواقع في معالجة القضايا الاقتصادية من وجهة نظر جمهور الدراسة؟
- 8- ما التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد الجمهور على المواقع في معالجة القضايا الاقتصادية موضع الدراسة ؟ وما التأثيرات الوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الجمهور على المواقع في معالجة القضايا والأوضاع الاقتصادية بشكل عام ؟

#### الجانب الفكري للدراسة والتعريفات الإجرائية: الاتجاه:

كما عرفه جوردن آلبرت Jordon Albort هو : حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي تنتظم من خلال خبرة الشخص وتكون ذات تأثير توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستشير هذه الاستجابة ، ويتحمل كل شخص نوعين من الاتجاه هما:

النوع الأول - اتجاهات خاصة أو شخصية وهذه مجموعة اتجاهات نحو أحداث معينة مرتبطة بحياته الخاصة وظروفها<sup>(٨٧)</sup>.

النوع الثاني - اتجاهات عامة أو اجتماعية وهذه مجموعة اتجاهات الشخص نحو الأحداث والموضوعات العامة في الحياة الاجتماعية.

والاتجاه أو الاتجاهات Trends نقصد بها التيارات الفكرية أو المدارس العلمية الأساسية العامة والكلية والتي تشكل خريطة وأجندة المجال البحثي المعين بموضوعاته وقضاياها وإشكالاته<sup>(٨٧)</sup>.

الفرض الرابع - هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية والتأثيرات المعرفية نحو القضايا موضع الدراسة والتأثيرات الوجدانية والسلوكية نحو القضايا والأوضاع الاقتصادية المصرية بشكل عام والناتجة عن هذا الاعتماد .

الفرض الخامس- هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين درجة المصدقية والتفاعلية للمواقع الإخبارية وطبيعة الاتجاه نحو معالجة هذه المواقع للقضايا الاقتصادية .

الفرض السادس- هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين درجة المصدقية والتفاعلية للمواقع الإخبارية ودرجة التأثيرات المختلفة التي يحدثها الاعتماد على هذه المواقع .

الفرض السابع - هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين دوافع الاعتماد على المواقع الإخبارية ودرجة التأثيرات التي يحدثها الاعتماد في هذه المواقع .

#### متغيرات الدراسة:

الفرض	المتغيرات	المستقل	التابع
الأول		مدى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية	معدل استخدام الإنترنت
الثاني		معدل استخدام الإنترنت	النوع-التعليم-المستوى الاجتماعي الاقتصادي
الثالث		درجة المصدقية- درجة التفاعلية	درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية
الرابع		درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية	التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية
الخامس		درجة المصدقية- درجة التفاعلية	طبيعة الاتجاه نحو معالجة المواقع للقضايا الاقتصادية
السادس		درجة المصدقية- درجة التفاعلية	التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية
السابع		دوافع الاعتماد على المواقع الإخبارية	التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية

### القضايا بصفة عامة :

هي تلك الأحداث التي يعايشها أفراد الجمهور بعضهم يتمتع بخبرات شخصية واحتكاك مباشر ويسهل عليهم فهم القضايا وتصورها ، والبعض الآخر يتمتع بحالها بخبرات شخصية واحتكاك مباشر ويصعب عليهم فهمها وتصورها<sup>(١٧)</sup> وهي أنواع وفتات عامة مثل : القضايا الاقتصادية - الاجتماعية - الثقافية - الصحية - الدينية وغيرها من القضايا التي تنسم بالاستمرارية وداخلها موضوعات متعددة. القضايا الاقتصادية المصرية منذ ثورة يناير ٢٠١١ م حتى تعويم الجنيه<sup>(١٧)</sup>:

١-عجز الموازنة: ويعنى زيادة النفقات على الإيرادات حيث تقدر معدلات العجز الشهري في حدود ملياري دولار ؛ وذلك بسبب توقف الإنتاج وزيادة نسب الفقر بين المصريين.

٢-زيادة القروض والديون الداخلية والخارجية ، التي تقدر بحوالي تريليون جنيه مصري وهو ما يزيد كم عبء الفوائد المركبة على الاقتصاد القومي .

٣-انخفاض حجم الاستثمارات بسبب كثرة الاحتجاجات والاعتصامات الفئوية ، وهروب بعض منها إلى الخارج ؛ حيث تتكبد الدولة ما قيمته ٩ مليارات جنيه مصري بسبب الاحتجاجات والمظاهرات الفئوية .

٤-ارتفاع الأسعار للسلع والخدمات بسبب قلة الإنتاج ونقص السيولة لدى الوحدات الصناعية .

٥- انخفاض قيمة الجنيه المصري مقابل الدولار بسبب زيادة الطلب على الدولار وانخفاض العائدات من السياحة والاستثمارات والتصدير وتحويلات المصريين في الخارج .

٦- زيادة نسبة البطالة والتراجع إلى تصفية بعض الوحدات الإنتاجية ، وأيضاً انخفاض الاستثمارات .

٧- التذبذبات في تعاملات البورصة نتيجة عدم الاستقرار الأمني والموجات الإرهابية.

### القضايا الاقتصادية موضع الدراسة:

- ارتفاع الأسعار للسلع والخدمات.
- رفع الدعم عن بعض السلع الأساسية (الغذائية والكهرباء والطاقة ...).
- أسعار صرف العملات مقابل الجنيه المصري .
- الديون والقروض الداخلية والخارجية .

كنموذج لبعض القضايا (وقد اختار هذه القضايا نخبة من المحكمين بدافع أن تكون قضايا تمس اهتمام المواطن البسيط وعامة

الجمهور المصري) والموضوعات الاقتصادية التي ترتبت على قرار تعويم الجنيه المصري وتحرير سعر صرف العملات الأجنبية في 3 نوفمبر 2016 م .

### أولاً - تعويم الجنيه المصري وتحرير أسعار صرف العملات:

أعلن البنك المركزي في 3 نوفمبر 2016م تحرير سعر الصرف للجنيه المصري مقابل العملات الأجنبية بهدف منح البنوك المرونة وإنهاء تداول العملات الأجنبية خارج القنوات الشرعية ، وقد أكد الخبراء الاقتصاديون أن هذا الإجراء جاء اتساقاً مع المنظومة الإصلاحية المتكاملة التي تتضمن برنامج الإصلاحات الهيكلية للمالية العامة للحكومة.

وكذلك أكد الخبراء أن مصر بوضعها الحالي لا تملك الكثير من الخيارات ، وأن تحرير سعر الصرف من شروط صندوق النقد الدولي التي لا مفر منها .

### تأثير تعويم الجنيه في أسعار السلع:

من شأن تعويم الجنيه المصري أن يقلل الضغط على البنك المركزي ؛ فيما يتعلق بحجم احتياطات العملة الأجنبية فيه ، لكن هذا العامل في الاقتصاد الكلي ليس مهمًا كثيرًا ؛ وإنما الأهم أن انخفاض قيمة العملة الوطنية نتيجة التعويم سيؤدي إلى زيادة الصادرات ؛ حيث أصبحت المنتجات المصرية أرخص في الأسواق الخارجية (لأن الجنيه المصري انخفضت قيمته مقابل الدولار واليورو ، وفي المقابل أصبحت الواردات أعلى بكثير . ومن ثم سيصعب على المصريين شراء الكثير من السلع المستوردة ، وبالتالي سيزيد استهلاك السلع المحلية ويزيد من النشاط الاقتصادي الداخلي).

لكن اختلال ميزان الصادرات والواردات أدى إلى تضاعف الطلب الجمعي ، وهو ما يؤدي إلى ارتفاع معدلات التضخم.

### سعر الصرف :

في أعقاب تحرير سعر الصرف في نوفمبر 2016 م ، يتابع معظم المصريين وغير المصريين أخبار حركة سعر الجنيه مقابل الدولار ليس شهرياً أو أسبوعياً أو يومياً بل كل ساعة وهذا لأن كل تغيير في سعر العملة يعني ربحاً كبيراً أو خسارة كبيرة لمن لديه دولارات ، أيًا كان مصدرها . أو لمن يبحث عنها للاستيراد أو الاستثمار أو المضاربة؛ حيث أصبح تغيير سعر الصرف من هواجس المواطن العادي الملحة نظراً لارتباط سعر الصرف بمستوى أسعار السلع والخدمات التي يستهلكها سواء أكانت مستوردة أم لا.

ومما رفع من مستوى التبع أنه ليس هناك من يستطيع التنبؤ بدقة بالسعر العادل للجنيه مقابل الدولار أو السعر التوازني (أي

نوع الدراسة : هذه الدراسة وصفية تهدف إلى التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة المواقع الإخبارية والإلكترونية للأوضاع الاقتصادية المصرية .

#### منهج الدراسة :

منهج المسح : حيث يندرج تحت البحوث التي تسعى لرصد آراء واتجاهات الجمهور فيما يتعلق بمعالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية للأوضاع والقضايا الاقتصادية موضع الدراسة .

#### مجتمع الدراسة :

الجمهور المصري بكل فئاته من مستخدمي الإنترنت والمواقع الإخبارية.

#### عينة الدراسة :

عينة عمدية من مستخدمي المواقع الإخبارية الإلكترونية بلغ حجمها ٢٠٠ مفردة وتم ملء الاستمارة من خلال تحويلها إلى نسخة الكترونية على Google drive ثم إرسالها إلى مواقع التواصل الاجتماعي من خلال شبكة من الأصدقاء .  
والعينة العمدية هي التي تعتمد على قيام الباحث باختيار مفردات العينة بناء على خبرته الشخصية<sup>(37)</sup> وتقييمه الشخصي للخصائص التي يجب توافرها في عينة الدراسة.

#### تصميم أداة جمع البيانات Design Of Survey Instrument

قامت الباحثة بتصميم استمارة الاستقصاء كي تقيس المتغيرات والأبعاد الآتية :

- معدل استخدام الإنترنت .
- التعرض للمواقع الإخبارية.
- الاعتماد على المواقع الإخبارية.
- الاهتمام بالقضايا الاقتصادية موضوع الدراسة.
- المواقع الإخبارية الأكثر اهتمامًا.
- أسباب التعرض للمواقع الإخبارية .
- دوافع الاعتماد على المواقع الإخبارية.
- قياس مدى التفاعلية مع المواقع الإخبارية.
- قياس مدى المصادقية مع المواقع الإخبارية .
- قياس التأثيرات (المعرفية الخاصة بالقضايا موضع الدراسة والناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية ، وكذلك التأثيرات

السعر الذي يلتقي عنده العرض والطلب كما يسميه الاقتصاديون).  
يضاف إلى هذا أن السياسة النقدية تفقد قدرتها على التأثير في الاقتصاد حين يكون هدفها تثبيت سعر الصرف كما كان الحال في العقود السابقة.

#### أهداف تعويم الجنيه:

هناك عشرة أشياء تسعى مصر لتحقيقها من خلال قرارات تحرير سعر الصرف وتعويم الجنيه المصري:

- تبدأ بخفض عجز الموازنة والدين العام؛ حيث سجلت نسبة العجز في الحساب الختامي لموازنة 2015-2016 م ، نحو 12.2% مقارنة مع 11.5% في السنة المالية السابقة. وكذلك خفض الدين العام.
- استكمال إصلاح منظومة الدعم وترشيد الإنفاق الحكومي.
- خفض الواردات ووقف الاستيراد العشوائي؛ حيث تشير الأرقام والبيانات المتاحة أن فاتورة الاستيراد تصل إلى 80 مليون دولار مما يشكل ضغطاً على الاحتياطي الأجنبي.
- زيادة الصادرات وتشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي .
- تحقيق التوازن المطلوب بين الإجراءات الترشيدية والاحتواء الكامل لآثارها على محدودى الدخل.
- تمكين البنك المركزي من الالتزام بتوفير الدولارات لسد الفجوات الاستيرادية للساح الأساسية والإستراتيجية.
- القضاء على ظاهرة "الدولة" والمضاربة على الدولار.
- استهداف معدلات التضخم التي وصلت لمستويات صعبة خلال الأيام الماضية.
- تحريك البورصة المصرية التي شهدت خروج جزء كبير من السيولة خلال الفترات الماضية وهروب المستثمرين العرب والأجانب من السوق المصرية التي شهدت حالة من عدم الاستقرار والخسائر في الفترة الماضية.

#### الديون الخارجية<sup>(3٧)</sup>:

زيادة القروض الخارجية والداخلية، التي تقدر بتريليون جنيه مصري وهو ما يزيد من عبء الفوائد المركبة على الاقتصاد القومي .  
بالنسبة للتقديرات الخاصة بالقروض الخارجية للعام المال ٢٠١٦/٢٠١٥ م ، هي تلك التي اقترضتها الحكومة والبنك المركزي من مصادر أجنبية .

#### الإطار المنهجي للدراسة :

استخدمت الباحثة مقياساً لرصد اتجاهات المبحوثين نحو مصداقية المواقع الإخبارية في معالجة الأوضاع الاقتصادية المصرية بعد تعويم الجنيه المصري في 3 نوفمبر 2016 م، وهو نفس المقياس الذي استخدمته هبة شاهين 2012 م في مقياس "مصداقية القنوات الإخبارية في تغطية أحداث ثورة 25 يناير".

وهو المقياس الذي استخدمته هبة شاهين من دراسة جازيانو وماكجارت 1983 Gaziano & McGrath ويتكون من 12 عنصراً للمصداقية تم تطويرها واختصارها في إطار الدراسات المتعددة للمصداقية بحيث يتضمن:

- الدقة Accuracy - الحياد Objectivity - الشمول Completeness - الثقة Trustworthiness - تلبية احتياجات الجمهور Concern of public interest

هـ- مقياس تأثيرات الاعتماد Dependency Effects measurement استخدمت الباحثة مقياساً لتأثيرات الاعتماد يشمل التأثيرات المعرفية نحو القضايا موضع الدراسة والتأثيرات الوجدانية والسلوكية نحو القضايا والأوضاع الاقتصادية بشكل عام بالاستعانة بمقاييس الاعتماد المستمدة من الدراسات السابقة . من خلال مجموعة من الجمل التي توضح كل نوع من التأثيرات بطريقة ليكرت الثلاثية. حيث إن نظرية الاعتماد تعدُّ من نظريات التأثيرات طويلة المدى في المجال المعرفي وبصفة خاصة في مجال الاستيعاب والمعارف والقيم مع صعوبة رصد التأثيرات الانفعالية والسلوكية نحو قضية بعينها ، بينما يمكن قياسها نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام .

و- مقياس التفاعلية: interactivity measurement استخدمت الباحثة مقياساً للتفاعل مع المواقع الإخبارية ، واشتمل المقياس على خمس عبارات تقيس مستويات التفاعل بالاستعانة بمقاييس التفاعل التي استخدمت في الدراسات السابقة بطريقة ليكرت الثلاثية.

ل- مقياس اتجاهات المبحوثين نحو المعالجة Attitudes measurement استخدمت الباحثة مقياساً مكوناً من مجموعة من العبارات تقيس الاتجاهات المتنوعة (الإيجابية ، السلبية ، المحايدة) نحو معالجة - المواقع الإخبارية للقضايا الاقتصادية موضع الدراسة وذلك باستخدام طريقة ليكرت الخماسية

ثانياً- اختبارات الصدق والثبات :

أولاً - صدق الاستمارة.

للتأكد من صدق أداة القياس ، عرضت الباحثة الاستمارة على

الوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد نحو القضايا والأوضاع الاقتصادية بشكل عام لصعوبة قياسها بالنسبة لقضايا الدراسة (بالتحديد).

- قياس الاتجاهات نحو معالجة المواقع الإخبارية للقضايا الاقتصادية موضع الدراسة .
- قياس المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين بالإضافة إلى النوع والتعليم.

وقد مرت صحيفة الاستقصاء بالخطوات الآتية:

أولاً بناء الإستمارة وتشمل:

- 1- صياغة عدد من الأسئلة المغلقة للإجابة عن التساؤلات التي يستهدفها البحث ووضعها في سياق منطقي.
- 2- بناء مقاييس الدراسة (الاعتماد ، الدوافع ، التفاعلية ، المصداقية، والتأثيرات والمستوى الاجتماعي الاقتصادي، الاتجاهات).

مقاييس متغيرات الدراسة:

أ- مقياس درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية

Dependency on news websites

استخدمت الباحثة مقياساً ثلاثياً للتعرف على كثافة اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية في متابعة الأوضاع الاقتصادية وذلك بالاستعانة بالدراسات السابقة؛ حيث طلب من كل مبحوث أن يحدد درجة اعتماده على كل موقع إخباري من خلال ثلاثة مستويات للاعتماد (اعتماد بدرجة كبيرة - بدرجة متوسطة - لا اعتمد ) على أن يكون الاعتماد بدرجة كبيرة = 3 درجات ، الاعتماد بدرجة متوسطة = 2 ، لا يعتمد = 1 وهي أدنى درجات المقياس وقد تراوحت درجات مقياس الاعتماد على كل موقع من 1-3 درجات.

ب- مقياس دوافع (أهداف) الاعتماد:

Dependency Motivation Goals

استخدمت الباحثة مقياس لدوافع الاعتماد يشمل أبعاد (الفهم ، التوجيه ، التسلية) بالاستعانة بمقاييس دوافع الاعتماد المستمدة من الدراسات السابقة.

ج- مقياس الاهتمام بالقضايا الاقتصادية موضع الدراسة:

استخدمت الباحثة مقياساً يتكون من ثلاثة مستويات بطريقة ليكرت الثلاثية تمثل أبعاد الاهتمام بالأوضاع الاقتصادية في مصر هل بدرجة كبيرة أو متوسطة أو لا يوجد اهتمام.

د- مقياس مصداقية وسائل الإعلام Media credibility

لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٣٠ ، ومتوسطة ما بين ٠,٣٠-٠,٧٠ ، وقوية إذا زادت عن ٠,٧٠ .

٥-اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .

٦-تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .

٧-الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها .

— وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر ، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل

#### نتائج الدراسة:

جدول ١: يوضح متوسط الوقت الذي تقضيه على شبكة الإنترنت يومياً.

متوسط الوقت	ك	%
أقل من نصف ساعة	3	1.5
من نصف ساعة إلى أقل من ساعة	7	3.5
من ساعة إلى أقل من ساعتين	35	17.5
من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات	49	24.5
أكثر من ثلاث ساعات	106	53.0
Total	200	100.0

مجموعة من المحكمين. المتخصصين في الإعلام ومناهج البحث للحكم على صلاحية الاستمارة ودقتها في قياس متغيرات الدراسة. وقد أدخلت عدة تعديلات على الاستمارة في ضوء اقتراحات المحكمين<sup>(47)</sup>.

ومن هذه التعديلات :

- تحديد عدد القضايا الاقتصادية موضع الدراسة بحيث تصبح قضايا ملموسة للمواطن المصري العادي.
- ملء الاستبيانات عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي حتى تتناسب مع العينة العمدية (مستخدمي المواقع الإخبارية).
- استبعاد القضايا الاقتصادية المجردة مثل (عجز الموازنة - قانون الاستثمار الجديد - معوقات الاستثمار الأجنبي - المشروعات القومية الاقتصادية الكبرى ...)
- زيادة عدد العبارات التي تقيس الاتجاه العام نحو معالجة المواقع الإخبارية الالكترونية للقضايا موضع الدراسة.

#### ثانياً - ثبات الاستمارة:

يقصد بثبات الاستمارة أن تعطي النتائج نفسها؛ إذا أعيد تطبيق الاستبانة على العينة نفسها في الظروف نفسها ، وقد اعتمدت الباحثة على طريقة الاختيار وإعادة الاختيار حيث يتم في هذه الطريقة تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية عددها 30 مفردة مرتين بينهما فارق زمني مدته أسبوع على حساب معامل الفايرونيخ بين إجابات المفحوصين في المرتين ، فإذا كانت قيمة المعامل مرتفعة فإن هذا سيكون مؤشراً على ثبات الاستبانة . وبالتالي على صلاحية وملائمة هذه الاستبانة لأغراض الدراسة.

وبحساب القيمة تبين أنها: 72: أي أنها قابلة للتطبيق

#### المعالجة الإحصائية للبيانات :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج «الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية» والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences ، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية .
- ٢- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- ٣- الوزن المثوي الذي يحسب من المعادلة :
- ٤- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) = (المتوسط الحسابي x ١٠٠) ÷ الدرجة العظمى للعبارة

يتضح من بيانات الجدول السابق انشغال عينة الدراسة بالقضايا السياسية؛ حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 60.5% من إجمالي العينة، يليها الموضوعات الاجتماعية بنسبة 58% وبشكل غير متوقع؛ تبين أن اهتمام 35% بالقضايا الاقتصادية من إجمالي القضايا التي تعالجها المواقع الإخبارية، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه المواقع الإخبارية في مصر؛ حيث جاءت في مقدمة المصادر التي لعبت دوراً مهماً في تزويد الجمهور وصانعي القرار بالمعلومات حول الأحداث والأزمات المتلاحقة التي مرت بها مصر بعد ثورة يناير 2011 م؛ حيث أدت هذه المواقع دوراً حيوياً في متابعة أخبار أحداث التحول الديمقراطي وأثرت بشكل كبير في المحتوى البرامجي للفضائيات المصرية.<sup>67</sup> وتتفق هذه النتيجة مع (رباب الجمال 2012)<sup>(77)</sup> التي أكدت ارتفاع نسبة الاهتمام بالقضايا السياسية لدى الجمهور عينة الدراسة؛ وبخاصة بعد أحداث ثورة 25 يناير وما تلاها من تطورات قد أحدثت مجالاً عاماً حظي باهتمام عينة الدراسة.

وتختلف نتائج تفضيلات مستخدمي المواقع الإخبارية في هذه الدراسة عن نتائج العديد من الدراسات الأخرى مثل دراسة (مها الطرابيشي 2001)<sup>(87)</sup> التي تقدم فيها المضمون الرياضي في المرتبة الأولى، وتراجع المضمون السياسي، وربما يكون سبب اختلاف نتيجة هذه الدراسة التي طبقت عام 2001 م يعود إلى تغيير أجندة اهتمامات الجمهور المصري بعد ثورة 25 يناير التي أحدثت طفرة في التثقيف السياسي لدى الجمهور.

تتفق بيانات هذا الجدول مع الطريقة التي تم استخدامها في سحب العينة؛ حيث إن العينة عمدية من مستخدمي الانترنت و المواقع الإخبارية؛ ولكن اختلفت درجة الاستخدام حيث بلغت نسبة 53% من إجمالي العينة أعلى معدل استخدام في البدائل المطروحة و هو أكثر من ثلاث ساعات يليها بنسبة 24.5% معدل الاستخدام من ساعتين إلى ثلاث ساعات يومياً و هو معدل كبير أيضاً و تتفق هذه النتيجة مع (رباب رأفت الجمال<sup>57</sup>) 2012 م؛ حيث توصلت إلى أن حوالي 45.1% من إجمالي العينة يستخدمون الانترنت أكثر من ثلاث ساعات، وهذا يؤكد ارتفاع معدل استخدام الانترنت من جانب عينة الدراسة وكذلك لدى الجمهور المصري مما يعتبرها وسائل إعلام مواز للإعلام التقليدي المتمثل في الصحف و المجلات والإذاعة والتلفزيون إن لم يتفوق عليها وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة Sheila M. McIister 2009 التي أكدت أن الإنترنت أصبحت أكثر انتشاراً، وأصبح مستخدموها أكثر تطوراً نحو متزايد وأن المنظمات الناجحة لا بد أن تمتلك موقعاً إلكترونيًا لتواكب تطورات الإعلام العالمي وتتفق كذلك مع النتيجة التي توصل إليها أشرف جلال 2012؛ حيث توصل لوجود ارتباط إيجابي قوى جداً بين زيادة معدل استخدام الإنترنت وزيادة الاعتماد عليها في تكوين الآراء نحو الأوضاع السائدة وهذا يضيف ويؤكد أهمية الدراسة.

جدول 2: يوضح ما أكثر القضايا التي تفضل متابعتها

ك	ك	نوع القضايا
60.5	121	سياسية
35.0	70	اقتصادية
17.0	34	رياضية
35.5	71	فنية
58.0	116	اجتماعية
8.5	17	أخرى
200		

جدول 3: يوضح معدل متابعة عينة الدراسة للأوضاع الاقتصادية في

مصر

ك	ك	معدل المتابعة
7.0	14	لا أتابع
18.5	37	نادراً
43.0	86	أحياناً
31.5	63	نعم بانتظام
100.0	200	Total

جدول 5 : يوضح درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا اعتمد		اعتمد بدرجة متوسطة		اعتمد بدرجة كبيرة		درجة الاعتماد الموقع الإخباري
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	79.8	0.801	2.395	20	40	20.5	41	59.5	119	بوابة الأهرام
2	76.2	0.847	2.285	25.5	51	20.5	41	54	108	فرانس 24
3	74.7	0.840	2.240	26	52	24	48	50	100	Bbc
4	73.2	0.866	2.195	29.5	59	21.5	43	49	98	سكاي نيوز
5	70.2	0.786	2.105	26	52	37.5	75	36.5	73	اليوم السابع
6	69.5	0.648	2.085	17	34	57.5	115	25.5	51	مصراوي
7	65.3	0.879	1.960	40.5	81	23	46	36.5	73	أخبار مصر
8	64.5	0.673	1.935	26	52	54.5	109	19.5	39	التايمز
9	60.2	0.678	1.805	34.5	69	50.5	101	15	30	موقع cnn
10	60.2	0.728	1.805	38	76	43.5	87	18.5	37	رويترز
11	50.8	0.657	1.525	56.5	113	34.5	69	9	18	فيديو
12	50.3	0.723	1.510	62.5	125	24	48	13.5	27	بوابة الوفد
13	41.7	0.565	1.250	81.5	163	12	24	6.5	13	Ann
200										جملة من أجابوا

تعتبر المواقع الإخبارية من أهم الخدمات المتاحة على شبكة الانترنت وهي بالإضافة إلى شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر جذبًا لفئات مستخدمي الشبكة.

وكما يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفع الوزن النسبي للاعتماد على موقع أخبار "بوابة الأهرام" بوزن نسبي 79.7% في الحصول على معلومات عن الأوضاع الاقتصادية المصرية، يليه موقع "مصراوي" بوزن نسبي 76.2% ، ثم اليوم السابع بوزن نسبي 73.2% وتقاربت باقي المواقع الإخبارية في نسبة اعتماد الجمهور عينة الدراسة عليها وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه (ندية عبد النبي) 2013 التي أكدت حصول موقع اليوم السابع على المركز الأول من حيث درجة اعتماد عينة دراستها لأحداث التحول الديمقراطية بوابة الأهرام ومصراوي وتختلف كذلك مع (رباب الجمال 2012) التي توصلت إلى تصدر موقع اليوم السابع قائمة المواقع الإخبارية الأكثر متابعة ويمكن تفسير هذه الاختلافات بأن هذه الدراسة تركز على الأخبار الاقتصادية

تتفق بيانات هذا الجدول مع بيانات الجدول السابق الذي أكد اهتمام 35% من حجم العينة بالقضايا الاقتصادية ؛ وهي النسبة نفسها تقريباً التي تحرص على متابعة القضايا والأوضاع الاقتصادية بانتظام ، التي بلغت 31.5% في حين بلغت نسبة المتابعة أحيانا 43% وهذا يوضح أن عينة الدراسة تهتم بالأوضاع الاقتصادية المصرية بشكل يتراوح بين المتابعة المنتظمة و المؤقتة

جدول 4 : يوضح معدل الاهتمام بالقضايا الاقتصادية موضع الدراسة

القضايا	ك	%	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		لم أتابع		متوسط حسابي	انحراف معياري	وزن نسبي
			ك	%	ك	%					
ارتفاع الأسعار	120	60.0	67	33.5	13	6.5	2.54	0.62	84.5		
أسعار صرف العملات المختلفة مقابل الجنيه المصري	59	29.5	94	47.0	47	23.5	2.06	0.73	68.7		
السيون الخارجية	17	8.5	63	31.5	120	60.0	1.49	0.65	49.5		
رفع الدعم عن بعض السلع	66	33.0	83	41.5	51	25.5	2.08	0.76	69.2		

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع الوزن النسبي لمتابعة أفراد العينة لقضية ارتفاع الأسعار و ذلك بنسبة 84.5% ، يليها بفارق متوسط متابعة قضية رفع الدعم المادي عن بعض السلع بالتدرج وذلك بنسبة 69.2% . وهذا يؤكد أن هاتين القضيتين تستحوذان على اهتمام المواطن المصري كما اتضح من متابعة أفراد العينة و هذا لما لهما من تأثير مباشر في حياة المواطن ومستوى معيشته . و كذلك من متابعة أفراد العينة لأسعار صرف العملات المختلفة بلغ نسبته 68.7% ، وهذا لإدراكهم تمامًا أن سعر صرف العملات الأجنبية وبخاصة الدولار الأمريكي له تأثير مباشر في مستوى أسعار السلع المطروحة في الأسواق المصرية والتي أصبحت جزءاً أساسياً من محتويات المنزل المصري .

