

مصادقية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وعلاقتها بثقة الجمهور المصرى واتجاهاته نحوها دراسة تحليلية ميدانية

أ.م.د. هشام رشدى خيرالله*

الملخص:

هدف البحث إلى التعرف على مدى مصادقية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وعلاقتها بثقة الجمهور المصرى واتجاهاته نحوها وذلك من خلال ، الكشف عن حجم معالجة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، والتعرف على مدى مصادقية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية لدى الجمهور، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفى إطارها استخدم الباحث منهج المسح بشقيه التحليلى والميدانى، واستخدم فى ذلك الاستبيان وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٦٨٥) مفردة من الجمهور المصرى ، كما طبقت الدراسة التحليلية على عينة من مواقع الصحف الإلكترونية وهى (صحيفة اليوم السابع الإلكترونية- صحيفة الأهرام الإلكترونية)، وتوصلت الدراسة إلى أن أزمة العملة جاءت فى مقدمة الأزمات الاقتصادية التى تناولتها صحف الدراسة، ويليهما أزمة ارتفاع الأسعار، وجاء نص وصورة فى مقدمة أشكال عرض المضامين الصحفية المتعلقة بالأزمات الاقتصادية فى الصحف الإلكترونية، ويليه فى الترتيب الثانى نص وصورة وفيديو، كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعا لاختلاف مستويات مصادقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: المصادقية - الأزمات الاقتصادية - التناول الإعلامى - الصحف الإلكترونية

* أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية- جامعة المنوفية

**The credibility of the media coverage of economic crises
through electronic newspaper websites and its relationship to
the Egyptian public's confidence and attitudes towards them
Field analytical study**

Dr. Hesham Roshdy Khiralla *

Abstract:

The aim of the research is to identify the extent of the credibility of the media's handling of economic crises through the websites of electronic newspapers and its relationship to the Egyptian public's confidence and attitudes towards it, by revealing the volume of dealing with economic crises through the websites of electronic newspapers, and to identify the extent of the credibility of the media's handling of economic crises through the websites of electronic newspapers to the public. This study belongs to the descriptive studies, and within its framework, the researcher used the survey method in its two parts, analytical and field, and used in that questionnaire and content analysis as tools to collect the required data. The websites of the electronic newspapers, which are (Al-Youm Al-Saba' electronic newspaper - Al-Ahram electronic newspaper), and the study concluded that the currency crisis came at the forefront of the economic crises that were dealt with in the study newspapers, followed by the crisis of high prices, and text and images came in the forefront of the forms of presentation of journalistic contents related to economic crises in newspapers Electronic, followed in the second place by text, image and video. It also showed that there were statistically significant differences between the mean scores of the respondents on the scale of the level of exposure to content related to economic crises, according to the different levels of credibility in the media handling of the contents related to economic crises through electronic newspaper websites.

Key words: Credibility - Economic crises - Media coverage - Electronic newspapers

* Assistant Professor in the Department of Educational Media, Faculty of Specific Education - Menoufia University.

مقدمة:

لقد مر المجتمع المصرى والعربى والدولى خلال السنوات القليلة الماضية بأحداث واضطرابات متعددة أحدثت تغييرات مجتمعية وسياسية أثرت على الحياة الاقتصادية، وأصبح الإعلام فى هذه الأحداث محركاً أساسياً للأحداث سواء كان متفقاً معها أو فى حالة اختلاف مما أثر فى حركة الرأى العام وتوجهاته نحو البناء والتنمية فى ضوء إتباع الإعلام لمبدأ المهنية والالتزام بالأخلاقيات والتشريعات أو فى ضوء ابتعاده عن ذلك وإتباعه لتقديم معلومات غير دقيقة، ومزيفة مما أدى إلى ارتباك المشهد المجتمعى العام.

فتزايد الصراعات المجتمعية، وتعدد القضايا والمشكلات القومية ذات الطابع الجماهيرى - التى ترتبط بمصالح أغلبية أفراد المجتمع - أصبح يطرح أعباءً إضافية على الدور الإعلامى، خاصة مع تصاعد الاعتماد على الإعلام كأحد الأدوات الأساسية فى الإعداد والتنفيذ وصناعة القرارات فى المجتمع.^(١) وتمثل الأزمات الاقتصادية إحدى المشكلات الرئيسية التى تواجهها مصر، وأصبحت تنصدر القضايا القومية المهمة نظراً لتشابك خيوطها مع كثير من القضايا الأخرى، وتفاقمها بدرجة لم يسبق لها مثيل من قبل، الأمر الذى يهدد مسيرة ومستقبل المجتمع^(٢)، وقد تفاقمت الأزمة الاقتصادية خلال السنوات القليلة الماضية والتى تلت ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ إلى أعلى درجة، وفرضت تلك الأزمة نفسها بقوة على أجندة الصحف والجمهور، وأصبحت تحظى بمعدلات متابعة عالية.

وقد شهدت مصر بعد الثورة تحولاً جذرياً فى أداء وسائل الإعلام وذلك باتجاه الشفافية والمصداقية، حيث أصبحت وسائل الإعلام تتناول الأحداث بشكل مختلف، ورغم هذا التحول الكبير الذى شهده الإعلام بعد الثورة إلا أن هذا لم يمنع من الحديث عن المصداقية فى وسائل الإعلام، فقد تحرص بعض المواقع المهمة فى نشر معلوماتها على أن تكون تلك المعلومات ذا قيمة للمستفيد من خلال وضعها بإطار قابل للنقل والاختزان وأن تكون تلك المعلومات مصنفة ومبوبة طبقاً لما فيها من تشابه واختلاف، وأن تكون ملائمة طبقاً لحاجات كل مستفيد لأن جمهور المستفيدين يختلف من موقع إلى آخر كل ذلك يثير الكثير من المشاكل والتي منها مصداقية المعلومات ومدى إمكانية الاعتماد عليها والاستفادة من محتوياتها والاقتراب منها لإعداد البحوث ومن هنا يمكن قياس مصداقية تلك المعلومات من مصداقية المواقع ذاتها فقد ازداد فى الآونة الأخيرة النقاش حول الثقة والاعتماد على المعلومات الموجودة على الشبكة ولكنها تتوسع لتشمل المتلقي للمعلومات فالمعلومات الغير صحيحة ليس لها أهمية ما لم تصدق، ولكن المشكلة الأساسية أن كثير من الناس يصدقون كل شيء يرونه تقريباً على شبكة الانترنت

وقد أحدث ظهور الصحف الإلكترونية على الإنترنت تغييراً فى طبيعة الشكل والمحتوى الصحفى، ومن هنا تغير أسلوب نقل المعلومات عبر الصحيفة، بحيث تقدم المعلومة بطريقة بصرية بدلاً من الاكتفاء بالاعتماد على النصوص اللفظية، مع تأكيد فاعلية الصور كأدوات

اتصال بعين القارئ، أدوات تخبر بأجزاء من القصص الإخبارية التي تقرأها وتبين مدى واقعيتها وتأثيرها من خلال الرؤى المتضمنة في هذه الصور^(٣)، وكما تتغير اتجاهات مخاطبة الجماهير صحفياً، تغيرت طبيعة القراء^(٤)، حيث يفترض بعض أنصار نظرية التلقى أن هناك تصنيفات عديدة للقراء من بينها القارئ الضمني الذي يسهم أحياناً بتصورات الذهنية عما يقرأه وبخبرته المعرفية ملء الفجوات في النص أو الخبر الذي يقرأه^(٥)، ولذا فمن المحتمل أن يكون نشر قضايا الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية مصدراً لمعرفة الجمهور لمثل هذه الأزمات وفي الوقت ذاته يعد الجمهور مصدراً للصحف بشأن القضايا ذاتها، ومن ثم فقد عمد الباحث إلى التعرف على مدى مصداقية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وعلاقتها بثقة الجمهور واتجاهاته نحو تلك الأزمات.

ويؤكد سافورد Safford ٢٠٠٩ على أن الأزمات الاقتصادية لا يمكن معالجتها إعلامياً من خلال استضافة الخبراء أو المسؤولين الحكوميين فقط، ولكن الأمر يتطلب تكاتف العديد من الجهات في البحث عن حلول وتطبيقها مثل المواطنين وهيئات المجتمع المدني والمؤسسات التعليمية والخيرية وقطاع رجال الأعمال والمؤسسات غير الهادفة للربح؛ فلا يكفي أن يأتي الخبير عبر الوسيلة الإعلامية ليقرر ما يتعين القيام به، ولكنه يطرح أطراً عامة تمكن مختلف الأطراف المعنية من بناء القدرات الداخلية والاشتراك في حل الأزمة والتصدي لها وذلك إلى جانب تكثيف التغطية حيث "تشير الدراسات إلى أن الموضوعات الاقتصادية جاءت على رأس القصص الخبرية التي تعالجها وسائل الإعلام الأمريكية على مدار أربع سنوات متواصلة منذ حدوث الأزمة الاقتصادية العالمية^(١)

وتصف نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجع صدق تكون أكثر ثراءً، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة.

لا ينكر المتابعون لفاعلية وسائل الإعلام القديمة والجديدة الرقمية، الدور الكبير الذي تؤديه المواقع الإلكترونية ومنها الصحف الإلكترونية في حياتنا، على مدار الأربع وعشرين ساعة، ولا يقاس هذا الدور فقط بمعدل انتشار هذه الوسائل وكثافة استخدامها، والساعات التي يستغرقها الجمهور معها، وإنما يمتد الأثر إلى المحتوى الذي تروج له، وبعضه جاد وهادف، وكثيرة يفتقد الدقة والموضوعية والتوازن والصدق، وأغلبه يروج لمقولات مغلوبة ومعلومات كاذبة وشائعات تحركها بقصد ووعي أو بغير وعي مجموعات بشرية في الداخل أو الخارج،

مستفيدة من خصائص ثراء الوسيلة كاملة؛ حيث السرعة والفورية والانتشار وسهولة الاستخدام والطابع الشخصي، واللغة التي باتت في متناول الجميع على اختلاف المستويات التعليمية والثقافية والاجتماعية، وإزاء هذه السهولة، باتت المواقع الإلكترونية أداة نشطة جداً في تداول المعلومات الاقتصادية، خاصة في أوقات الأزمات.

وهذا يؤكد القول الشائع بأن الإعلام سلاح ذو حدين، فوسائل الإعلام التي تدرك مسئوليتها تجاه مجتمعاتها تستطيع أن تكون أداة إصلاح، أما التي تتحرك بدوافع تجارية أو نفعية محضة فإنها تتحول إلى معول هدم وتخريب لأركان المجتمع، وأهمها الشباب الذي يعد لبنة المستقبل^(٧).

مشكلة الدراسة:

يمكن تحديد المشكلة البحثية بناءً على الملاحظة أولاً، حيث لاحظ الباحث أن وسائل الإعلام المصرية عامة في الآونة الأخيرة تسلط الضوء على الأحداث الجارية في المجتمع من بينها الأزمة الاقتصادية سواء ارتبط ذلك بالمجتمع المحلي أو المجتمع الدولي، كما يمكن تحديد المشكلة البحثية أيضاً من خلال الدراسات السابقة، حيث لاحظ الباحث أن هناك نقصاً واضحاً في الدراسات التي تتناول دور الإعلام في معالجة قضايا الأزمات الاقتصادية بشكل عام، ودور الصحافة الإلكترونية بصفة خاصة، حيث تفتقر المكتبات العربية إلى هذه النوعية من الدراسات على الرغم من خطورة الأزمة الاقتصادية وما تشكله من آثار مدمرة على مسيرة المجتمع، وتزداد أهمية تناول هذه المشكلة البحثية في ضوء هامش الحرية المتزايد الذي تتمتع به وسائل الإعلام المصرية في الآونة الأخيرة في ضوء سياسات الإصلاح الاقتصادي، مما أعطى وسائل الإعلام الجراءة والشجاعة في التطرق لعدد من قضايا الأزمات الاقتصادية في معالجاتها المختلفة، ونجد الاهتمام المتزايد من جانب الصحف الورقية منها والإلكترونية بمعالجة قضايا المجتمع المصري مما يعكس الشق المرتبط بموضوعات الأزمات الاقتصادية المختلفة على كافة المجالات والمستويات .. ويتطلب ذلك دراسة مصداقية المضمون الذي تقدمه الصحف الإلكترونية لقضايا الأزمات الاقتصادية وبحثه في المجالات المختلفة، بالإضافة إلى تحليل التأثير التي يتركه هذا التناول على مستوى ثقة الجمهور واتجاهاته نحو مصداقية هذا التناول، وقد يدعم إحساس الباحث بمشكلة الدراسة أيضاً نتائج الدراسة الاستطلاعية التي أجراها على عينة محدودة من الصحف المصرية الإلكترونية، وكذلك الدراسة الاستطلاعية التي أجراها على عينة من الجمهور المصري، والتي أعطت نتائج علمية تبين مدى اهتمام الصحف الإلكترونية بتناول الأزمات الاقتصادية وزيادة معدلات النشر الصحفى لهذه النوعية من الأزمات، إلى جانب اعتماد الجمهور المصري على الصحف الإلكترونية في استقاء معلوماته عن الأزمة الاقتصادية على الرغم من وجود تباين بين صحف الدراسة وبعضها في طريقة وحجم التناول، وكذلك تباين حجم ودوافع تعرض الجمهور

المصرى لكل من تلك الصحف، كما أن مصداقية تناول الأزمات الاقتصادية قد يكون له تأثير على ثقة الجمهور وتشكيل اتجاهه نحو تلك القضايا، ومن ثم يمكننا بلورة مشكلة الدراسة فى الإجابة على التساؤل التالى:

ما مدى مصداقية تناول الإعلامى للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وعلاقتها بثقة الجمهور المصرى واتجاهاته نحوها ؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة الحالية من خلال:

- ١- تكتسب هذه الدراسة أهمية آنية من أهمية مواقع الصحف الإلكترونية التى تعد جزء من العمل الإعلامى، الذى يمكنه أن يصنع رأي عام بين الجمهور خاصة إذا تبنى نتائجه بعض الجهات السياسية ووسائل الإعلام.
- ٢- ضرورة معرفة رجع الصدى فى مجال الإعلام، فمعرفة ردود الأفعال تجاه ما يقدم خلال مواقع الصحف الإلكترونية مهم للمخططين وصانعى القرار لتعديل الرسائل أو جعلها تتوافق مع الجمهور المتلقي.
- ٣- تكتسب هذه الدراسة بعدا مجتمعيا وذلك باعتبار مواقع الصحف الإلكترونية تتفوق على وسائل الإعلام الأخرى فى إمكانية عرض الصوت والصورة معا بالإضافة إلى بعض التقنيات التكنولوجية الحديثة مما يُلجأ الفرد لتكوين صور ذهنية لما يعرض له من خلال هذه الوسيلة وهذا مما لا شك فيه من أسباب تفوق مواقع الصحف الإلكترونية على الوسائل التقليدية.
- ٤- تسهم هذه الدراسة فيما تخرج به من نتائج قد تفيد المؤسسات المهمة بالقضايا الاقتصادية فى الوقوف على حجم الأزمات الاقتصادية فى المجتمع المصرى ومن ثم إمكانية وضع حلول لهذه الأزمة.
- ٥- تتبع أهمية الدراسة من تناولها لوسيلة إعلامية هامة وهي الصحف الإلكترونية التى لها دور واضح فى التغيير السياسى والاجتماعى، كما أنها أتاحت للفرد العادي فرصة أن يصبح صحفياً وكاتباً ومنتجاً للمعلومات لا مستهلكاً لها فحسب، وتمكينه من إسماع صوته إلى الآخرين متجاوزاً كل قيود وعوائق استخدام وسائل الإعلام التقليدية.
- ٦- تتبع أهمية الدراسة من تزايد حجم الاهتمام بالأزمة الاقتصادية على كافة المستويات، حيث أدت التطورات والتحويلات الاقتصادية والسياسية فى العالم إلى ظهور الأزمات الاقتصادية، وأصبحت تمثل مصدراً رئيسياً للموضوعات الصحفية فى الصحف المصرية الإلكترونية، كما تمثل هذه القضايا بؤرة اهتمام جميع قطاعات المجتمع فى الفترة الراهنة.