أشار 54% من العينة بضرورة مساعدة المواقع للفرد على الفهم المتعمق للأحداث وتختلف هذه النتيجة مع (هبة شاهين 2012<sup>٥٨</sup>) التي توصلت إلى أن ثقة الجمهور في القنوات التلفزيونية هي السبب الرئيسي للاعتماد عليها في الحصول على الأخبار عن ثورة 25 يناير.

التي تشغل المواقع الرسمية مثل بوابة الأهرام أكثر من المواقع الخاصة مثل اليوم السابع ومصرأوى . وسيوضح الجدول الآتي أسباب التعرض لهذه المواقع.

جدول 6 : يوضح رتب أسباب التعرض لهذه المواقع: (مقياس خماسي)

درجة الاعتماد	موافق جدا		موافق		محايد		معتراض		معتراض جدا		متوسط انحراف حسابي	انحراف معياري	وزن نسبي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
أسباب التعرض	14.2	14.5	11.3	12.7	16.3	19.8	14.0	18.0	8.0	9.5	2.68	0.52	89.2
التغطية الكاملة	14.2	14.5	11.3	12.7	16.3	19.8	14.0	18.0	8.0	9.5	2.68	0.52	89.2
الثقة والصدقية	12.5	12.7	13.5	15.7	19.3	23.8	29.0	31.0	5.2	6.8	2.57	0.62	85.7
التفاعل الإيجابي مع القراء	11.2	11.0	12.0	13.4	16.3	19.8	23.0	28.0	4.5	5.5	2.61	0.56	86.8
الموضوعية والتوازن	9.5	9.0	10.0	11.4	15.3	18.8	18.0	22.0	3.9	4.5	2.54	0.65	84.7
التغطية المستمرة للأحداث	13.2	13.0	15.5	17.7	19.3	23.8	21.0	26.0	6.4	7.5	2.52	0.66	84.0
الفورية	18.2	18.5	12.5	14.7	14.3	17.8	12.0	16.0	8.0	9.5	2.56	0.62	85.3
سهولة التحويل داخلها	20.4	20.0	7.0	8.4	2.7	3.8	22.0	27.0	7.5	8.5	2.44	0.71	81.3

جدول 7 : يوضح دوافع الاعتماد على المواقع كمصدر للمعلومات

درجة الموافقة	موافق		محايد		معارض		متوسط انحراف حسابي	انحراف معياري	وزن نسبي
	%	ك	%	ك	%	ك			
لأنها تغطي كافة الأحداث	70.0	14.0	27.5	55.0	5.0	10.0	2.68	0.52	89.2
لأنني أثق في صحة أخبارها	22.0	44.0	58.0	116.0	4.0	8.0	2.02	0.65	67.3
لأنني أجد بها ما يهمني	64.0	12.8	29.0	58.0	1.4	2.8	2.57	0.62	85.7
لأنها تساعدني في فهم الأحداث	64.0	12.8	32.5	65.0	3.5	7.0	2.61	0.56	86.8
تتميز بمساحة حرة واسعة	62.5	12.5	31.0	62.0	1.3	2.6	2.56	0.62	85.3
تتميز بالجرأة في العرض	62.5	12.5	29.0	58.0	1.7	3.4	2.54	0.65	84.7
إمكانيات الموقع متنوعة	56.5	11.3	35.0	70.0	1.7	3.4	2.48	0.65	82.7
اعتادات التعرض لها	51.0	10.2	40.0	80.0	1.8	3.6	2.42	0.65	80.7
تسمح بالتفاعل وإبداء الرأي	61.5	12.3	29.0	58.0	1.9	3.8	2.52	0.66	84.0
أقضى معها وقت فراغي	57.0	11.4	30.0	60.0	2.0	4.0	2.44	0.71	81.3

وبدراسة دوافع الاعتماد على المواقع الإخبارية انقسمت الدوافع الخاصة بالاعتماد إلى دوافع نفعية مثل (تغطي كل الأحداث - تساعد في فهم الأحداث) ارتفع الوزن النسبي لدافع المساعدة في فهم الأحداث بنسبة 86.8% وبينما جاء في المركز الأول "لأنها تغطي كل الأحداث" بنسبة 89.2% يليهم التفاعلية مع زوار الموقع وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه هبة شاهين 2012 من تصدر دافع الفهم قائمة دوافع اعتماد المبحوثين على القنوات التلفزيونية كمصدر للأخبار المتعلقة بثورة 25 يناير وكذلك مع (رباب الجمال) 2012 التي توصلت إلى ارتفاع دافع "المساعدة في فهم الأحداث" يليها الفورية والحرية كدوافع أساسية من دوافع الاعتماد على المواقع الإخبارية ودوافع طقوسية مثل (اعتادات التعرض لها - أقضي معها وقت فراغي - أجد بها ما يهمني..) ارتفع الوزن النسبي لدافع التعود و

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد دوافع وأسباب استخدام العينة للمواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات عن القضايا الاقتصادية ؛ حيث أكد أفراد العينة أن الموضوعية والتوازن للقضايا الاقتصادية جاءت في مقدمة الأسباب التي تدفعهم للتعرض ؛ وذلك بوزن نسبي 57.4% . يليها التفاعل الإيجابي مع القراء بنسبة 53.2% ثم الثقة والمصداقية بنسبة 51.5% . وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه (دعاء فتحي 2012<sup>97</sup>) التي أكدت أن نسبة كبيرة من العينة بلغت 82% أكدت ضرورة متابعة الإحداث السياسية الهامة من خلال المواقع الالكترونية ، كما

المدونة في الجدول بمقياس ثلاثي و بناء على بيانات هذا الجدول تم تحديد (الحد الأدنى للتفاعلية= 5 ، الحد الأقصى للتفاعلية= 15، المتوسط الحسابي 8.3 ، الانحراف المعياري 1.8) و قد حصل نمط التفاعلية (أناقش في ما تم عرضه على الأصدقاء) على وزن نسبي 69.3% أي المركز الأول في أنماط التفاعلية بمتوسط حسابي 2.08 و انحراف معياري 0.8 يليه نمط (أجول في النص عدة مرات) حيث حصل على وزن نسبي 65.3% بمتوسط حسابي 1.96 و انحراف معياري 0.74 ثم (أقرأ جميع التعليقات و أرد عليها حيث حصل على وزن نسبي 54.3 و متوسط حسابي 1.63 و انحراف معياري 0.65 و يربط هذه النتيجة بالمعايير التي وضعها تايلور 2001<sup>38</sup> عن التفاعلية الخاصة بالمواقع الإخبارية فقد ذكر تايلور أن توافر بند من بنود التفاعلية في الموقع الإخباري لا يكفي للحكم على هذا الموقع بأنه يحقق صفة التفاعلية ولكن لابد من توافر جميع بنود المقياس حتى يحقق مبدأ الاتصال ذي الاتجاهين ؛ حيث إن تفاعلية كل موقع إخباري هي التي تضمن نجاح العملية الاتصالية من خلال هذا الموقع بالإضافة إلى تحقيق منفعة متبادلة بينها وبين الجمهور في المجتمعات المحلية .

وطبقا للمقياس السابق تم تقسيم معدل تفاعل أفراد العينة مع المواقع الإخبارية كالآتي:

جدول 9 : يوضح توزيع عينة الدراسة على مقياس التفاعل

التكرار	ك	%
معدل التفاعل		
منخفض	99	49.5
متوسط	100	50
مرتفع	1	0.5
	200	100

بلغ معدل التفاعل المتوسط نسبة 50 % من إجمالي العينة و معدل التفاعل المنخفض 49.5% بينما بلغ معدل التفاعل المرتفع نسبة ضئيلة لم تتجاوز 0.5% و تتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه (سيد بخيت 2008<sup>48</sup>) في دراسته التي تناولت أدوار مستخدمي المواقع الالكترونية في صناعة المضامين الإعلامية ، وقد أشارت دراسته إلى قلة مساهمة المستخدمين

قضاء وقت الفراغ بنسبة 81.3% بينما حصل على المركز الأول الدافع الخاص بوجود ما يهم زوار الموقع بنسبة 85.7% استخدمت الباحثة مقياساً لدوافع الاعتماد يشمل الفهم والتوجيه والتسلية بالاستعانة بمقياس دوافع الاعتماد المستمدة من الدراسات السابقة<sup>18</sup> حيث تتكون دوافع الاعتماد من الفهم الاجتماعي understanding motivations بطريقة ليكرت الثلاثية و الفهم الذاتي self understanding و توجيه التفاعل interaction orientation كذلك التسلية الاجتماعية social play وتتفق نتائج هذه الدراسة مع (Yang Hwan Lee) الذي توصل إلى أن دوافع استخدام المواقع الاجتماعية تختلف عن دوافع استخدام المواقع الإخبارية وترتبط أكثر بالهدف من المعرفة .

جدول 8 : يوضح مدى تفاعلية الجمهور عينة الدراسة مع المواقع الإخبارية.

التفاعل	مدى	مواقف		محايد		معارض		مؤسـط حسابي	انحرا ف معياري	وزن نسبي
		ك	%	ك	%	ك	%			
عبارات مقياس التفاعل	7	2	36.0	7	36.0	28.0	56	2.08	0.80	69.3
أناقش مع ما تم عرضه على الأصدقاء	2	2	36.0	7	36.0	28.0	56	2.08	0.80	69.3
أرسل المحررين	6	1	3.0	4	20.0	15	76.5	1.27	0.51	42.2
أقرأ جميع التعليقات وأرد عليها	9	1	9.5	8	44.0	93	46.5	1.63	0.65	54.3
أجول في النص عدة مرات	5	1	25.5	9	45.0	59	29.5	1.96	0.74	65.3
أشترك في الخدمات الإخبارية المنفوعة	3	1	6.5	3	19.0	14	74.0	1.33	0.59	44.2

إن توافر التفاعلية في المواقع الإخبارية تتيح للمستخدم أن يكون مشاركاً نشطاً في خلق محتوى الاتصال الذي يرغب في التعرض له ؛ وبخاصة بالنسبة للمواقع الإخبارية الالكترونية التي تشجع المستخدم على التفاعلية و المشاركة الإيجابية في تلقي المادة الإخبارية. فإذا تضمن الموقع الإخباري خدمات تجذب المتردد على العودة إليه مرة أخرى ؛ فإن الموقع سيكتسب أهمية متزايدة في عالم الصحافة الرقمية digital journalism وسيصبح أكثر جاذبية للمعلنين (نجوى عبد السلام 2001)<sup>(28)</sup>

و تقيس بيانات الجدول السابق تفاعلية أفراد العينة مع المواقع الإخبارية المتعددة ، وتحدد كذلك شكل التفاعل من خلال مقياس للتفاعلية تم بناؤه من خلال مدى موافقة المبحوث على العبارات

جدول 11 : يوضح تصنيف عينة الدراسة طبقاً لمقياس المصدقية

المرجع	انحراف نسبي	متوسط حسابي	لا		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		ممدى الموافقة	التأثيرات المعرفية
			ك	%	ك	%	ك	%		
1- التعرف على مستندات أسعار صرف العملات يومياً وما يحدث من أوضاع اقتصادية	82.2	0.59	2.47	5.0	10	43.5	87	51.5	103	1- التعرف على مستندات أسعار صرف العملات يومياً وما يحدث من أوضاع اقتصادية
2- التعرف على أسباب تحرير سعر الصرف وقرارات البنك المركزي وأسعار فوائده وشهادات الاندثار	82.3	0.60	2.47	5.5	11	42.0	84	52.5	105	2- التعرف على أسباب تحرير سعر الصرف وقرارات البنك المركزي وأسعار فوائده وشهادات الاندثار
3- ساعدت على زيادة الأسعار الجديدة للسلع الأساسية الغذائية ومواد الطاقة بعد تعويم الجنيه	72.0	0.75	2.16	21.0	42	42.0	84	37.0	74	3- ساعدت على زيادة الأسعار الجديدة للسلع الأساسية الغذائية ومواد الطاقة بعد تعويم الجنيه
4- زادت فهمي لضرورة معرفة حجم ديون مصر الداخلية والخارجية وسياسة الدعم للتواصل المستمر مع الأحداث	74.8	0.66	2.25	12.5	25	50.5	101	37.0	74	4- زادت فهمي لضرورة معرفة حجم ديون مصر الداخلية والخارجية وسياسة الدعم للتواصل المستمر مع الأحداث
5- ساعدت على تكوين رؤية واضحة بما ستكون عليه الأوضاع الاقتصادية المصرية بعد تعويم الجنيه	76.2	0.62	2.29	9.0	18	53.5	107	37.5	75	5- ساعدت على تكوين رؤية واضحة بما ستكون عليه الأوضاع الاقتصادية المصرية بعد تعويم الجنيه

وقد بلغت نسبة أفراد العينة الذين يرون أن المواقع الإخبارية ذات مصداقية متوسطة 65.5% وذات مصداقية منخفضة حوالي 20%. وهذا يعنى أن الجمهور عينة الدراسة يتعرض لهذه المواقع وهو يرى أن نسبة مصداقيتها متوسطة وليست عالية؛ مما يتطلب تحليل أبعاد مقياس المصدقية من وجهة نظر الجمهور أفراد العينة كما في جدول 10 حيث حصل بعد تلبية احتياجات الجمهور (كأحد أبعاد المصدقية) على المركز الأول بوزن نسبي 70.7% ومتوسط حسابي 2.12 وانحراف معياري 0.56 يليه الدقة التي حصلت على المركز الثاني بوزن نسبي 70.2% ومتوسط حسابي 2.11 وانحراف معياري 0.57 بينما تراجع بعد الثقة إلى المركز الثالث .