- ٧- التأثير البالغ لقضايا الأزمات الاقتصادية على الاقتصاد القومي، ومناخ الاستقرار والاستثمار في الرأي العام وإثارة مشاعر عدم الرضا والإحباط واستشراف الانحراف في المجتمع مما ينعكس سلبياً على الأداء العام وعلى اهتزاز منظومة القيم، وبالتالي تعطل مسيرة التنمية وبرنامج الإصلاح الاقتصادي واتجاه الرأي العام نحو أداء الحكومة.
- ٨- أهمية الوعي السياسي والاقتصادي التي تُحتمها ظروفنا القومية والدولية حيث يمكن المواطن من التعرف على حقوقه وواجباته السياسية والاقتصادية، فالوعي السياسي والاقتصادي يجعل الفرد على درجة عالية من المعرفة السياسية والاقتصادية، كما يكسبه القيم السياسية الإيجابية، ويدفعه إلى المشاركة الفعالة في العملية السياسية.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على العلاقة بين مستوى مصداقية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وثقة الجمهور المصري واتجاهاته نحوها وذلك من خلال:

أولاً: أهداف تتعلق بدراسة مواقع الصحف الإلكترونية:

- ١- التعرف على حجم التغطية الإعلامية للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.
- ٢- رصد أهم الأزمات الاقتصادية التي تناولتها مواقع الصحف الإلكترونية خلال فترة الدراسة.
- ٣- الكشف عن الأدوات المستخدمة في تأطير الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.
- ٤- تحديد أشكال عرض المضامين الصحفية المتعلقة بالأزمات الاقتصادية في الصحف الإلكترونية.
- ٥- دراسة الأطر التي تبنتها مواقع الصحف الإلكترونية في تناول الأزمات الاقتصادية، وما وظيفة هذه الأطر.

ثانياً: أهداف تتعلق بدراسة الجمهور:

- ١- التعرف على حجم تعرض الجمهور المصري لمواقع الصحف الإلكترونية.
- ٢- التعرف على حجم تعرض الجمهور المصري للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.
- ٣- دراسة مستويات مصداقية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.
- ٤- الكشف عن مدى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

- ٥- قياس مدى اهتمام الباحثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.
- ٦- دراسة العلاقة بين حجم تعرض الباحثين للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى الثقة بمصداقية الصحف واتجاهاتهم نحو الأزمات.
- ٧- دراسة العلاقة بين مصداقية مواقع الصحف الإلكترونية لدى الباحثين كمصدر للمعلومات عن الأزمات الاقتصادية ومستوى الثقة في تلك المواقع لديهم.
- ٨- قياس مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستويات تعرض الجمهور للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

مدخل مفاهيمي للدراسة:

- **المصداقية:** هناك خلط لدى البعض بين مفهوم الصدق والمصداقية على الرغم من أنهما مختلفان في المعنى، فالصدق يعني مطابقة الكلام للواقع وهو ضد الكذب^(٨) أما المصداقية فهي تعني الأدلة التي تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأي فمصدق الأمر: الدليل على صدقه^(٩)، وقد وضع (Fogg & Kameda, 2002)^(١٠) تعريفاً للمصداقية، وأكد أنها تعنى درجة الثقة التي يمنحها الأفراد لأشخاص معينة أو لمعلومات ما، وأضاف أن هناك عنصرين أساسيين يسهمان في توضيح مفهوم المصداقية **الأول:** المصداقية هي إدراك الجودة أو الكفاءة فهي لا تكمن في موضوع أو شخصية أو معلومة، لذلك حينما يتم مناقشة مصداقية شئ ما فإنه في الواقع يتم مناقشة مدى إدراك الأفراد لمصداقيتها، **الثاني:** اتفق العلماء على أن إدراك المصداقية ينتج عن تقييم مجموعة من الأبعاد المركبة معا بشكل متزامن. وتتجه رؤية هويدا مصطفى (٢٠٠٣)^(١١) للمصداقية في المجال الإعلامي نحو الأدلة التي تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأي، وهذه الأدلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تسهم في تقييم مدى مصداقية المادة الإعلامية. بينما وضع (Schweiger, 2004)^(١٢) ست مستويات يمكن أن تسهم جميعاً في تفسير إدراك المصداقية لوسائل الاتصال، يأتي في المستوى الأول القائم بالاتصال Presenter، حيث يقيم الأفراد مصداقية القائم بالاتصال كمقدم النشرة الإخبارية أو الصحفي أو المراسلين، ثم يأتي في المستوى الثاني مصدر الحدث Actor-source، ويقصد به القصة الإخبارية للحدث، ثم في المستوى الثالث تأتي وحدة تحرير الأخبار Editorial units، ويقصد بها الفقرات الإخبارية بالتليفزيون أو المقال الصحفي في الجريدة أو أى موقع بالإنترنت، وفي المستوى الرابع يكون الإنتاج الإعلامي Media Product، ويقصد به الشبكة التليفزيونية أو الصحف أو مواقع الإنترنت الأكثر شهرة بين الأفراد، حيث يميل الأفراد إلى تصديق القنوات أو الصحف أو المواقع الأكثر شهرة لديهم، وفي المستوى الخامس يأتي الإنتاج

الإعلامى المحدد Single Media Product وهو ما يرتبط بتوجه الوسيلة وطبيعة ملكيتها، أما المستوى السادس فيتعلق بنوع الوسيلة Media Type، أى مدى مصداقية الوسيلة ككل مثل: الصحف، التلفزيون، مواقع الإنترنت، وهو المستوى الذي تهتم الدراسة الحالية برصده. وأشارت دراسة عزة عبد العزيز (٢٠٠٦)^(١٢)، إلى أن المواقع الإلكترونية للصحف كانت أكثر مصداقية من الصحف التقليدية. كما توصلت بعض البحوث الحديثة أن الإنترنت أكثر مصداقية من الصحف والتلفزيون ومن هذه الدراسات دراسة VanBogart، Shauna M (٢٠١٤)^(١٤)، دراسة Johnson & kaye (٢٠١٥)^(١٥)، دراسة Johnson & kaye (٢٠١٦)^(١٦)، ودراسة Alotaibi, Naif Mutlaq (٢٠١٧)^(١٧). ويمكن أن نتحدث عن المصداقية من حيث ضرورة توافرها فى (المصدر، القائم بالاتصال، والوسيلة، الرسالة، الجمهور) وهى العناصر التى تتكون منها العملية الاتصالية، ومتى توفرت المصداقية فى هذه العناصر كان الإعلام المقدم هادفاً ناجحاً ووفقاً لما سبق يسرد الباحث مستويات المصداقية التى تم تطبيقها فى الدراسة الحالية:

- **مصداقية القائم بالاتصال:** حيث يقيم الأفراد مصداقية القائم بالاتصال كمقدم النشرة الإخبارية أو الصحفى أو المراسلين
- **مصداقية المصدر:** ويقصد به القصة الإخبارية للحدث.
- **مصداقية الرسالة:** فنوع القضية التى يتم تناولها فى الوسائل يعد عاملاً مؤثراً فى مصداقية الجمهور، وذلك من حيث كون هذه القضية موضوعاً خلافياً أو جدلياً أو موضوعاً متفقاً عليه، أو أن الموضوع يرتبط بأوقات الأزمات والصراعات أم يرتبط بالأوقات العادية.
- **مصداقية الوسيلة:** حيث أظهرت التطبيقات أن مصداقية وسائل الإعلام تقل عندما يزداد الجدل حول قضية أو موضوع ما، أو كون هذه القضية تأتى فى أوقات الأزمات والصراعات والكوارث والحروب، دون تجاهل أن طبيعة الموضوع وارتباطه بالقضايا المحلية أو الإقليمية أو العالمية له دور كبير فى تحديد مصداقيته، حيث تزداد مصداقية الموضوعات كلما ازداد اقترابها من حياة الجمهور واهتماماته^(١٨)،
- **مصداقية الجمهور:** حيث يؤكد البعض أن من أسباب تكرار التعرض للحصول على معلومات معينة (الرسالة) سببه ثقة الجمهور فى الوسيلة التى تقدم له مضمون صادق.
- **التناول الإعلامى:** هو العمل الإعلامى الذى تقوم بها المواقع الإخبارية وتغطيتها لمختلف الأخبار السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، أو الطريقة التى يتم من خلالها تناول أخبارها أو عرض وقائع أو أحداث. تفسيراً عملياً ومنتظماً لكيفية حدوث التأثيرات المعرفية

والوجدانية لوسائل الإعلام على الجمهور بمختلف فئاته وخصائصه. والتناول الإعلامي هو الطريقة المدعومة بالأدوات المهنية والقواعد العملية، والعلمية، من أشكال إعلامية متنوعة وقوالب صحفية وإذاعية راديو وفيديو، وكذلك مهارات الصياغة وبلورة الأفكار والإعداد، والتقديم والإخراج لإظهار المحتوى الإعلامي في أفضل صورة يتعامل معها الجمهور ليستطيع الفهم والمشاركة، لتحقيق الأهداف المرجوة من وراء تقديم مضمون ما.