وقد استخدمت الباحثة مقياساً لرصد اتجاهات المبحوثين نحو مصداقية المواقع الإخبارية في معالجة القضايا الاقتصادية (موضع الدراسة) بالاستعانة بمقياس المصدقية المستمدة من الدراسات السابقة<sup>68</sup> وفي

العرب في تزويد المواقع بالمضامين الإعلامية . وانحصرت هذه الإسهامات في التعليق على بعض الأخبار والمقالات و الصور دون مشاركة حقيقية في إنتاج مضامين تنشر في شكل أخبار و مقالات و فيديوهات و صور. وكذلك دراسة (نجوى عبد السلام 2001<sup>68</sup>) التي أوضحت أن المواقع الإخبارية العربية لا تستثمر إمكانياتها الرقمية ولا تهتم بإقامة وسيلة اتصال ثنائية الاتجاه بينها وبين المتلقي بل تكتفي بنشر الآراء الخاصة بها وأن مستوى التفاعلية بين القارئ ونص المادة الإخبارية في أدنى مستوياته

جدول 10 : يوضح مدى مصداقية المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين

عبارات مقياس المصدقية	وزن نسبي	متوسط حسابي	بدرجة قليلة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		ممدى الموافقة
			ك	%	ك	%	ك	%	
الدقة: هل تلتزم المواقع التي تتابعها بالدقة في تناول الحيداء هل تلتزم المواقع التي تتابعها بالحيداء في تناول الشؤون التي تتابعها بتناول الخبر من كل زاوية	70.3	0.57	2.11	11.0	22	67.0	134	22.0	44
الثقة: هل تثق في المواقع التي تتابعها هل تلبس كافة احتياجات الجمهور هل تتميز بتوافر كفاءة في المراسلين	61.8	0.57	1.86	24.5	49	65.5	131	10.0	20
التشمل: هل تلتزم المواقع التي تتابعها بتناول الخبر من كل زاوية	68.7	0.68	2.06	20.0	40	54.0	108	26.0	52
الثقة: هل تثق في المواقع التي تتابعها هل تلبس كافة احتياجات الجمهور هل تتميز بتوافر كفاءة في المراسلين	69.5	0.59	2.09	13.5	27	64.5	129	22.0	44
الثقة: هل تثق في المواقع التي تتابعها هل تلبس كافة احتياجات الجمهور هل تتميز بتوافر كفاءة في المراسلين	70.7	0.56	2.12	10.5	21	67.0	134	22.5	45
الثقة: هل تثق في المواقع التي تتابعها هل تلبس كافة احتياجات الجمهور هل تتميز بتوافر كفاءة في المراسلين	66.5	0.64	2.00	20.5	41	59.5	119	20.0	40

تشير بيانات الجدول السابق إلى مقياس مصداقية المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين وقد تم بناء هذا المقياس طبقاً لمجموعة من الدراسات دراسة (Shiela.M.Mc 2009) التي درست كيفية بناء مقياس المصدقية للمواقع وعرضت محاولات Kent&Tailor لبناء مقياس مصداقية المواقع الإلكترونية حيث قامت بوضع المعايير التي تحدد مصداقية المواقع بالتطبيق على مجموعة من المواقع وبدأت دراسة كنت وتايلور 1998 وتم تطوير المقياس 2001، 2003 وتوصلوا إلى الفئات الست الموجودة في المقياس الذي تم تطبيقه في الدراسة (وقد بلغ الحد الأدنى في استجابات المبحوثين 6 و الحد الأقصى 18 والمتوسط الحسابي 12.2 وانحراف المعياري 2.2).

تقيس بيانات الجدول السابق التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية الالكترونية فيما يخص القضايا الاقتصادية موضع الدراسة (ارتفاع أسعار السلع، أسعار صرف العملات الأجنبية مقابل الجنيه المصري، رفع الدعم عن بعض السلع، ديون مصر الداخلية والخارجية )

و طبقا لبناء المقياس تبين أن ( الحد الأدنى للمقياس = 5، الحد الأقصى = 15)

و المتوسط الحسابي=11.6 و الانحراف المعياري = 2.1

جدول 13 : يوضح توزيع المبحوثين على مقياس التأثيرات المعرفية

معدل التأثيرات	ك	ك	%
منخفض	12	6	6
متوسط	122	61	61
مرتفع	66	33	33
الإجمالي	200	100	100

بلغ نسبة التأثيرات المعرفية المتوسطة (بالقضايا الاقتصادية موضع الدراسة ) و الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية 61% يليها التأثيرات المعرفية المرتفعة بنسبة 33% .

و قد تمثلت أكثر التأثيرات المعرفية أدى المبحوثين في التعرف على التعرف على أسباب تحرير سعر الصرف وقرارات البنك المركزي وأسعار فوائدها وشهادات الادخار ؛ حيث حصلت على أعلى وزن نسبي 82.3% و متوسط حسابي 2.47 و انحراف معياري 0.60 يليها التعرف على التعرف على مستجدات أسعار صرف العملات يوميًا وما يحدث من أوضاع اقتصادية ؛ حيث حصل على المركز الثاني في الوزن النسبي 82.2% بمتوسط حسابي 2.47 و انحراف معياري 0.59 وقد تم قياس التأثيرات المعرفية للقضايا الاقتصادية موضع الدراسة ، بينما تم قياس التأثيرات الوجدانية والسلوكية للقضايا والأوضاع الاقتصادية بشكل عام ؛ حيث إن نظرية الاعتماد تعد من نظريات التأثيرات طويلة المدى في المجال المعرفي وبصفة خاصة في مجال الاستيعاب والمعارف والقيم مع صعوبة رصد التأثيرات الانفعالية والسلوكية نحو قضية بعينها بينما يمكن قياسها نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام (هالة بغدادى 2007) <sup>98</sup>.

مقدمتها المقياس الذي استخدمه 1986 gajiano smc grath والذي كان يتكون من 12 عنصرًا للمصدقية تم تطويره واختصاره بعدها في إطار الدراسات المتعددة للمصدقية ليصبح كما هو موضح بالجدول (10) على الرغم من أن العديد من الأبحاث أثبتت أن متغير الثقة يعد من العوامل الأساسية في ارتباط القارئ بالوسيلة الإعلامية أو الاتصالية ؛ إلا أن نتيجة هذه الدراسة أثبتت أن تلبية احتياجات الجمهور كأحد أبعاد المصدقية هي المتغير الأساسي من متغيرات و أبعاد المصدقية هي الحائزة على المركز الأول كأهم أبعاد المصدقية .

و تتفق نتيجة هذه الدراسة مع ما توصل له (وائل عبد الباري 2005<sup>78</sup>) في دراسته عن مصداقية المواقع الإخبارية على الانترنت حيث توصل إلى أن جمهور دراسته يرى أن المواقع الإخبارية .تتمتع بمصدقية أكثر من الصحف ؛ وذلك بنسبة 54.3% من إجمالي حجم عينة دراسته وتختلف هذه النتيجة مع 2009<sup>88</sup> Poorisat&Thanomwong التي توصلت إلى أن مصداقية المواقع الإخبارية الرسمية لا تختلف عن مصداقية المواقع الخاصة التي يملكها أفراد.

جدول 12 : يوضح التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية

الموافقة	مسمى	درجة كبيرة		درجة متوسطة		لا		متوسط حسابي معياري	انحراف معياري	وزن نسبي
		ك	%	ك	%	ك	%			
التأثيرات المعرفية	1- التعرف على أسباب مستجدات أسعار صرف العملات يوميًا وما يحدث من أوضاع اقتصادية	103	51.5%	87	43.5%	10	5.0%	2.47	0.59	82.2
	2- التعرف على أسباب تحرير سعر الصرف وقرارات البنك المركزي وأسعار فوائدها وشهادات الادخار	105	52.5%	84	42.0%	11	5.5%	2.47	0.60	82.3
	3- مساعدت على زيادة الوعي الاقتصادي بالأسعار الجديدة للسلع الأساسية الغذائية ومواد الطاقة بعد تعويم الجنيه	74	37.0%	84	42.0%	42	21.0%	2.16	0.75	72.0
	4- زادت فهمي لضرورة معرفة حجم ديون مصر الداخلية والخارجية وسياسة الدعم للتواصل المستمر مع الأحداث	74	37.0%	101	50.5%	25	12.5%	2.25	0.66	74.8
	5- مساعدت على تكوين رؤية واضحة بما ستكون عليه الأوضاع الاقتصادية المصرية بعد تعويم الجنيه	75	37.5%	107	53.5%	18	9.0%	2.29	0.62	76.2

وتتفق هذه النتيجة مع رباب الجمال 2012 التي توصلت إلى النتيجة نفسها فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية فيما يتعلق بالموضوعات السياسية . و تتفق أيضاً مع دراسة (دعاء فتحي سالم 2012<sup>09</sup>) عن اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الالكترونية لأحداث ما بعد الثورة، التي أوضحت أن التماس العينة للمعلومات الخاصة بأحداث ما بعد الثورة بالمواقع الالكترونية قد أحدث تأثيرات معرفية متعددة ومنها معرفة أسس التحول الديمقراطي في مصر و تغذية الشعور و الولاء و حب الوطن.

وتتفق هذه النتيجة مع رباب الجمال 2012 التي توصلت إلى النتيجة نفسها فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية فيما يتعلق بالموضوعات السياسية . و تتفق أيضاً مع دراسة (دعاء فتحي سالم 2012<sup>09</sup>) عن اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الالكترونية لأحداث ما بعد الثورة، التي أوضحت أن التماس العينة للمعلومات الخاصة بأحداث ما بعد الثورة بالمواقع الالكترونية قد أحدث تأثيرات معرفية متعددة ومنها معرفة أسس التحول الديمقراطي في مصر و تغذية الشعور و الولاء و حب الوطن.

جدول 15 : يوضح توزيع المبحوثين على مقياس التأثيرات الوجدانية

ك	ك	%
منخفض	32	16.0
متوسط	127	63.5
مرتفع	41	20.5
Total	200	100.0

تقيس بيانات الجدول السابق التأثيرات الوجدانية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية الالكترونية فيما يخص القضايا والأوضاع الاقتصادية بشكل عام وذلك لصعوبة قياس هذه التأثيرات نحو قضايا بعينها و طبقا لبناء المقياس تبين أن :-  
(الحد الأدنى للمقياس = 5 ، الحد الأقصى = 15 و المتوسط الحسابي=10.5 و الانحراف المعياري = 2.1)  
وحدود المقياس هي :منخفض 5 - 8 ، متوسط 9 - 12 ، مرتفع 13 - 15

جدول 14 : يوضح التأثيرات الوجدانية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية

مدى الموافقة	درجة كبيرة		درجة متوسطة		لا		متوسط حسابي	انحراف معياري	وزن نسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
1- أجد متعة أثناء متابعة التطورات الاقتصادية	79	39.5	101	50.5	20	10.0	2.30	0.64	76.5
2- أحب متابعة الموضوعات الاقتصادية لأنها تمس حياتي بشكل مباشر	85	42.5	109	54.5	6	3.0	2.40	0.55	79.8
3- أتتحمس للمنتجات المصرية وتجاهل المستوردة	36	18.0	85	42.5	79	39.5	1.79	0.73	59.5
4-نشر فكرة التواصل مع منافذ البيع الوطنية ومحاولات مقاطعة السلع الأجنبية	26	13.0	106	53.0	68	34.0	1.79	0.65	59.7
5-الاهتمام بقضية التنمية وما لها من تأثير مستقبلي	69	34.5	106	53.0	25	12.5	2.22	0.65	74.0

جدول 16 : يوضح التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية

المرجع	الوزن النسبي	انحراف معياري	متوسط حسابي	لا		بدرجة كبيرة		مسمى
				%	ك	%	ك	
1- اتفقت مع زملائي في الموضوعات المطروحة وأتبادل معهم الآراء	82.0	0.60	2.46	5.5	11	43.0	86	103
2-أنتشارك بكتابة رأي عبر الإنترنت	68.7	0.71	2.06	22.0	44	50.0	100	28.56
3-شاركت في عمل حملة دعم المنتجات الوطنية	48.0	0.65	1.44	65.0	130	26.0	52	9.018
4- أرسل الموقع الإخباري لمناقشة الأوضاع الاقتصادية الحالية	44.0	0.55	1.32	72.0	144	24.0	48	4.08
5-شاركت في فواصل الخير التي تطلقها بعض الجمعيات	54.0	0.72	1.62	52.0	104	34.0	68	14.028

بلغ نسبة التأثيرات السلوكية المتوسطة الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية الالكترونية المركز الأول بنسبة 52% يليها في المركز الثاني التأثيرات السلوكية المنخفضة بنسبة 42% ويمكن تفسير هذه النتيجة بان المواطن لم يملك القيام بأي سلوك يكون من شأنه تخفيض الأسعار أو سداد الديون الخارجية على مصر أو غيرها من القضايا الاقتصادية موضع الدراسة.

وقد تمثلت التأثيرات السلوكية في :

مناقشة الآراء المطروحة بالقول وليس بالفعل و ذلك بوزن نسبي 82% و متوسط حسابي 2.46 و انحراف معياري 0.6 يليها (كتابة اعتراض على غلاء الأسعار و ارتفاع سعر الصرف وغيرها من القضايا بوزن نسبي 68.7% و متوسط حسابي 2.06 و انحراف معياري 0.7)

و قد استخدمت الباحثة ثلاث مقاييس لتأثيرات الاعتماد على المواقع الإخبارية (مقياس التأثيرات المعرفية الذي يقيس معارف ومعلومات الجمهور عينة الدراسة بالقضايا الخاصة بالدراسة بينما مقياس التأثيرات الوجدانية والسلوكية تم استخدامهما لقياس هذه التأثيرات نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام لصعوبة قياسهما بالنسبة لقضايا الدراسة) وذلك بالاستعانة بمقاييس تأثيرات الاعتماد المستمدة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام و الدراسات السابقة (Rochetich,1994)<sup>(19)</sup> حيث تكون كل مقياس من خمس جمل كما هو موضح بالجدول بطريقة ليكرت الثلاثي.

تقيس بيانات الجدول السابق التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية الالكترونية فيما يخص القضايا والأوضاع الاقتصادية في مصر بشكل عام وذلك لصعوبة قياس هذه التأثيرات نحو قضايا بعينها . وطبقا لبناء المقياس الحد الأدنى للتأثيرات 5 والحد الأقصى 15 والمتوسط الحسابي 8.9 و الانحراف المعياري 2 والجدول الآتي يشير إلى تصنيف المبحوثين طبقاً لهذا المقياس .

جدول 17 : يوضح توزيع عينة الدراسة على التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية

التأثيرات السلوكية	ك	%
منخفض	84	42
متوسط	104	52
مرتفع	12	6
الإجمالي	200	100

جدول 18 : يوضح اتجاهات المبحوثين نحو معالجة المواقع الإخبارية للأوضاع الاقتصادية المصرية

مستوى الموافقة	موافق جدا		موافق		محايد		معارض		معارض جدا		متوسط حسابي	انحراف معياري	وزن نسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
من أهم مصادري المعلومات حول الأحداث الاقتصادية	26	13.0	62	31.0	79	39.5	16	8.0	17	8.5	3.32	1.07	66.4
أخصص جزءا من وقتي اليومي لمتابعها	27	13.5	57	28.5	75	37.5	6	3.0	35	17.5	3.18	1.24	63.5
زاد استخدامي لها بعد تعويم الجنيه	15	7.5	39	19.5	70	35.0	24	12.0	52	26.0	2.71	1.26	54.1
أصبحت أكثر اهتماما بها	16	8.0	57	28.5	82	41.0	18	9.0	27	13.5	3.09	1.11	61.7
وسيلة تتيج حرية الرأي بدون رقابة	28	14.0	60	30.0	73	36.5	13	6.5	26	13.0	3.26	1.18	65.1
لا أثق في صحة ما ينشر من خلالها	5	2.5	26	13.0	104	52.0	38	19.0	27	13.5	2.72	0.94	54.4
تهدف إلى إثارة الرأي العام	28	14.0	33	16.5	89	44.5	19	9.5	31	15.5	3.04	1.20	60.8
تؤثر سلبا على عجلة التنمية الاقتصادية	6	3.0	18	9.0	94	47.0	41	20.5	41	20.5	2.54	1.01	50.7
تنتشر أخبار مغلوطة	3	1.5	26	13.0	102	51.0	28	14.0	41	20.5	2.61	1.00	52.2
تثير الشائعات المعرضة للتواصل الإلكتروني	10	5.0	20	10.0	102	51.0	34	17.0	34	17.0	2.69	1.03	53.8
ليس مجرد وسيلة للترفيه	59	29.5	57	28.5	45	22.5	27	13.5	12	6.0	3.62	1.21	72.4
سوف تصبح خلال سنوات الوسيلة الوحيدة للمعلومات	46	23.0	35	17.5	76	38.0	18	9.0	25	12.5	3.30	1.27	65.9
توقع أن يتطور بشكل سريع	72	36.0	52	26.0	43	21.5	15	7.5	18	9.0	3.73	1.27	74.5

مقياس الاتجاهات :

تقيس بيانات الجدول السابق اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو معالجة المواقع الإخبارية الالكترونية للقضايا الاقتصادية موضع الدراسة و تم بناء مقياس الاتجاهات ليشمل الأنواع الثلاث:  
الاتجاه الايجابي : و يشمل العبارات من 1- 5  
الاتجاه السلبي : و يشمل العبارات من 6-10  
الاتجاه المحايد : و يشمل العبارات من 11- 13

جدول 19 : يوضح بناء مقياس الاتجاهات

الحد الأدنى	13
الحد الأقصى	65
المتوسط الحسابي	42.6
الانحراف المعياري	6.1

حدود المقياس (منخفض 13 - 33، متوسط 34 - 49، مرتفع 50 - 65)

جدول 20 : يوضح توزيع عينة الدراسة طبقاً لاتجاهاتهم نحو المعالجة

ك	%	طبيعة الاتجاهات
15	7.5	سلبي
159	79.5	محايد
26	13.0	إيجابي
200	100.0	الإجمالي

و طبقا لبناء المقياس تشير بيانات جدول 17 إلى طبيعة اتجاه العينة نحو المواقع الاخبارية الالكترونية و ذلك اعتماداً على مقياس تجميعي (ليكرت الخماسي) و قد حصلت العبارات الإيجابية على موافقة العينة بدرجة محايد أو متوسط و بوزن نسبي يتراوح بين 65-66% ، بينما العبارات السلبية حصلت على درجة (موافق جداً و موافق) خاصة عبارات (لا أثق في صحة ما ينشر خلالها) \_ تهدف إلى إثارة الرأي العام

يختبر الفرض الأول من الدراسة العلاقة بين كثافة استخدام عينة الدراسة للإنترنت (كمتغير مستقل) ومدى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية (كمتغير تابع) وكما هو واضح في بيانات الجدول السابق اتضح أنه لا توجد علاقة واضحة ييم معدل الاستخدام والاهتمام بالقضايا الاقتصادية (ارتفاع الأسعار ورفع الدعم عن بعض السلع وأسعار صرف العملات ) بينما ظهرت العلاقة مع الديون الخارجية وكانت عكسية ضعيفة ويمكن تفسير هذه النتيجة بازدياد استخدام الإنترنت كوسيلة إعلامية جديدة نتيجة سهولة التداول في كل الأوقات من خلال الهواتف الجوالة بغض النظر عن مدى الاهتمام بأي نوع من القضايا ؛ سواء أكانت الاقتصادية أو غيرها. وهذا يعنى أنه تم قبول الفرض جزئياً وليس كلياً .

وهذا الفرض يرتبط مباشرة بالفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، الذي ينص على ازدياد الاعتماد على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات والتغيير الاجتماعي، الذي يمثل في هذه الدراسة الأزمات الاقتصادية التي يمر بها المجتمع المصري، ولم تثبت صحة هذا الفرض في الدراسة نظراً لتغيير الظروف المجتمعية، التي فرضت على المصريين التعايش مع هذه المشكلات الاقتصادية فترات طويلة منذ ثورة يناير 2011 مروراً بكل التغييرات السياسية التي شهدتها هذه الفترة ووصولاً إلى تعويم الجنيه المصري في نوفمبر 2016. ويتفق هذا الفرض كذلك مع فرض آخر في النظرية يؤكد أن ازدياد الاعتماد على وسيلة معينة يتناسب مع عدم القدرة على الوصول لوسائل أخرى متاحة وهذا عكس الواقع الإعلامي المصري الذي يتيح تنوع في الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة .

الفرض الثاني - يختلف معدل استخدام الجمهور (عينة الدراسة) لشبكة الإنترنت باختلاف المتغيرات الديموجرافية (المستوى الاجتماعي الاقتصادي- النوع-التعليم )  
 أولاً -بناء مقياس المستوى الاجتماعي الاقتصادي (SES) :  
 تم بناء مقياس للمستوى الاجتماعي الاقتصادي لأفراد العينة طبقاً لإجاباتهم عن مجموعة من الأسئلة التي تقيس ذلك ثم تم تصنيفهم كما هو موضح بالجدول :

ومن جهة أخرى فقد حصلت العديد من العبارات على درجة (محايد) وهي (شبكة الإنترنت سوف تصبح خلال سنوات الوسيلة الوحيدة للمعلومات- أتوقع أن تتطور بشكل سريع) وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه (دعاء سالم 2012<sup>29</sup>)، حيث توصلت إلى ارتفاع معدل الاتجاهات الإيجابية نحو معالجة المواقع الإلكترونية لأحداث ما بعد 25 يناير، وذلك على مستوى موقعي دراستها (اليوم السابع، مصراوي) وتختلف كذلك مع (ندية عبد النبي 2013) التي أكدت أن زيادة الاعتماد على المواقع ترتبط بزيادة الاتجاه الإيجابي نحو الموقع، وأيضاً تختلف مع دعاء فتحي سالم 2012 التي أوضحت نتائج دراستها ارتفاع معدل الاتجاهات الإيجابية نحو معالجة المواقع الإلكترونية لأحداث ما بعد ثورة 25 يناير

#### فروض الدراسة:

الفرض الأول - هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام الإنترنت ومدى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية موضع الدراسة..

#### جدول 21 : يوضح معدل استخدام الإنترنت مع معدل الاهتمام بالقضايا موضع الدراسة

القضايا موضع الدراسة	متوسط الوقت الذي تقضيه على شبكة الإنترنت يومياً؟	قيمة معامل بيرسون	الدالة الإحصائية	N
ارتفاع الأسعار	0.045	قيمة معامل بيرسون	0.527	200
أسعار صرف العملات المختلفة مقابل الجنيه المصري	0.028-	قيمة معامل بيرسون	0.696	200
الديون الخارجية	0.179-	قيمة معامل بيرسون	0.011	200
رفع الدعم عن بعض السلع	0.059-	قيمة معامل بيرسون	0.408	200

طبقاً لبيانات الجدول السابق تبين انه لا توجد فروق دالة إحصائية حيث تم استخدام اختبار ANOVA أظهرت قيمة (ف) 1.580 وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.209 وهذا يعني أنه تم رفض الجزء الأول من هذا الفرض والخاص بتأثير المستوى الاجتماعي الاقتصادي على معدل استخدام الإنترنت ولم تتحقق الدراسة من صحته.

ويمكن تفسير النتيجة السابقة بأن سهولة التعامل مع الإنترنت من خلال الهواتف الجوالة ورخص أسعار التكنولوجيا الناتج عن وجود بدائل متاحة بأسعار في متناول العامة قلل بشكل كبير من اقتصار استخدام الإنترنت على طبقة اجتماعية مرتفعة ، كما أن عينة الدراسة مسحوبة بطريقة عمدية من مستخدمي الإنترنت . وبالتالي لا توجد فروق جوهرية بينهم ؛ إلا في كثافة الاستخدام

جدول رقم 25 : يوضح الفروق بين معدلات استخدام الإنترنت طبقاً للنوع

الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	النوع	
0.22	198	-	0.95	4.14	80	ذكر	كثافة استخدام الإنترنت
		1.23	0.97	4.31	120	أنثى	

طبقاً لبيانات الجدول السابق تبين أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدل استخدام الإنترنت حيث ظهرت قيمة ت= 1.23 وهي قيمة غير دالة إحصائياً . وهذا يعني أنه تم رفض الجزء الثاني من هذا الفرض والخاص بتأثير النوع على معدل استخدام الإنترنت ولم تتحقق الدراسة من صحته

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الإنترنت تستحوذ على اهتمام الجمهور من الجنسين على حدٍ سواء ، وتختلف هذه النتيجة مع أشرف جلال 2012 الذي توصل إلى وجود فروق جوهرية بين الذكور والإناث في استخدامهم للإنترنت لصالح الذكور

جدول رقم 22 : يوضح تصنيف العينة طبقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي

الدرجة	تصنيف العينة طبقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي (SES)
2	الحد الأدنى
12	الحد الأقصى
7.54	المتوسط الحسابي
2.39	الانحراف المعياري

وتم تحديد المقياس بالدرجات التالية (منخفض 2 - 5، متوسط 6 - 9، مرتفع 10 - 12)

جدول رقم 23 : يوضح توزيع العينة على مقياس (SES)

ك	ك	%
Ses		
منخفض	42	21.0
متوسط	120	60.0
مرتفع	38	19.0
Total	200	100.0

جدول رقم 24 : يوضح الفروق بين معدلات استخدام الإنترنت طبقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي لعينة الدراسة

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المستوى الاجتماعي والاقتصادي	
0.209	1.580	0.879	4.357	42	منخفض	كثافة استخدام الإنترنت
		0.995	4.275	120	متوسط	
		0.930	4.000	38	مرتفع	
		0.963	4.240	200	Total	

جدول رقم ( 28 ) : يوضح الارتباط الخطى بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية مع مقياس كل من التفاعلية والمصدقية .

درجة المصداقية	درجة التفاعلية	المتغيرات
قيمة معامل بيرسون	قيمة معامل بيرسون	درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية
0.082	0.095	اليوم السابع
** 0.148	0.059	مصرأوى
** 0.198	0.019	أخبار مصر
0.036	0.048	بوابة الوفد
* 0.140	0.089	بوابة الأهرام
* - 0.183	0.088	فيتو
0.063	0.075	موقع cnn
0.048	0.025	Bbc
0.002	0.039	رويترز
0.065	0.093	سكاي نيوز
0.032	0.113	فرانس 24
0.062	0.043	التليمرز
0.034	0.094	Ann
0.043	* 0.147	مقياس تجميعي لدرجة الاعتماد على المواقع الإخبارية

\* دال إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ودرجة ثقة ٩٥%

\*\* دال إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩%

تشير بيانات الجدول السابق إلى الارتباط الخطى بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية ودرجة مصداقية المواقع ، كما حددها -وكما هي موضحة في جدولي ١١ و١٠ - اتضح أن العلاقة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠,٠٠١ ودرجة ثقة ٩٩% مع كل من المواقع التالية (مصرأوى وأخبار مصر ) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط الخطى ٠,١٤٨ و٠,١٩٨ ، على التوالي وقيمتهم ٠,١٤٠ و٠,١٨٣ ، وعند مستوى معنوية ٠,٠١٥ ودرجة ثقة ٩٥% مع كل من (فيتو وبوابة الأهرام) وهى دالة إحصائيًا أيضًا .

وهذا يعنى أنه تم قبول هذا الفرض بوجود علاقة بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية ودرجة مصداقية هذه المواقع .