- **الأزمات الاقتصادية:** عبارة عن اضطراب فجائي يطرأ على التوازن الاقتصادي في قطر ما أو عدة أقطار، وهي تطلق بصفة خاصة على الاضطراب الناشئ من اختلال التوازن بين الإنتاج والاستهلاك^(٩)، وهي حالة من الصعوبة التي تمرّ بها بلد أو مجتمع أو دول، نتيجة حالة غير اعتيادية من التطورات غير المتوقعة في تشغيل النظام المالي ومكوناته، مما يؤثر في الحالة الاقتصادية بشكل سلبي، كما تُعدّ الأزمة الاقتصادية نقطة مفصلية تُؤدّي إلى تحوّل الحالة الاقتصادية الجيدة والمستقرّة إلى حالة مُضطربة، وتحدث هذه الأزمة نتيجة خلل في التوازن الاقتصادي ما بين الاستهلاك والإنتاج، وعلى مستوى الدول فإنّ الأزمة الاقتصادية تكون نتيجة لتداعيات سلبية في الهيكلة الاقتصادية والسياسية للدولة، ويُشار إلى أنّ مفهوم الأزمة الاقتصادية دخل لأدبيات العلوم الاجتماعية في ستينيات القرن الماضي. وتتسم الأزمة بالمفاجأة والغموض، وجسامة التهديد سواء على مستوى الخسائر المادية أو البشرية، إضافة إلى أن الأزمة تكون مربكة، فتهدد الافتراضات الرئيسية التي يقوم عليها النظام، وتخلق حالة من القلق والتوتر، وعدم اليقين في البدائل المتاحة، خاصة في ظل نقص المعلومات، كذلك تتسم الأزمة بضيق الوقت المتاح لمواجهتها؛ فالأحداث تقع وتتصاعد بشكل متسارع وربما حاد، الأمر الذي قد يُفقد الأطراف الفاعلة في الأزمة القدرة على السيطرة عليها.^(١٠) ويمكن تلخيص أنواع الأزمات الاقتصادية فيما يلي: **الأزمة الائتمانية:** ترتبط هذه الأزمة بالقطاع المالي بشكل رئيسي، وتُشير إلى نقص في الأموال الائتمانية في البنوك والمؤسسات المالية الأخرى. **الأزمة المالية:** تُشابه إلى حدّ كبير الأزمة الائتمانية ولكنها على نطاق أوسع، وتتضمّن صعوبة في الحصول على التمويل، وترتبط بعدم قدرة البنوك والعملاء على الاقتراض، مما يُؤدّي إلى معاناة البنوك من عجز في التمويل. **الأزمة المالية العامة:** تحدث الأزمة المالية العامة نتيجة محاولة الحكومات سداد ديونها، ومحاولة الاقتراض لتغطية العجز في ميزانيتها. **أزمة العملة:** تحدث أزمة العملة عند وجود انخفاض سريع في قيمة العملة، مما يجعل المُستثمرين في حالة من الخوف من التملك في الدولة. **التضخم المفرط:** تحدث هذه الأزمة عندما يحدث تضخم مرتفع وانهيار في قيمة العملة، مما يجعل المعاملات العادية صعبة. **الارتفاع المفاجئ في أسعار النفط:** يُؤدّي الارتفاع السريع في أسعار النفط إلى كساد اقتصادي، وبالتالي ارتفاع معدلات التضخم، وانخفاض الإنتاج.

- **مواقع الصحف الإلكترونية:** ويرى الباحث أنه يمكن تعريف الصحف الإلكترونية بأنها نوع من أنواع الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني - الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى - تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بطريقة فورية.
 - **مستوى الثقة:** من أهم العناصر الرئيسية في إدراك الأفراد للرسائل الإعلامية هي مستوى الثقة في وسائل الإعلام حيث أن المواقف أو الآراء التي يتبناها الفرد خلال وسائل الإعلام تلعب دوراً هاماً في تقييم الفرد للمعلومات التي يتم تقديمها ومن ثم الثقة في تلك المعلومات وفي النهاية الاعتماد عليها في عملية تقييم المرشحين أو أداء السياسية والحكومة. أن الثقة في وسائل الإعلام تتأثر أيضاً بالمناخ العام ومدى تقبل الناس للرأي أو الاتجاه الذي يقدم في وسائل الإعلام. وهو ما أكدته دراسة (Cohen^(٢١) Bandura (2011)^(٢٢) Bellucci (2014)^(٢٣))
 - **الاتجاه:** يعرف الاتجاه بأنه توجه ثابت أو تنظيم مستقر للعمليات المعرفية والانفعالية والسلوكية، وتتداخل مكونات هذا الاتجاه وتؤثر في بعضها البعض أو تغيير فيها. يفضي إلي تغيير من المكونات الأخرى^(٢٤)، وهو شعور الفرد العام الثابت نسبياً الذي يحدد استجاباته نحو موضوع معين أو قضية معينة من حيث القبول أو الرفض، التأييد أو المعارضة، المحاباة أو المجافاة، ويعرفه الباحث إجرائياً بأنه الدرجة التي يحصل عليها المبحوث على مقياس الاتجاه نحو مصداقية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.
 - **الجمهور المصري:** يقصد به الجمهور العام من سن ١٨ سنة وما يزيد، ويشمل كافة الفئات والشرائح.
- حدود الدراسة:** وتتمثل حدود الدراسة في الحدود التالية:
- ١- **حدود موضوعية:** حدد الباحث موضوع دراسته في مصداقية تناول الإعلام للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وعلاقتها بثقة الجمهور المصري واتجاهاته نحوها.
 - ٢- **حدود مكانية:** تتمثل حدود الدراسة المكانية في جمهور محافظات جمهورية مصر العربية.

- ٣- **حدود بشرية:** اقتصرت الدراسة على عينة من الجمهور العام الذين يتراوح عمرهم الزمني بين ١٨ سنة فأكثر، ويرجع اختيار الجمهور العام دون تحديد شريحة معينة وذلك لأن الأزمات الاقتصادية ليست جديدة باهتمام فئة معينة من الجمهور، بالإضافة إلى بحث أى فئات المجتمع أكثر تأثراً بهذه الأزمات.
- ٤- **حدود وثائقية:** تتمثل الحدود الوثائقية فى مجموعة من مواقع الصحف الإلكترونية مع الأخذ فى الاعتبار أن تمثل الحدود الوثائقية للدراسة بصحف ترجع لأصل ورقى، وصحف أخرى ترجع لأصل إلكتروني.
- ٥- **حدود زمنية:** تتمثل الحدود الزمنية فى تحليل مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة فى الفترة من أول يناير ٢٠٢٢ وحتى نهاية ديسمبر ٢٠٢٢.

الدراسات السابقة :

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما يسهم إيجاباً في البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة الحالية، وفي هذا الصدد هناك عدة دراسات تقترب من قريب أو بعيد من موضوع الدراسة الحالية، وفيما يلي عرض هذه الدراسات علي أساس الترتيب الزمني لها من الأقدم إلي الأحدث.

أولاً: الدراسات التي تناولت الإعلام وقضايا الأزمات:

هدفت دراسة **فورت زوك** (٣٩) ١٩٩٧ حول دور وسائل الإعلام فى الأزمات والكوارث إلى التعرف على ما تحتاجه وسائل الإعلام من المنظمات أثناء الأزمة، وما هو الشكل المناسب للتعامل مع الأزمات لتفادى المزيد من الخسائر والكوارث وتوصلت الدراسة إلى ضرورة تدفق المعلومات بين المنظمات ووسائل الإعلام وتزويدها بالمعلومات الصحيحة عن الأزمة، وطبقت الدراسة منهج المسح بالعينة على ١٣٣ من مديري القنوات التلفزيونية الأمريكية، وتوصلت إلى أنه لا توجد حيادية فى تناول الأزمات وأن كل محطة تليفزيونية تلتزم بسياستها تجاه المواقف والأزمات المختلفة، فى الوقت ذاته أشارت دراسة **محمد كامل مصطفى الكردي** (١٩٩٧) (٤٠) ١٩٩٧ عن إدارة الإعلام فى الأزمات إلى أهمية عامل الوقت فى ظل الأزمة حيث أن القدرة على التنبؤ ورؤية المستقبل تظل مشوشة وصعبة حيث تواجه الإدارة فى أثناء الأزمة إما فوضى وخلل شديدين فى أداء المؤسسة ككل، وإما تشبع كامل فى وسائل الاتصال التى تربط المؤسسة بالمحيط الخارجى. وأكدت فى نتائجها على دور وسائل الإعلام كأداة فعالة فى مواجهة الأزمة مع الجمهور الخارجى مما يلقى على عاتق العلاقات العامة بالمنظمة مسئولية التوقع والاستجابة لحدوث الأزمات من خلال تجهيز البيانات والمعلومات اللازمة لإمداد وسائل

الإعلام بها وكذا تعيين المتحدثين الرسميين، وقد استهدفت دراسة **عزة عبد العزيز** (٤٢) ١٩٩٧ الوقوف على كيفية إدارة الصحافة المصرية لأزمة القدس، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي لصحف الأهرام، الوفد، الشعب، الأهالي في الفترة من ١٨ مارس ١٩٩٧ وحتى مايو ١٩٩٧ بالتطبيق على قضية القدس وتوصلت الدراسة إلى توازن جريدة الأهرام في طرحها لأسباب الأزمة وكيفية مواجهتها في حين ركزت الوفد على الآثار المترتبة على الأزمة، وجاءت دراسة **محمود همام** (٤١) ١٩٩٧ عن الإعلام ودوره في التوعية للحد من الخسائر الناتجة عن الأزمات والكوارث لتهدف إلى الاستفادة من الإمكانيات المتطورة والمتوفرة في كل وسائل الاتصال الجماهيرية أثناء الأزمات القومية، وأكدت الدراسة في نتائجها على أهمية نشر الثقافة الوقائية الإيجابية بين الجمهور. وأوصت الدراسة بالاهتمام بإعداد برامج توعية تعليمية وإرشادية في إطار حملة قومية متكاملة لتفادي حدوث أية خسائر، وجاءت دراسة **سوزان يوسف القليني** (٤٥) ١٩٩٨ حول مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات، وهي دراسة حالة لحادث الأقصر الإرهابي، لتؤكد أن التلفزيون احتل المرتبة الأولى كمصدر أول للمعرفة بحادث الأقصر تلاه الإذاعة المصرية ثم الصحف المصرية ثم مصادر الأخبار الأجنبية، وظهر علاقة ارتباطية قوية بين الصفوة الإعلامية بشقيها الأكاديمي والممارسي والاعتماد على التلفزيون الوطني خلال حادث الأقصر، في الوقت ذاته جاءت دراسة **جلال نصار** (٤٦) ١٩٩٨ حول الإستراتيجية الإعلامية في إدارة الأزمات على المستوى القومي وقد استهدفت الدراسة وضع تصور لكيفية النهوض بدور الإعلام في إدارة الأزمات من خلال وضع إستراتيجية إعلامية عربية تهدف إلى تفعيل أداء الإعلام العربي بصفة عامة وتمكنه من القدرة على إدارة الأزمات والصراعات الداخلية والخارجية، بينما أشارت دراسة **فوزي عبد الغنى خلاف** (٤٩) ١٩٩٩ التي استهدفت التعرف على الجانب الخاص بطبيعة اتجاهات جمهور جنوب الصعيد نحو رسائل الإعلام ومدى اعتمادهم عليها كمصادر لديهم نحو حادث الأقصر الإرهابي وذلك في إطار نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام Media dependency، إلى أن التعرض المنتظم لوسائل الإعلام أهم أنماط التعرض لدى شباب الجامعة بجنوب الصعيد مما يؤكد على أهمية وسائل الإعلام في تقديم المعلومات عن الأحداث المختلفة لدى الشباب الجامعي، وتزايد درجة مصداقية معلومات وسائل الإعلام الوطنية حيث ازدادت درجة الاعتماد على هذه الوسائل مقارنة بوسائل الإعلام الأجنبية التي عمدت إلى تضخيم الحدث، واستهدفت دراسة **نوال عبد العزيز الصفتي** (٥١) ١٩٩٩ رصد وتحليل معالجة الصحف المصرية وكيفية إدارتهما لأحداث الكشخ خلال عام ١٩٩٨ وصولاً لتحليل طبيعة الاتجاه نحو أحداث العنف المغلف بالدين وموقف الصحف المصرية بشقيها القومي والحزبي تجاه هذه الأحداث وتوصلت الدراسة إلى غلبة الطابع الإخباري للمعالجة الصحفية المرتبطة

بالأزمة موضوع الدراسة، واستخدام الصحف للخطاب الدينى فى معالجتها الصحفية، وإبراز دور الأزهر والكنيسة فى المعلومات الواردة عن أحداث الكشخ كما جاءت صحيفة الأهرام فى الترتيب الأول اهتماماً بتغطية أحداث الكشخ عن غيرها من الصحف الأخرى، فى حين توصلت دراسة **محمد شومان**^(٥٢) ١٩٩٩ حول إدارة الصحف المصرية لكارثة قطار كفر الدوار عام ١٩٩٨ وهى دراسة تحليلية لمضمون عينة من الصحف القومية والحزبية، إلى اهتمام الصحف القومية والحزبية بالكارثة وجاءت الجمهورية فى المرتبة الأولى من حيث المساحة، كما جاءت الصور الموضوعية ثم الصور الذاتية على رأس أنماط التحرير أى استخدمتها صحف العينة فى الإدارة الصحفية للكارثة، وجاءت دراسة **السيد بهنسى** (٢٠٠٠)^(٥٥) والتي تناولت دور الصحف ووسائل الإعلام فى فترة الأزمات السياسية فى إمداد الجمهور بالمعلومات، للتعرف على مدى الثقة التي تتمتع بها وسائل الإعلام لدى الجمهور، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة وثيقة بين هذه الثقة ومدى اعتماد الجمهور على هذه الوسائل كمصدر للحصول على المعلومات فى أوقات الأزمات، بهدف فهم طبيعة هذه الأزمة، واستخدام هذه المعلومات فى إدراك واقع هذه الأزمة، وهو ما أكدته دراسة **أمال العناني**^(٥٦) ٢٠٠٠ حول دور الإعلام فى مواجهة الأزمات والكوارث وقد عرضت الدراسة مضمون إعلان الجمعية العامة للأمم المتحدة باعتبار الفترة من عام ١٩٩٠ إلى عام ٢٠٠٠ عقداً عالمياً للحد من الكوارث الطبيعية. وقد كشفت الدراسة عن قيام وسائل الإعلام بدور هام فى التغطية الإعلامية الكاملة للجهود والأنشطة التي قامت بها الجهود الحكومية فى مجال إدارة ومعالجة الأزمات، وقيام الإذاعة بجهد كبير فى إذاعة جميع المعلومات المتاحة عن الأزمات والكوارث من خلال الاتصال بالمسؤولين، وفى دراسة **خديجة حمودة**^(٥٨) ٢٠٠٠، سعت إلى مناقشة دور الإعلام فى إدارة الأزمات والكوارث والطرق المثلى للاستفادة منه، وخاصة بعد ظهور بعض المراكز البحثية فى الجامعات العربية تتبنى دراسات وبحوث الأزمات، وتوصلت الدراسة إلى صدارة الإعلام المرئى والمسموع أثناء حرب الخليج، وتراجع الإعلام المقروء بجانب غياب الإعلاميين العرب من الصحفيين والإذاعيين عن موقع الحدث، وتوصلت دراسة **سيد مراد محمد وسعاد جهلان سعد**^(٥٩) ٢٠٠٠ حول المعالجة الإعلامية لكارثة الطائرة المصرية ٧٦٧ فى أكتوبر ١٩٩٩ والتي استهدفت التعرف على دور وسائل الإعلام فى إدارة هذه الأزمة بمراحلها المختلفة وكذا التعرف على مدى اهتمام الصحف المصرية والعربية والدولية ووسائل الإعلام المختلفة بالحادث، إلى كثافة التغطية الإعلامية التي قدمتها وسائل الإعلام المصرية والدولية للحادث إلا أن الملاحظ غلبة الاختلاف والتناقض على المعلومات التي قدمها الإعلام لهذه الأزمة، واهتمت دراسة **مها محمد كامل الطرابيشى**^(٦٢) ٢٠٠١ بمعرفة مدى اعتماد الجمهور المصرى على الصحف المصرية فى معالجتها للأزمات الطارئة بالتطبيق على حادث سقوط