وتتفق هذه النتيجة مع Kanni Huang 2011 الذي توصل إلى وجود علاقة بين السلوكيات البيئية ومصداقية المواقع التي تتناول أخبار البيئة ، وذلك بعد تطبيق تحليل الانحدار الثنائي بين المتغيرين ، وكذلك توصلت دراسته إلى وجود علاقة دالة إحصائيًا بين درجة

جدول 26 : يوضح الفروق بين معدلات استخدام الإنترنت طبقاً لمستوى التعليم:(اختبار انوفا)

التعليم	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدالة الإحصائية
تعليم متوسط	29	3.79	1.207	5.448	0.001
تعليم فوق متوسط	7	4.71	0.488		
تعليم عالي	98	4.46	0.887		
دراسات عليا	66	4.06	0.892		
Total	200	4.24	0.963		

طبقاً لبيانات الجدول السابق تبين أنه توجد فروق دالة إحصائية في معدل استخدام الإنترنت باختلاف المستوى التعليمي لأفراد العينة ؛ حيث ظهرت قيمة ف= 5.448 وهى دالة إحصائية ولمعرفة مصدر الفروق تم تطبيق اختبار (LSD) كما سيتضح من بيانات الجدول القادم

جدول 27 : يوضح استخدام اختبار بعدي (اقل فرق معنوي) (LSD)

المجموعة الأولى	المجموعة الثانية	الفرق بين المتوسطين	الدالة الإحصائية
تعليم فوق متوسط	تعليم متوسط	* 0.921	0.020
تعليم عالي	تعليم متوسط	* 0.666	0.001
دراسات عليا	دراسات عليا	* 0.399	0.008

تبين من اختبار LSD المقياس مصدر الفروق بين المتوسطات كما هو موضح بالجدول السابق أن معدل استخدام الإنترنت جاء بشكل أكبر عند مستوى التعليم فوق المتوسط والجامعي وهذه النتيجة تختلف مع النتيجة التي توصل لها أشرف جلال 2012 الذي أكد أن التعليم لا يؤثر في معدل استخدام الإنترنت وجاء هذا الاختلاف في نتيجة الدراسة لكونها تدرس قضايا اقتصادية ومعالجة مواقع إخبارية لها وهذا قد يتطلب مستوى تعليمي أو يحدث فروق بين أفراد العينة وهذا يعنى أنه تم قبول هذا الفرض بوجود علاقة بين المستوى التعليمي ومعدل استخدام الإنترنت

الفرض الثالث- هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية وكل من درجة التفاعلية والمصدقية لهذه المواقع

\* دال إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ودرجة ثقة ٩٥٪

\*\* دال إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩٪

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك علاقة ارتباط خطي بين الاعتماد على موقع اليوم السابع والتأثيرات المعرفية بقضايا الدراسة و الناتجة عن هذا الاعتماد وهي دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ودرجة ثقة ٩٥٪ وبين الاعتماد على الموقع نفسه والتأثيرات الوجدانية والسلوكية نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام و الناتجة عن هذا الاعتماد وهي دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩٪ في حين لم تظهر هذه العلاقة مع باقي المواقع الإخبارية سوى في حالة التأثيرات الوجدانية التي تبين أن من خلالها هنالك علاقة ارتباط خطي بين الاعتماد على المواقع الإخبارية بشكل عام و حدوث تأثيرات وجدانية لهذا الاعتماد

وهذا يعنى أنه تم قبول هذا الفرض بشكل جزئي مع موقع اليوم السابع ولم تتحقق الدراسة من صحة هذا الفرض مع باقي المواقع . وتتفق هذه الدراسة مع (Kani Huang 2011) الذي توصل إلى أن الاعتماد على المواقع الخاصة بالأخبار البيئية قد أحدث تأثيرات سلوكية خاصة بالنسبة للجمهور عينة الدراسة .

وقد تم قياس هذه العلاقات باستخدام معامل بيرسون للربط بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية ومقياس التأثيرات المعرفية المبينة في الجدولين (١٣ و١٢) ومقياس التأثيرات الوجدانية المبينة في الجدولين (١٧ و١٦) وكذلك مقياس التأثيرات السلوكية المبينة في جدول (١٧ و١٦) وهذا الفرض يرتبط بفرض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الذي يؤكد زيادة احتمالية أن تحقق الرسالة الإعلامية نطاقًا واسعًا من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية ، عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة . وهذا يفسر وجود علاقة ارتباطية واضحة مع بعض المواقع الإخبارية دون غيرها كما هو واضح في تفسير النتيجة

الفرض الخامس - هناك علاقة دالة إحصائيًا بين درجة المصدقية والتفاعلية للمواقع الإخبارية وطبيعة الاتجاه نحو معالجة هذه المواقع للقضايا الاقتصادية .

المصدقية الخاصة بالمواقع البيئية ودرجة الاعتماد على هذه المواقع . كما تشير بيانات نفس الجدول إلى الارتباط الخطي بين درجة الاعتماد على المواقع ودرجة تفاعلية الجمهور عينة الدراسة مع المواقع الإخبارية ، التي حددها الجمهور كما في جداول 9 و8 واتضح من بيانات الجدول أن قيمة معامل الارتباط الخطي 0.147 دالة إحصائيًا مع درجة الاعتماد عامة على المواقع الإخبارية في المجمل وليس كل موقع على حدة .

وهذا يعنى أنه تم قبول هذا الفرض بوجود علاقة بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية ودرجة تفاعلية الجمهور مع هذه المواقع .

وهذه النتيجة تتفق مع (Guilly, Jamie 2008) التي توصلت إلى أن هناك علاقة إيجابية بين مستوى تفاعل المواقع الخاصة بالتوظيف وتصور رواد الموقع عن عمل المنظمة، كما أن إدراك رواد الموقع والصورة العامة للمنظمة صاحبة هذا الموقع

الفرض الرابع - هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية والتأثيرات المختلفة الناتجة عن هذا الاعتماد

جدول رقم ( 29 ) : يوضح الارتباط الخطي بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية مع مقياس التأثيرات الناتجة عن الاعتماد

المتغيرات	تأثيرات معرفية	تأثيرات وجدانية	تأثيرات سلوكية
درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية	قيمة معامل بيرسون	قيمة معامل بيرسون	قيمة معامل بيرسون
اليوم السابع	0.134 *	0.184 **	0.228 **
مصر اوى	0.102	0.074	0.058
أخبار مصر	0.077	0.087	0.059
بوابة الوفد	0.051	0.092	0.096
بوابة الأهرام	0.031	0.017	0.086
فيتو	0.001	0.030	0.122
موقع cnn	0.038	0.057	0.004
Bbc	0.058	0.012	0.055
رويترز	0.008	0.033	0.031
سكاي نيوز	0.029	0.036	0.059
فرانس 24	0.053	0.118	0.029
التايمز	0.028	0.044	0.010
Ann	0.005	0.093	0.135
مقياس تجميعي لدرجة الاعتماد على المواقع الإخبارية	0.023	0.143 *	0.130

المستخدم وليس متغيراً وسيطاً ، وهى جزء أساسي من نجاح العملية الاتصالية عبر الإنترنت .  
الفرض السادس- هناك علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين درجة المصدقية والتفاعلية للمواقع الإخبارية ودرجة التأثيرات التي تحدثها هذه المواقع .

**جدول 31 : يوضح العلاقة بين درجة مصداقية وتفاعلية المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين و التأثيرات الناتجة عن الاعتماد عليها.**

التأثيرات الناتجة عن الاعتماد		درجة المصدقية	درجة التفاعلية
التأثيرات المعرفية .	قيمة معامل بيرسون	0.152**	0.234**
	الدلالة الإحصائية	0.032	0.001
	N	200	200
التأثيرات الوجدانية .	قيمة معامل بيرسون	0.207**	0.159*
	الدلالة الإحصائية	0.003	0.025
	N	200	200
التأثيرات السلوكية	قيمة معامل بيرسون	0.356**	0.070
	الدلالة الإحصائية	0.000	0.323
	N	200	200

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين مصداقية المواقع الإخبارية والتأثيرات المعرفية بقضايا الدراسة والوجدانية والسلوكية نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام مع اختلاف مستوى المعنوية ودرجة الثقة فكانت عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99% مع التأثيرات السلوكية والوجدانية وعند مستوى معنوية 0.05% ودرجة ثقة 95% مع التأثيرات المعرفية أي أنه تم التحقق من صحة هذا الفرض بوجود علاقة بين مصداقية وتفاعلية المواقع الإخبارية والتأثيرات المعرفية نحو القضايا الاقتصادية موضع الدراسة والتأثيرات الوجدانية والسلوكية نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام وكذلك بالنسبة للتفاعلية تشير بيانات نفس الجدول إلى وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة مع التأثيرات المعرفية عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99% والوجدانية فقط عند مستوى معنوية 0.05% ودرجة ثقة 95% ، ولا توجد علاقة بين التفاعلية والتأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد .

وهذا الفرض يرتبط أيضاً بفرض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الذي يؤكد زيادة احتمالية أن تحقق الرسالة الإعلامية نطاقاً واسعاً من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة ( وقد تمثلت هنا في مصداقية وتفاعلية

**جدول 30 : يوضح العلاقة بين درجة مصداقية وتفاعلية المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين واتجاهاتهم نحوها**

درجة المصدقية .	درجة التفاعلية .	قيمة معامل بيرسون	مقياس طبيعة الاتجاه .
0.189**	0.124		N
0.007	0.080	الدلالة الإحصائية	
200	200		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه لا توجد علاقة ارتباط بين التفاعلية وطبيعة الاتجاه في حين توجد علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين المصدقية وطبيعة الاتجاه .

أي أنه تم التحقق من صحة هذا الفرض بشكل جزئي وضعيف بوجود علاقة طردية ضعيفة بين المصدقية وطبيعة الاتجاه ولم تحقق العلاقة بين التفاعلية و طبيعة الاتجاه

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأنه بالرجوع لمقاييس التفاعلية والمصدقية حيث يمثل جدول ( 11 ) مقياس المصدقية وقد اتضح من توزيع عينة الدراسة على هذا المقياس أن ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يرون أن مصداقية المواقع الإخبارية متوسطة ؛ حيث بلغت 65.5% في حين ذكر 15% من المبحوثين أن درجة مصداقية المواقع مرتفعة على الرغم من ارتفاع نسبة اعتماد هؤلاء المبحوثين على المواقع الإخبارية بالدرجة نفسها ، مما يؤكد أن المصدقية لا تؤثر في درجة الاعتماد على هذه المواقع إلا بدرجة ضعيفة ، كما اتضح من قيمة معامل بيرسون ، التي بلغت 0.189 ربما لوجود متغيرات أخرى قد تؤثر في درجة الاعتماد .

وعند الحديث عن تفاعلية الجمهور عينة الدراسة مع هذه المواقع وبالرجوع إلى جدول ( 9 ) الذي يوضح توزيع عينة الدراسة على مقياس التفاعلية تبين ارتفاع نسبة المبحوثين اللذين يتفاعلون بشكل متوسط مع المواقع الإخبارية ؛ حيث بلغت 50% بينما ذكر 0.5% فقط من إجمالي حجم العينة أنهم يتفاعلون بدرجة كبيرة مما يؤكد أن اعتماد أفراد العينة على المواقع الإخبارية لم يكن مرتبطاً بتفاعلهم معها

وتتفق هذه النتيجة مع (Kani Huang 2011) الذي أوضح أنه كلما زاد تقييم قراء الأخبار عبر الإنترنت للمحتوى على أنه أكثر دقة ومصداقية ؛ زادت احتمالية اعتبار الموقع أكثر مصداقية وتفاعلية وتختلف مع ما توصل إليه ستياوار 1992 ، الذي ناقشه Noort2012 في دراسته حيث أكد من خلال دراسته أن التفاعلية خاصة من خصائص

جدول 35 : يوضح توزيع عينة الدراسة على مقياس الدوافع النفعية

ك شدة الدافع	ك	%
منخفض	3	1.5
متوسط	88	44.0
مرتفع	109	54.5
Total	200	100.0

جدول 36 : يوضح ثانيًا

الحد الأدنى	5
الحد الأقصى	15
المتوسط الحسابي	12.4
الانحراف المعياري	2.02

مقياس الدوافع الطقوسية

(منخفض 5 - 8، متوسط 9 - 12، مرتفع 13 - 15)

جدول 37 : يوضح توزيع عينة الدراسة على مقياس الدوافع الطقوسية

ك شدة الدافع	ك	%
منخفض	5	2.5
متوسط	91	45.5
مرتفع	104	52.0
Total	200	100.0

بعض المواقع عن غيرها ) وهذا يفسر وجود علاقة إرتباطية واضحة مع بعض المواقع الإخبارية دون غيرها كما هو واضح في تفسير النتيجة.

الفرض السابع - هناك علاقة إرتباطية دالة إحصائيًا بين دوافع الاعتماد على المواقع الإخبارية ودرجة التأثيرات التي تحدثها هذه المواقع

جدول 32 : يوضح بناء مقياس الدوافع

الحد الأدنى	10
الحد الأقصى	30
المتوسط الحسابي	24.8
الانحراف المعياري	3.04

(منخفض 10 - 17، متوسط 18 - 24، مرتفع 25 - 30)

جدول 33 : يوضح توزيع عينة الدراسة على مقياس الدوافع (النفعية والطقوسية)

ك شدة الدافع	ك	%
منخفض	3	1.5
متوسط	90	45.0
مرتفع	107	53.5
Total	200	100.0

جدول 34 : يوضح أولًا

مقياس الدوافع النفعية

الحد الأدنى	5
الحد الأقصى	15
المتوسط الحسابي	12.4
الانحراف المعياري	1.6

(منخفض 5 - 8، متوسط 9 - 12، مرتفع 13 - 15)

جدول 38 : يوضح العلاقة بين الدوافع (النفعية والطقوسية) وتأثيرات الاعتماد (المعرفية والوجدانية والسلوكية)

التأثيرات الناتجة عن الاعتماد	مقياس الدوافع التجميعي		قيم معامل بيرسون
	دوافع نفعية	دوافع طقوسية	
التأثيرات المعرفية	0.245**	0.152*	0.000
	0.000	0.031	0.000
	200	200	200
التأثيرات الوجدانية	0.286	0.108	0.076
	0.912	0.128	0.286
	200	200	200
التأثيرات السلوكية	0.081-	0.039	0.200**
	0.005	0.581	0.254
	200	200	200

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين الدوافع (النفعية والطقوسية) والتأثيرات المعرفية بقضايا الدراسة كما تشير بيانات الجدول نفسه إلى وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين الدوافع النفعية والتأثيرات الوجدانية نحو الأوضاع الاقتصادية المصرية بشكل عام ، وعلاقة ارتباط عكسية ضعيفة بين الدوافع النفعية والتأثيرات السلوكية نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام . وكذلك توضح وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين الدوافع الطقوسية والتأثيرات المعرفية بقضايا الدراسة.

أي أنه تم التحقق من صحة هذا الفرض بوجود علاقة بين الدوافع المختلفة للاعتماد على المواقع الإخبارية والتأثيرات المعرفية بقضايا الدراسة وكل من التأثيرات الوجدانية والسلوكية نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام.

وهذا يؤكد النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة ، التي أوضحت وجود علاقة بين الدافعية والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد ؛ سواء أكانت تأثيرات معرفية بقضايا الدراسة أو وجدانية وسلوكية نحو الأوضاع الاقتصادية بصفة عامة . ويؤكد كذلك فرض نظرية الاعتماد الذي يؤكد أن دوافع الفرد من متابعة القضايا تؤثر بشكل مباشر في درجة الاعتماد على الوسيلة . وبالتالي التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد .

#### النتائج العامة للدراسة: أولا - نتائج التساؤلات

- 1-ارتفاع معدل استخدام الإنترنت لدى الجمهور عينة الدراسة ، وهو أكثر من ثلاث ساعات حيث بلغ 53% يليها بنسبة 24.5% معدل الاستخدام من ساعتين إلى ثلاث ساعات يوميا وهو معدل كبير أيضاً .
- 2- ارتفاع معدل اهتمام عينة الدراسة بالقضايا السياسية ؛ حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 60.5% من إجمالي العينة ، يليها الموضوعات الاجتماعية بنسبة 58% وبشكل غير متوقع تبين أن اهتمام 35% بالقضايا الاقتصادية عامة في حين بلغ معدل الاهتمام بالقضايا موضع الدراسة 65% لفئة أحياناً و35% لفئة دائماً وهو معدل مرتفع. وقد حصلت قضية ارتفاع الأسعار على وزن نسبي 85% في درجة الاهتمام مما يعكس انشغال الجمهور المصري بهذه القضية
- 3- ارتفع الوزن النسبي للاعتماد على موقع أخبار "بوابة الأهرام" بوزن نسبي 79.7% في الحصول على معلومات عن الأوضاع الاقتصادية المصرية يليها موقع "مصرأوي" بوزن نسبي 76.2% ثم اليوم السابع بوزن نسبي 73.2% وتقاربت باقي المواقع الإخبارية في نسبة اعتماد الجمهور عينة الدراسة.
- 4- أكد أفراد العينة أن الموضوعية و التوازن للقضايا الاقتصادية جاءت في مقدمة الأسباب التي تدفعهم للتعرض و ذلك بوزن نسبي 57.4% يليها التفاعل الإيجابي مع القراء بنسبة 53.2% ثم الثقة و المصداقية بنسبة 51.5% .
- 5- أما دوافع الاعتماد ؛ فقد انقسمت إلى دوافع نفعية ؛ حيث ارتفع الوزن النسبي لدافع المساعدة في فهم الأحداث بنسبة 86.8% . وبينما جاء في المركز الأول "لأنها تغطي كل الأحداث" بنسبة 89.2% يليهم التفاعلية مع زوار الموقع ودوافع طقوسية مثل (اعتادت التعرض لها - اقضي معها وقت فراغي - أجد بها ما يهمني....) ارتفع الوزن النسبي لدافع التعود وقضاء وقت الفراغ بنسبة 81.3% بينما حصل على المركز الأول الدافع الخاص بوجود ما يهم زوار الموقع بنسبة 85.7% .
- 6- وبالنسبة لتفاعل أفراد العينة مع المواقع بلغ معدل التفاعل المتوسط نسبة 50% من إجمالي العينة و معدل التفاعل المنخفض 49.5% بينما بلغ معدل التفاعل المرتفع نسبة ضئيلة لم تتجاوز 0.5%
- 7- وقد بلغت نسبة أفراد العينة الذين يرون أن المواقع الإخبارية ذو مصداقية متوسطة 65.5% وذو مصداقية منخفضة حوالي 20% ؛ وهذا يعنى أن الجمهور عينة الدراسة يتعرض لهذه المواقع وهو يرى أن نسبة مصداقيتها متوسطة
- 8- بلغ نسبة التأثيرات المعرفية المتوسطة (بالقضايا الاقتصادية موضع

الدراسة ) و الناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية 61% يليها التأثيرات المعرفية المرتفعة بنسبة 33%

و قد تمثلت أكثر التأثيرات المعرفية لدى المبحوثين في التعرف على أسباب تحرير سعر الصرف وقرارات البنك المركزي وأسعار فوائدها وشهادات الادخار ؛ حيث حصلت على أعلى وزن نسبي ٨٢,٣% و متوسط حسابي ٢,٤٧ و انحراف معياري ٠,٦٠ يليها التعرف على مستجدات أسعار صرف العملات يومياً وما يحدث من أوضاع اقتصادية ؛ حيث حصل على المركز الثاني في الوزن النسبي ٨٢,٢% بمتوسط حسابي ٢,٤٧ و انحراف معياري ٠,٥٩

٩- بلغ نسبة التأثيرات الوجدانية ( نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام )المتوسط المركز الأول في التكرارات طبقاً لاستجابات المبحوثين حيث بلغت ٦٣,٥% و جاء في المركز الثاني التأثيرات الوجدانية المرتفعة ( نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام )حيث بلغت ٢٠,٥%

١٠-بلغ نسبة التأثيرات السلوكية ( نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام )المتوسطة والمركز الأول والناتجة عن الاعتماد على المواقع الإخبارية الالكترونية ٥٢% حيث احتلت المركز الأول يليها في المركز الثاني التأثيرات السلوكية المنخفضة بنسبة ٤٢%.

١١- طبقاً لبيانات الجدول السابق ارتفعت نسبة الاتجاهات المحايدة ٧٩,٥%، وهذا يتفق مع درجة مصداقية وتفاعلية الجمهور عينة الدراسة مع هذه المواقع.

#### ثانياً - نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول - هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام الإنترنت ومدى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية موضع الدراسة.. اتضح أنه لا توجد علاقة واضحة بين معدل الاستخدام والاهتمام بالقضايا الاقتصادية (ارتفاع الأسعار ورفع الدعم عن بعض السلع وأسعار صرف العملات ) بينما ظهرت العلاقة مع الديون الخارجية وكانت عكسية ضعيفة

الفرض الثاني- يختلف معدل استخدام الجمهور (عينة الدراسة) لشبكة الإنترنت باختلاف المتغيرات الديموجرافية(النوع-العمر-التعليم-المستوى الاجتماعي الاقتصادي )

أولاً - بالنسبة للمستوى الاجتماعي الاقتصادي : تبين أنه لا توجد فروق دالة إحصائياً حيث تم استخدام اختبار ANOVAظهرت قيمة (ف) 1.580 وهي غير دالة إحصائياً .

ثانياً - بالنسبة للنوع : تبين انه لا توجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في معدل استخدام الإنترنت حيث ظهرت قيمة ت=

1.23- وهي قيمة غير دالة إحصائياً .

ثالثاً - بالنسبة للتعليم : تبين أنه توجد فروق دالة إحصائياً في معدل استخدام الإنترنت باختلاف المستوى التعليمي لأفراد العينة ؛ حيث ظهرت قيمة ف= 5.448 وهي دالة إحصائياً حيث جاء بشكل أكبر عند مستوى التعليم فوق المتوسط والجامعي .

الفرض الثالث - هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية وكل من درجة التفاعلية والمصداقية لهذه المواقع .

تبين من دراسة الارتباط الخطى بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية ودرجة مصداقية المواقع ، اتضح أن العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٠١ ودرجة ثقة ٩٩%مع كل من المواقع (مصرأى وأخبار مصر ) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط الخطى ٠,١٤٨ و٠,١٩٨ على التوالي وقيمته ٠,١٤٠ و-٠,١٨٣ وعند مستوى معنوية ٠,٠١٥ ودرجة ثقة ٩٥%مع كل من (فيتو وبوابة الأهرام) وهي دالة إحصائياً أيضاً .

الفرض الرابع- هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية والتأثيرات المختلفة الناتجة عن هذا الاعتماد .

تبين من اختبار الفرض أن هناك علاقة ارتباط خطى بين الاعتماد على موقع اليوم السابع والتأثيرات المعرفية بقضايا الدراسة الناتجة عن هذا الاعتماد ؛ وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٥٥ ودرجة ثقة ٩٥% وبين الاعتماد على الموقع نفسه والتأثيرات الوجدانية والسلوكية(نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام) والناتجة عن هذا الاعتماد وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩% في حين لم تظهر هذه العلاقة مع باقي المواقع الإخبارية في سوى حالة التأثيرات الوجدانية التي تبين أن من خلالها أن هناك علاقة ارتباط خطى بين الاعتماد على المواقع الإخبارية بشكل عام وحدوث تأثيرات وجدانية لهذا الاعتماد

الفرض الخامس- هناك علاقة دالة إحصائياً بين درجة المصداقية والتفاعلية للمواقع الإخبارية وطبيعة الإتجاه نحو معالجة هذه المواقع للقضايا الاقتصادية .

تبين أنه لا توجد علاقة ارتباط بين التفاعلية وطبيعة الإتجاه في حين توجد علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين المصداقية وطبيعة الإتجاه .

الفرض السادس - هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة المصداقية والتفاعلية للمواقع الإخبارية ودرجة التأثيرات التي تحدثها هذه المواقع .

تبين وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين مصداقية المواقع

المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثالث والأربعون ، يناير - يونيو ٢٠١٣ .  
6 () محمد أحمد هاشم ، حسن نيازي الصيفي ين ٢٠١٢ : دور  
الانترنت في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجامعي نحو مرشحي  
انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢ في المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر  
« الإعلام وبناء الدولة الحديثة » كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، من ١٠٢ ،  
يوليو ٢٠١٢ .

7 () رباب الجمال ٢٠١٢ : مرجع سابق .  
8 () WANG, Chengjun, "Jumping over Network  
Threshold: How wide spread could News Diffuse on news sharing  
websites? " Paper presented at the annual meeting of the international  
communicate Association Sheraton phoenix downtown, phoenix  
AZ, May 24 , 2012<Application> online 2017-08-10. <http://citation.  
allacademic.com/meta/p554996- index html publicationtype:  
conference paper Unpublished manuscript.

9 () Neil Thurman & Steve Schifferes (2012): The future of  
personalization At News websites, Journalism studies, 13:5-6, 775-  
790, Doi:10.1080/1461670x.2012.66434 http://dx.doi.org//found  
at <http://www.tandf> online downloaded by/AUC at 11-8-2017.  
issn:1545-687D(print) 1545-6889(online) Journal homepage: [http://  
www.TandFonline.com/haje2D](http://www.TandFonline.com/haje2D).

10 Huang, Kanni and lamp cliff. "credibility on the  
Environmental news website: the role of user-based and quality  
- based characteristic in the Environmental News context. Paper  
presented at the annual meeting of international communication  
Association, TBA, Boston, MA, May 25,2011 online.25-7-2017-  
<<http://citation.allacademic.com/meta> publication type: conference  
paper / unpublished Manuscript

11 () (Noort, Guda, Vooryveld, Hilde. And Van Reijmersdal,  
Eva. "Website interactivity Effects Explained by consume? Online  
Flow Experience " paper presented at the annual meeting of the  
international communication Association, Suntec Singapore  
international come & Exhibition centre, suntec city, Singapore, June22,  
online <pdf> 2017-07-05<[http://citation all academic.com/meta/  
p404293\\_index.html](http://citation all academic.com/meta/p404293_index.html)>publication type: conference paper/unpublished  
menu script

12 () أشرف جلال ، ٢٠١٢ : دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي  
العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية ، في المؤتمر العملي الدولي  
الثامن عشر « الإعلام وبناء الدولة الحديثة كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ط

الإخبارية والتأثيرات المعرفية بقضايا الدراسة والوجدانية والسلوكية ( نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام ) عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩٪ .

وكذلك بالنسبة للتفاعلية تبين وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة مع التأثيرات المعرفية بقضايا الدراسة عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩٪ والوجدانية ( نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام ) فقط عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ودرجة ثقة ٩٥٪ ولا توجد علاقة بين التفاعلية والتأثيرات السلوكية ( نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام ) والنتيجة عن الاعتماد .

الفرض السابع - هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على المواقع الإخبارية ودرجة التأثيرات التي تحدثها هذه المواقع .

تبين وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين الدوافع النفعية والتأثيرات المعرفية بقضايا الدراسة ، وعلاقة ارتباط عكسية ضعيفة بين الدوافع النفعية والتأثيرات السلوكية ( نحو الأوضاع الاقتصادية بشكل عام )

ووجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين الدوافع الطقوسية والتأثيرات المعرفية .

#### قائمة المراجع:

- 1 () معين صالح المتيمى (2009)، تفضيلات مستخدمي الإنترنت لتصميم المواقع العربية دراسة تحليلية ميدانية على المواقع الموجهة للجمهور العربي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص5
- 2 () رباب الجمال 2012 : دور المواقع الإخبارية الالكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو الأحداث السياسية في مصر الفترة ما بعد ثورة 25 يناير. دراسة في إطار نظرية المجال العام ، في المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر - كلية الإعلام - جامعة القاهرة " الإعلام وبناء الدولة الحديثة - 1 - 3 يوليو 2012.
- 3 () Niem-Tsu Nancy chem., katherime ognyanova, chi Zhaug, Cynthia Wang, Sandra J. Ball Rokeach 731, Doi:10.1080/1461670x2015.1078738. <http://dxdoi.org/10.1080/1461670x2015.1078738>.
- 4 () غادة البطريق ٢٠١٣ : معالجة المواقع الإخبارية والمنظمات العربية والدولية على شبكة الانترنت للقضايا السياسية العربية واتجاهات الجمهور المصري نحوها ، رسالة دكتوراه غير منشورة كلية الآداب ، قسم إعلام ، جامعة المنصورة.
- 5 () ندى عبد النبي ، ٢٠١٣ : اتجاهات الشباب المصري نحو دور المواقع الإخبارية في دعم التحول الديمقراطي بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ في