الطائرة المصرية بوينج ٩٩٠ في ٣١/١٠/١٩٩٩ وذلك في إطار نموذج الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام. وقد اعتمدت الباحثة بشكل أساسي على منهج المسح بالعينة من أفراد الجمهور المصرى (٣٧٥ مفردة) بإتباع أسلوب المسح التحليلي لجمع البيانات عن الظاهرة. وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع مقروئية الصحف المصرية لدى الجمهور المصرى وقد جاءت الصحف القومية الرسمية فى المرتبة الأولى من حيث تفضيل الجمهور المصرى لقراءتها وتلتها الصحف الحزبية فالمجلات المتخصصة، وتوصلت دراسة محمد شومان^(٦٣) ٢٠٠١ حول إشكاليات فى مسار تطور إعلام الأزمات والكوارث فى العالم العربى إلى أن إدارة الأزمات قد تطورت وأصبحت مجالاً مشتركاً لاهتمام وعمل باحثين خبراء فى تخصصات علمية مختلفة، وتوصلت دراسة فيليب جيرى^(٦٥) ٢٠٠٣ حول طبيعة الأزمة السياسية فى فنزويلا من خلال تحليل مضمون الصحف فى فنزويلا، ومتابعة رد الفعل الشعبى إزاء ما ينشر من مضامين ومعلومات عن حالات الفساد الإدارى المستشرى فى العديد من قطاعات الدولة إلى أن المعلومات والمضامين التى تنشرها وسائل الإعلام تحظى باهتمام الجمهور وخاصة إذا كانت هذه المعلومات ترتبط بمستقبله واستقراره وأمنه، وجاءت دراسة "رفعت الضبع" (٢٠٠٧)^(٦٦) التى تناولت مدي اعتماد الجمهور المصرى على وسائل الإعلام فى الحصول على معلومات حول أزمة أنفلونزا الطيور، من خلال تحليل مضمون بعض المقالات المنشورة فى صحف الأهرام والمساء والوفد والأهالي والأسبوع والمصرى اليوم، بالإضافة إلى إجراء الدراسة الميدانية على ٧٠٠ مفردة بشكل عشوائى فى بعض محافظات مصر، لتشير إلى أن التلفزيون والصحف تأتي فى مقدمة وسائل الإعلام التى اعتمد عليها الجمهور فى الحصول على معلومات حول مرض أنفلونزا الطيور، وأن الصحف القومية تأتي فى مقدمة هذه الصحف، ورسدت دراسة "أسامة عبد الرحيم" (٢٠٠٨)^(٦٧) التى تناولت الخطاب الصحفى فى الأزمات الاقتصادية بالتطبيق على أزمة الخبز التى تعرضت لها البلاد فى عام ٢٠٠٨، وذلك من خلال أداة تحليل الخطاب لصحف المصرى اليوم والأهرام والوفد، وتوصلت إلى تركيز خطاب الوفد والمصرى اليوم على الإطار السياسى للأزمة حيث جاء فى المرتبة الأولى فى كل منهما، وربطت الصحيفتان بين أزمة الخبز والأزمات الأخرى التى يعيشها المواطن المصرى وفشل الحكومة فى حلها، واتسم خطاب الصحيفتين بتوجيه اللوم والنقد للحكومة، بينما ركز خطاب صحيفة الأهرام على الإطار الاقتصادى للأزمة أكثر من الأبعاد الأخرى وقدم أطروحات عديدة لحلول الأزمة من الناحية الاقتصادية، فى حين توصلت دراسة "غادة عبد التواب اليماني" (٢٠٠٨)^(٦٨) التى تناولت الاعتماد على الصحف المصرية فى الأزمات الداخلية فى فترة أحداث المحلة الكبرى عام ٢٠٠٨، إلى أن الصحف المصرية على اختلاف سياساتها الإعلامية جاءت فى الترتيب الثانى فى التحليل من حيث اعتماد الجمهور عليها بعد التلفزيون أثناء أحداث

المحلة الكبرى، ثم الفضائيات في الترتيب الثالث، ثم الإنترنت، وأخيرا الإذاعة. وقد يرجع ذلك لعدة أسباب أبرزها السرعة والفورية في عرض الأحداث، القدرة على رصد التفسيرات والتفصيلات، العمق في المعالجة، التوازن في التغطية وعرض وجهات النظر المختلفة، الثقة في روى بعض الكتاب الصحفيين، فضلا عن المتابعة المستمرة لتطورات الحادث. ومن ناحية أخرى يعكس هذا الاعتماد الدور الذي قامت به الصحف المصرية المختلفة في نقل وقائع الأزمة بشكل متميز اتسم بالجدة والشمولية، وتقديم العديد من المعلومات التي ساعدت على فهم الأبعاد المختلفة للحادث، وقد رصدت دراسة **Karla K. Gower & Seon-Kyoung An** (٢٠٠٩)^(٢٩) أهم الأطر الإخبارية المتعلقة ببعض الأزمات التي وقعت في عام ٢٠٠٦ لدى بعض الشركات الكبرى في العالم مثل اتش بي ومايكروسوفت وفايزر ومجموعة أخرى من الشركات في مجالات متنوعة، وذلك من خلال دراسة لتحليل الأطر في صحف واشنطن بوست ونيويورك تايمز ويو أس ايه توداي، من خلال تحليل ٢٤٧ قصة إخبارية للتعرف على أبرز الأطر المستخدمة من قبل صحف العينة، والتعرف على مدي ملاءمتها لطبيعة الأزمة نفسها. وخلصت الدراسة إلي أن هناك خمسة أطر رئيسية تم التوصل إليها من خلال التحليل تمثلت في إطار المسؤولية، الاهتمامات الإنسانية، الصراع، الفضيلة، والإطار الاقتصادي، في حين رصدت دراسة "سحر فاروق الصادق" (٢٠١٠)^(٣٠) التي تناولت الأطر الإعلامية لخطاب الأزمات الصحية بالصحافة المتخصصة بالتطبيق علي وباء أنفلونزا الخنازير، من خلال تحليل خطاب بعض الأبواب والصفحات المتخصصة بالمجلات العامة، وتحليل بعض المجلات المتخصصة خلال الفترة من ٢٨ أبريل ٢٠٠٩ حتي ١ نوفمبر ٢٠٠٩. وتوصلت الدراسة إلي العديد من الأطر المفسرة لخطاب الصحافة المصرية المتخصصة إبان تلك الأزمة، يبرز أهمها في الإطار المدعم للقيادة السياسية ورموزها بمستويات وحدود متباينة فهناك المؤيد والمؤازر لها في مواقفها حيال الوباء، وهناك المستنفر علي استحياء عن تأخر القرارات الرسمية المتصلة بالتصدي للوباء، وحاولت دراسة **An, Seon-Kyoung** (٢٠١٠)^(٣١) التعرف علي كيفية إدارة الأزمة من خلال التحكم في الغضب الشعبي الناتج عن حدوثها، وذلك من خلال دراسة تأثيرات استراتيجيات الاستجابة للأزمة وأطر الأخبار التي تناولت هذه النوعية من الأزمات، وتأثير ذلك علي غضب الجماهير. واختبرت الدراسة في فروضها الأساسية ما يتعلق بنموذج إدارة الغضب، من خلال دراسة شبه تجريبية علي ٢٣٠ طالب من كليات الإعلام، حيث تم تصميم أربع قصص إخبارية حول أزمة تتعلق باستدعاء بعض أجهزة الكمبيوتر المحمول نتيجة خلل متعلق ببطارية الجهاز، مما سبب خسائر فادحة للشركة. وتضمنت القصص الإخبارية التي تم تصميمها بعض السيناريوهات المتعلقة بكيفية التعامل مع هذه الأزمة، وكانت أبرز هذه الاستراتيجيات هي المسؤولية الفردية، الاعتراف بالأزمة واتخاذ كافة الإجراءات التصحيحية.

وخلصت الدراسة إلي أن المبحوثين يفضلون تعامل المنظمة مع الأزمة باعتبارها المسئولة عن حدوثها بمفردها، بغض النظر عن توجيه اللوم لبعض الأفراد الذين ساهموا في حدوث الأزمة. وتوصلت لبنى مسعود عبدالعظيم (٢٠٢١)^(٣٢) أن موقع اليوتيوب من أهم مظاهر التكنولوجيا الحديثة على شبكة الإنترنت التي دفعت العالم نحو عصر جديد من التفاعلية والتواصل الإنساني وحرية الرأي والتعبير، ومنافسة وسائل الإعلام التقليدية التي لم تستطع ملاحقة تطورات وسائل الإعلام الجديد التي أعطت مرونة كبيرة للاتصال ودعمت دور المتلقي ليصبح متلقياً، ومنتجاً، ومرسلاً في نفس الوقت دون قيد، أو رقابة، ووفقاً للمعايير التي يختارها ويحددها. كما تعكس أهمية وسائل الإعلام الجديد عند مواجهة الأزمات مثل: (أزمة سد النهضة- أزمة فيروس كورونا - أزمة ارتفاع الأسعار) من خلال زيادة اعتماد الجمهور عليها كأحد الأدوات الفاعلة الجديدة في معرفة تفاصيل تلك الأزمة؛ فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور وأيضاً في تشكيل اتجاهاته نحوها وكيفية إدارتها من خلال المعالجة الإعلامية للأزمات. وبصفة عامة فإن الارتفاع المستمر في عدد ونوعية الأزمات والتطور التقني للإعلام الجديد في ظل ثورتي المعلومات والاتصالات، ونشر وتداول المعلومات بما يصعب معه إخفاء المعلومات عن رجال الإعلام وجماعات المصالح يدفع نحو زيادة الاهتمام ببحوث إعلام الأزمات عبر الإعلام الجديد، ومنها موقع اليوتيوب. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، واستخدم في ذلك صحيفة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وتوصلت الدراسة إلى أن لقنوات التليفزيونية سارعت بإنشاء قنوات لها على اليوتيوب، ما أتاح للجمهور العادي نشر ما يعجبه من مقاطع حول أزمة من الأزمات وقد تكون هذه المقاطع مفيدة عند تناول الأزمة، أو عرضها نشر شائعة من الشائعات بغرض الفوضى وإرباك الجمهور المشاهد. كما وجدت الباحثة من خلال الدراسة التحليلية لمقاطع الفيديو التي تخص الأزمات المصرية أن أزمات (سد النهضة- فيروس كورونا- ارتفاع الأسعار) تنال مشاهدات عالية من خلال الموقع.

ثانياً: الدراسات المتعلقة بالتناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية:

أجرت دراسة بيرالتا Peralta عام (٢٠١١)^(٣٣) تحليل مضمون كمي وكيفي للخطاب الصحفي في مقالات الرأي والافتتاحية والصفحة الرئيسية والقسم الاقتصادي بالنسخة المطبوعة والإلكترونية للصحيفة القومية "El Pais" البلد خلال الفترة من ٢٠٠٦ وحتى ٢٠٠٩ كدراسة حالة، وتوصل الباحث إلى ثبات معدل الاهتمام بالمؤشرات الاقتصادية طوال فترة التحليل مما يؤكد عدم قيام الإعلام بدور تنبؤي أو وقائي قبل حدوث الأزمة، كذلك أشارت النتائج إلى أن الصحيفة لم تركز بعد حدوث الأزمة على شرح أسبابها، بل قامت عوضاً عن ذلك بالتركيز على حماية المصالح الاقتصادية والأيدلوجية لصانعي القرار دون تقديم معلومات موضوعية أو

وضع الأزمة في سياق خلفيتها التاريخية الملانمة، وجاءت أكثر الكلمات ارتباطا بإطار الأزمة: البنوك، الرئيس، الحكومة، وول ستريت، الأمة بأكمله، بينما جاء العمال والأسرة والمواطن والأفراد ودافعي الضرائب ومالكي المنازل والمستهلك في مراتب متأخرة، وجاء إطار الكوارث الطبيعية كالعاصفة والإطار الطبي كالباء كأكثر الأطر استخداما للاستعارات والتشبيهات في التحليل الدلالي، في حين جاء ليفا سوتو **Leiva Soto** ٢٠١٤^(٣٤) بإجراء دراسة حول تغطية وسائل الإعلام لأخبار الأزمة الاقتصادية العالمية وتأثير ذلك على سمعة الكيانات والشركات المحلية، من خلال التحليل الانحداري لمحتوى وول ستريت جورنال وفاينانشال تايمز والإيكونومست من ٢٠٠٧ وحتى ٢٠١٠ بإجمالي ١٢٩٩ خبر، وتوصل إلى غلبة نسبة الأخبار الاقتصادية السلبية بشكل عام وارتباطها بانخفاض معدلات البطالة وتدهور حركة البورصة وتذبذب أسعار تغيير العملات، وجاءت دراسة فوبك وآخرون **Vobek el al** ٢٠١٤^(٣٥) لتحليل مضمون كمي وكيفي للمواقع الإخبارية لأربع مؤسسات إعلامية قومية بواقع ١٦٠٤ خبر لرصد كيفية تعامل وسائل الإعلام مع الأزمة العالمية خلال الفترة من ٢٠٠٨ وحتى ٢٠١٣ وقد كشفت النتائج عن فشل الأخبار الاقتصادية في تحويلها لقوة تكاملية والنظر إليها بكونها أزمة مالية أو اقتصادية بالأساس دون اعتبار لارتباطها بحدوث أزمة أخلاقية أو اجتماعية أو انعكاساتها الثقافية المستقبلية، وكذلك عجز وسائل الإعلام عن توفير منبر حر لتبادل الآراء واستضافة المناظرات؛ إذ أبرز التحليل الكمي انحصار تقديم أسباب الأزمة في إطار العوامل العرضية مع ندرة النظر إليها بكونها تحمل في طياتها طبيعة منتظمة، وبالتبعية خلت أكثر من ثلث العينة من تقديم حلول عملية أو إجراءات ملموسة محددة، أما التحليل الكيفي فقد توصل إلى الاعتماد بالدرجة الأولى في المعالجة على التوجه نحو الحدث وتقديم الصفة والخبراء كمصادر إخبارية دائمة والتبسيط المخل، مما يعكس افتقاد الصحفيين والإعلاميين العاملين في هذا المجال للرؤية التحليلية والتفسيرية لإعلام المواطنين، بينما استهدفت دراسة منى مجدى فرج **عبدالمقصود** (٢٠١٥)^(٣٦) تقييم أداء الإعلام المصرى خلال الأزمات الاقتصادية من خلال دراسة حالة على البرامج التلفزيونية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وفي إطارها استخدمت الباحثة منهج المسح واستخدمت في ذلك التحليل الكيفي للمحتوى كأداة لجمع البيانات المطلوبة، كما طبقت على عينة من الأكاديميين ممن يتعرضون للبرامج الاقتصادية من أساتذة الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى وجود نقاط مشتركة يعانى منها الإعلام بشكل عام عند تصديده لمعالجة الأزمات الاقتصادية على المستوى العالمى، إلى جانب عدد من العوامل التى تتسم بالخصوصية للدول النامية ومنها مصر، فعلى سبيل جاء تحيز الإعلام فى تناول الأزمات الاقتصادية بكل من أيرلندا وكولومبيا، مع عدم وجود دور تنبؤى قبل حدوث الأزمة، وتهميش المواطن والدفاع عن مصالح أصحاب القرار فى إسبانيا،