- ٣-١ يوليو ٢٠١٢ .
- 13 () ممدوح عبد الواحد ، ٢٠١٢ : شبكات التواصل الاجتماعي والتحولت السياسية في المجتمع المصري ، في المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر « الإعلام وبناء الدولة الحديثة كلية الإعلام ، جامعة القاهرة من ١٠٣ يوليو ٢٠١٢ .
- 14 () دعاء فتحي سالم ، ٢٠١٢ : اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الالكترونية لإحداث ما بعد ثورة ٢٥ يناير - دراسة في إطار نظرية التماس المعلومات في المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر - « الإعلام وبناء الدولة الحديثة - كلية الإعلام جامعة القاهرة ٣-١ يوليو ٢٠١٢ .
- 15 () Johnson, Thomas J., and Barbara K. Kaye. "Believing the Blogs of War? How Blog Users Compare on Credibility and Characteristics in 2003 and 2007." *Media, War & Conflict* 3.3 (2010): 315-33. Web.
- 16 () Kim, D., Johnson, T.J., A Shift in Media Credulity Comparing Internet and Traditional News Source in South Korea, the *International Communication Gazette*, 71, 2009 , pp. 283-302.
- 17 () (-Poorisat, Thanomwong, Detenber, Benjamin, Viswanatho, Vani. And Nofrina, Hetem. "perceptions of credibility: A comparison of user - Generated and expert- Generated websites" paper presented at the annual meeting of the international communication. Association, Marriot, Chicago, Il, May 20,2009 online <pdf> 2017-07-05. [http://citation.allacademic.on/meta/p299043\\_index.html](http://citation.allacademic.on/meta/p299043_index.html) publication type : conference paper? unpublished / manuscript Review method: peer Reviewed
- 18 () Guillory, Jamie & Sundar, Shyam. "Can interactivity in corporate websites influence public perception of organizations? Paper presented at the annual meeting of the international communication Association TBA,Monterreal,Quebec,Canada,May 21,2008 online<Application/PDF> 2017-07-05<http://citation.allacademic.com/meta/p231585\_index.htm
- 19 () سيد بخيت ٢٠٠٨ : أدوار مستخدمي المواقع الالكترونية في صناعة المضامين الإعلامية : دراسة في المفاهيم وبيئة العمل في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام - يوليو - ديسمبر ٢٠٠٨ .
- 20 () وائل عبد الباري ٢٠٠٥ : صداقية المواقع الإخبارية على الانترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراه الجمهور المصري ، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر تحت عنوان « مستقبل وسائل الإعلام العربية ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٥ ، ص ص ٧٦١ - ٧٩٠ .
- 21 () نجوى عبد السلام ٢٠٠١ : التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الانترنت في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠١ .
- 22 () إلهام يونس احمد ، ٢٠١٠ : العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية العربية - ومستوي معرفة الجمهور المصري بالقضايا الداخلية ، واتجاهاته نحوها ، دراسة ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، تحكيم الإعلام ، جامعة القاهرة .
- 23 () Sheila M. McAlster-Spooner & Michael L-Kent 2009 : Dialogic public relations and resource dependency - New Jersey community colleges as models for website effectiveness, *Atlantic Journl of communication*, 17:4, 220-239, Doi: 10.1080/15450903210.
- 24 () Yang -Hwan Lee , : "Individual media dependency IMD and social networks website: exploring relations between motivational dimentions of IMD and SNW Use" paper presented at the annual meeting of the in national communication association , TBA, Montereal Quebec, Canada, May 21, 2008 online<pdf> 10-8-2017 [http://www.allacademic.com/meta/p234838\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p234838_index.html) publication type : conference paper/ unpublished .menue script.
- 25 () Westgate, Christopher (2008), the every day life of media dependency theory , paper presented at: the annual meeting of the NCA 94<sup>th</sup>, TBA, Sandiego. <http://allacademic.com>.
- 26 () Daniel RiFFe, Stephen lacy theory and using the internet for indepth, specialized information, on: [http://www.soripps.ohiou.edu/wjncr/vol\\_11/11-b,htm/#section2](http://www.soripps.ohiou.edu/wjncr/vol_11/11-b,htm/#section2).
- 27 () هبة شاهين ، ٢٠٠٦ : اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتليفزيونية الالكترونية للحصول على المعلومات السياسية ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد السابع ، عد ١ ، يناير - يوليو ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام .
- 28 () Miller, K. (2005), *Communication theories: perspectives, processes, and context* , 2<sup>nd</sup> ed, New York, Mc Graw Hill, pp 250-251.
- 29 () Lowery, W., *Media dependency during a large scale social disruption: the case of September 11, Mass communication and society*, 7(3), 2004, pp 339-357.
- 30 () Joy C. Gordon (2009), *A tale of two Hurricanes : crisis communication and media dependency as a predicator of evacuation behavior in southeast Louisiana for nurricances Katrina and Gustine* Kansas State University National communication - Chicago <http://allacademic.com>.

- 45 () الهام يونس احمد ، مرجع سابق ، ص 65.
- 46 () سوزان القليني ، 1998 : الاتصال ووسائله ونظرياته : القاهرة : دار النشر المصرية ، ص 33.
- 47 () ( Shao JingSun,Alan M.Rub and M Haridakis2008,The Role Of Motivation and Media Involvement in explaining internet dependency, Journal of Broadcasting&electronic Media,pp 404-431.
- 48 () Shao Jing suns, Alan M. Rubin & M. Hardiakkis (2008): opcit
- 49 () Shao Jing and Others, (2008) : Ibid.
- 50 () Lawery W. (2004): Media dependency during Alarge -Scale social disruption: The case of sep. 11<sup>th</sup>, Mass comm. & Society 7(3) pp 339-357.
- 51 () Yang, Chang, (2004): Op. Cit.
- 52 ()Ibid.
- 53 () Joy. C. Gordan, (2009),A tale of two Hurricans:crisis communication and media dependency as a predictor of evacuation Behavior in southeast Louisiana for hurricans Katrina and Gustave State University chicago <http://allacademic.com>
- 54 () Dennis K. Davis and Stanely J. Baran (2003): Op. Cit.
- 55 () Joy C. Gordon (2009): Op. Cit.
- 56 () Pleasant Ashley E. (2009): Media's influence on Vilonce and deviant behaviors among youth, M.S, the University of Texas at San Antonio, <http://PROQUEST Database online.at march-2015>.
- 57 ()هالة بغدادي ، ٢٠٠٧، المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في القنوات الفضائية العربية الإخبارية :دراسة مقارنة بين قناة الجزيرة القطرية وقناة النيل الإخبارية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون :كلية الإعلام ،جامعة القاهرة ص ٣٠.
- 58 ()Dennis K. Davis & Stanley, J. Baran (2003): Mass communication theories:foundation,ferment,and future, 3<sup>rd</sup> Edition, Wadsworth: Australia, p 321
- 59 () هالة بغدادي ، ٢٠٠٧، مرجع سابق ، ص ٣٠.
- 60 () على سيد على ، علاقة الانتماء الحزبي في مصر بالتعرض للمواد السياسية في الراديو والتلفزيون:دراسة ميدانية،رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية الآداب ،جامعة أسيوط قسم الإعلام، ص ٧٠.
- 61 () الهام يونس أحمد، 2010، مرجع سابق ص 71
- 62 ()Jay Black, Jennings Bryant & Suson Thmopson (1998): Introduction to Media Communication, 5<sup>th</sup> Edition, USA: McGraw-Hill Companies, Inc., P. 29
- 31 ()Mathew Loveless (2008),”Media Dependency:Mass Media as a Sources of Information in the Democratizing countries of central and Eastern Europe”,Journal of Democrtization,vol.15 No.1,February,pp162-183
- 32 () محمد عبد الحميد ، ٢٠٠٠: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط٢ ، القاهرة ، عالم الكتب ، ص ٢٣٤.
- 33 ()Baran, Stanly J. J. & Davis, Dennis K. (2006): Mass Communication Theory, Foundation, Ferment, and Future, Thomson Wads Worth, United Kingdom, United States. P324.
- 34 () Morton, T.A., Duck, J.M., (2000): Social Identity and Media dependency in the gay community: the prediction of safe sex attitudes, communication research, vol. 27 (4), pp. 438-460.
- 35 ()Alconiz, E.B., Blass, S.S., Lorres, FT. (2006): Dependency in consumer media Relations: an application to the case of telescoping. Journal of consumer behavioral , 5, pp. 397-410
- 36 () هبة شاهين ، ٢٠١٣: مصداقية القنوات التلفزيونية الإخبارية خلال الأزمات « دراسة حالة للتغطية الإعلامية لثورة ٢٥ يناير » المجلة المصرية لبحوث الرأي العام - يناير مارس ٢٠١٢ ، المجلد الحادي عشر عدد خاص (الرأي العام وثورة ٢٥ يناير).
- 37 () أيمن أبو زيد ٢٠٠٦: اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية خلال الأزمات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة.
- 38 () الهام يونس احمد ، ٢٠١٠، مرجع سابق.
- 39 () Tcyrome H. Gold (2004): September 11<sup>th</sup> 2001: An individual media dependency perspective, MA, Fac. Brigham Young Univ., Dept. of com., P. 8.
- 40 () Dan Laughey (2007): Key Thens in media theory, New York , Mc Graw Hill, pp. 18, 19.
- 41 () ملفن دسى فليز وساندرا بول روكيتش ١٩٩٤ ترجمة محمد ناجى الجوهر ، نظريات الإعلام ، ط١، عمان:أربيد، دار الأمل للنشر والتوزيع ، ص ٣٥٢
- 42 () Westgate , Christopher (2008), the every day life of media dependency theory , paper presented at: the annual meeting of the NCA 94<sup>th</sup>, TBA, Sandiego. <http://allacademic.com>.
- 43 ()Mathew Loveless (2008), Op. Cit.
- 44 () Jack Rosenberry & Lowren A. Vicker (2009): Applied Mass communication theory . Aguid for media practitioners edu. Inc., pp127-129.

- أ.د/ هويدا مصطفى أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة. 63  
 أ.د/ محمد سعد أستاذ الإعلام وعميد المعهد الدولي العالي للإعلام. 322.  
 ( ) Stanley J. Baran & Dennis K.Davis (2003): Op. Cit, P. 63  
 ( ) Ball-Rokeach & M. Defleur (1981): Op. Cit. P. 67. 64  
 ( ) على سيد على ، مرجع سابق. 65  
 ( ) Pablo Haplern, (1994) "Media Dependency and 66  
 Political Perceptions in an authoritarian political system" Journal of  
 Communication, vol 44 no.4 , p. 40.  
 ( ) على سيد على ، مرجع سابق ، ص ٧١. 67  
 ( ) سلوى إمام على ، الصدق والثبات في استثمارات الاستقصاء 68  
 وتحليل المضمون في : المجلة العلمية بكلية الإعلام ، العدد الأول ، جامعة  
 القاهرة ، كلية الإعلام ، يوليو ١٩٨٩. 69  
 ( ) محمد أبو العلا: اتجاهات الرأي العام نحو قضايا الفساد بعد  
 ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ : دراسة ميدانية ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ،  
 يناير - مارس ٢٠١٢ ، ص ٤٧٦.  
 ( ) خالد صلاح الدين حسن ، ١٩٩٧ : دور التلفزيون والصحف 70  
 في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر : دراسة  
 تحليلية وميدانية « رسالة ماجستير غير منشورة » القاهرة : كلية الإعلام ،  
 جامعة القاهرة ، قسم الإذاعة ، ص ٦٥.  
 ( ) لمزيد من المعلومات الاقتصادية: الرجوع للمراجع التالية 71  
 1- محمود عبد الفضيل 2013: المعضلة الاقتصادية التي تواجه بلدان الربيع  
 العربي، جريدة الشروق، القاهرة، ع12  
 2- سحر الزرقاني، 2015، هل يصمد الاحتياطي النقدي أمام تراجع عوائد  
 السياحة وقناة السويس؟ جريدة البورصة نوفمبر 2015  
 3- طارق الغمراوي 2016: الاقتصاد المصري من 2014-2015 القاهرة، المركز  
 المصري للدراسات الاقتصادية ص11  
 4- أنطون ميلاد، 2015: وضع مصر في إطار تقرير التجارة والتنمية لعام  
 2015 ، معهد الدراسات الدبلوماسية، وزارة الخارجية، القاهرة  
 5- سلوى العنتيرى، 2013: أداء الاقتصاد المصري بعد ثورة يناير، البنك الأهلي  
 ، النشرة الإحصائية، يوليو 2013  
 ( ) البنك المركزي / النشرة الشهرية. 72  
 - شيماء ذو القفار زغيب، ٢٠٠٩، مناهج البحث والاستخدامات 73  
 الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، ص ٢٤٣  
 ( ) أ.د/ خالد صلاح الدين حسن أستاذ الإذاعة 74  
 والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.  
 أ.د/ شيماء ذو القفار أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام  
 جامعة القاهرة.
- أ.د/ هويدا مصطفى أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة. 63  
 أ.د/ محمد سعد أستاذ الإعلام وعميد المعهد الدولي العالي للإعلام. 322.  
 ( ) رباب الجمال ، مرجع سابق 75  
 ( ) ندية عبد النبي، مرجع سابق 76  
 ( ) رباب الجمال ، مرجع سابق 77  
 ( ) مها الطريشي، ٢٠٠١: انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية 78  
 والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي، المؤتمر السنوي السابع-  
 الإعلام وحقوق الإنسان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة مايو ٢٠٠١  
 ( ) -دعاء فتحي سالم، مرجع سابق 79  
 ( )- هبه شاهين ، مرجع سابق 80  
 ( )- لمزيد من الإطلاع حول مقاييس دوافع الاعتماد: 81  
 1-Patwardam,p.,Yang,J.,IntrnetDependency Relations and Online  
 consumer Behaoral"AMedia system dependency online ,Journal  
 of Interactive advertising,vol.3,No.2,2003, available online Jiad.org/  
 article.,36  
 2-Ball-Rokeach,s.j.,Defleur,M.L.,OP .CIT.,PP240-253  
 ( )- نجوى عبد السلام فهمي ٢٠٠١: مرجع سابق، ص ٢١٩ 82  
 ( )-sheila M,MC,2009,OPCIT 83  
 ( )-سيد بخيت سيد بخيت ٢٠٠٨ : مرجع سابق 84  
 ( ) نجوى عبد السلام ، مرجع سابق 85  
 (86) .لمزيد من الإطلاع حول مقاييس المصادقية انظر: 86  
 1- Johnson, T.J.,B.K.choosing is believing? How web Gratifications  
 and reliance Affect internet Credibility among Politically interested  
 users, Atlantic Journal of communication 18,2010,pp1-21  
 2- Rober Ts,C.,correlations Among variables in message and  
 messenger credibility scales, American Behavioral (scientist,  
 54(1),2010 pp 43\_66  
 ( ) وائل عبد البارى ، مرجع سابق 87  
 ( )poorisat&thanomwong ,2009:opcit 88  
 ( ) هالة بغدادي ، مرجع سابق ، ص ٣٠ . 89  
 ( ) دعاء فتحى سالم ، مرجع سابق 90  
 ( ) (Ball-Rokeach ,S.J.,Defleur,M.L., Theories of 91  
 Mass Communication 4th edition (new York:long man,1989)  
 vol.1, 1994,pp5-23  
 ( ) دعاء سالم ، مرجع سابق 92