وكذلك غياب البعد التحليلي والميل إلى التضليل في الولايات المتحدة الأمريكية، وحاولت دراسة **مجدي الداغر** (٢٠١٧)^(٣٧) مناقشة طبيعة تأثيرات الإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة في الجمهور المصري وعلاقته بالوعي بخطورة الشائعات وانعكاساتها على الأزمات الاقتصادية في مصر أثناء ثورة يناير وما بعدها، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة عمديه قوامها (٤٠٠) مفردة ممن يستخدمون مواقع الإنترنت وشاركوا في ثورة يناير و٣٠ يونيه ٢٠١٣م، وتوصلت الدراسة إلى نجاح الإعلام الجديد بتطبيقاته في نشر وتداول الشائعات الاقتصادية في مصر بنسبة (٩٩.٠)، وهو ما يعنى قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الأخبار والمعلومات المثيرة دون تدقيق في مدى مصداقيتها من عدمه، كما أظهرت النتائج أن مواجهة ظاهرة الشائعات الاقتصادية المتداولة عبر منصات الإعلام الجديد في مصر بعد ثورة يناير تعتمد على ضرورة وجود متحدث رسمي للأخبار والبيانات المتداولة، ثم التأكد من صحة المعلومات قبل نشرها وتداولها، واستهدفت دراسة **هبة فهمي العطار** (٢٠١٧)^(٣٨) توصيف وتحليل عمليات معالجة وتشكيل المحتوى الصحفي المتعلق بأزمة تعويم الجنيه المصري، سواء داخل دوائر صنع القرار، أو داخل غرف الأخبار، وإنعكاس ذلك على الخطابات الصحفية الموالية والمعارضة والمحايدة، ومدى التزامها بالقيم والمعايير المهنية. ورصد وتحليل تفاعلات المحررين الاقتصاديين مع مصادرهم، وإنعكاس تلك التفاعلات على دور القائم بالاتصال كوسيط أو رقيب أو مشارك في إدارة الأزمة. واعتمدت الدراسة على مدخل نظري متكامل يجمع بين نظرية تحليل الأطر الإعلامية، وتكتيكات المعلومات، وتكتيكات التلاعب بالرسالة الإعلامية، وتكتيكات المغالطات المنطقية، والنموذج الدعائي لتشومسكي، ونموذج هالين للترتيب المعيارى تراتبية المصادر، ونموذج الهيمنة والوعي العام. وطبقت الدراسة التحليلية على عينة تشمل جريدتي الأهرام والمصري اليوم ومواقع اليوم السابع والبدليل والمصريون واتحاد مؤيدي الدولة، في حين طبقت الدراسة الميدانية على عينة تضم (٢٠ مفردة) من المحررين الاقتصاديين ورؤساء الأقسام الاقتصادية بالصحف والمواقع عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى غلبة الطابع الأيديولوجي على معالجة الأزمة، حيث ركز الخطاب الصحفي الموالي على أطر الإصلاح الاقتصادي، وتحمل معاناة، والمؤامرة، والبدليل الوحيد، والنتائج الاقتصادية، بينما ركز الخطاب الصحفي المعارض على أطر الفشل الاقتصادي، والشك السياسي، والبدائل الاقتصادية، والنتائج السلبية. واستخدم الخطاب الصحفي الموالي تكتيكات التلاعب بالبيانات والمعلومات بهدف إشاعة مناخ التفاؤل بنجاح الإصلاح الاقتصادي، وحث المواطنين على المشاركة في تحمل أعباء وتكلفة القرارات الاقتصادية، بينما ركز الخطاب الصحفي المعارض على كشف تكتيكات الخداع والتلاعب بهدف إشاعة حالة الإحباط واليأس. وأكدت نتائج

الدراسة فرضيات النموذج الدعائي لنتشومسكي حيث تبين قيام الصحف القومية والخاصة بدور إجتماعي، يتمثل في نشر وترسيخ الأجندة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للسلطة السياسية، كما أكدت النتائج فرضيات نموذج الهيمنة والوعي العام لجرامسكي، حيث تأثر الخطاب الصحفي بحالة الاستقطاب السياسي والإعلامي، التي تشهدها مصر في أعقاب ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو. وعمدت دراسة **فطيمة إعراب (٢٠١٨)**^(٣٩) إلى تسليط الضوء على أهمية البعد الإعلامي للأزمات الاقتصادية التي لم تعد مقصورة على رجال الأعمال أو الاقتصاديين فقط، بل أصبح عامة الناس يتابعون مختلف القضايا والأخبار الاقتصادية، ويعد الإعلام أداة إستراتيجية لدفع الاقتصاد وعاملا من عوامل التنمية الحقيقية، فالمعلومة الاقتصادية أساس أغلب الإنجازات التي يبني عليها الاقتصاد الوطني، ووسائل الإعلام إحدى القنوات التي تتدفق منها المعلومات الاقتصادية لذا يجب توضيح المعالجة الإعلامية للأزمات الاقتصادية لأن إعلام الأزمات يدفع الأزمات كثيرا من المسؤولية إلى إسناد مهامه و وظائفه إلى غير المختصين، أو إلى بعض رجال الإعلام الناجحين في أدائهم الإعلامي في المواقف العادية إلا أنهم قد لا يكونوا كذلك في التعامل مع الأزمات، لأن موقف الأزمة الاقتصادية يستدعي نوعا من المعالجة الإعلامية التحليلية. من هذا المنطلق يتضح أهمية دور الإعلام في تقديم المعلومات وتفسيرها والتعليق عليها لتهيئة المناخ العام للتكاتف مع الأزمة الاقتصادية وأسلوب معالجتها ويمكن للإعلام أن تكون طرفا فاعلا في المستويات المختلفة للأزمة. وجاءت دراسة **محمد سامي صبرى (٢٠١٨)**^(٤٠) لبحث العلاقة بين تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية بمواقع الصحف الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي وبناء تصوراتهم للواقع، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدم الاستبيان كاداه لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من المراهقين، وتوصلت الدراسة إلى أن معظم المراهقين عينة الدراسة يهتمون بمتابعة فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، وجاءت الفيديوهات الخاصة (بارتفاع أسعار السلع والخدمات) في مقدمة فيديوهات الأزمات والقضايا الاقتصادية التي يتعرض لها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة سماح المحمدي (٢٠١٦) في أن أزمة ارتفاع الأسعار والخدمات جاءت في مقدمة الأزمات الاقتصادية. في حين جاءت دراسة **هبة الله نصر حسن (٢٠١٨)**^(٤١) للتعرف على الدور الذي يمكن أن تقوم به الصحف المصرية أثناء الأزمات من خلال ما تقدمه من معلومات وصور ودلالات عند تناولها لأزمة معينة، مما ينعكس علي اتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدم الاستبيان كأداة

لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب الجامعي وتوصلت الدراسة إلى أن جاء في مقدمة الأزمات الاقتصادية تراجع سعر الصرف، ثم ارتفاع الأسعار، وكان من أهم الأساليب الإقناعية التي استخدمتها صحف الدراسة أثناء تناولها للأزمات الاقتصادية للأساليب العقلية المنطقية، ومن أهم أسباب متابعة المبحوثين للأزمات الاقتصادية التعرف على أسباب حدوث الأزمة وأبعادها المختلفة، ثم تبادل الآراء حول الأزمة مع الآخرين. في الوقت الذي سعت فيه دراسة إسلام محمد عبدالله (٢٠١٨)^(٤٢) إلى بحث معالجة مشكلة الصحافة في التوعية بأثر العقوبات وعلاقتها بالجمهور ودورها في حل القضايا المؤثرة في الدولة ومدى أدائها لوظائفها، وشرح كيفية استخدام القراء للصحف وشرح دوافع التعرض لها ومناقشة نتائج الإشباع التي تحققها وذلك من خلال تناول قضية حيوية هي قضية العقوبات الاقتصادية التي فرضتها الولايات المتحدة الأمريكية على السودان ومعرفة الآثار المترتبة عليها ودور الصحافة التعريف بها والتوعية بالآثار المترتبة عليها. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم الباحث منهج المسح بشقية الإعلامي ومسح الجمهور، واستخدم في ذلك الاستبيان وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات المطلوبة. وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير من قبل الصحافة بالنظام الاجتماعي أثناء نشر القضايا الاقتصادية، كما أنها تعتمد إلى حد كبير على التوجهات الدولية في النشر، بالإضافة إلى الافتقار في نشر الموضوعات التي تتعلق بالأزمات الاقتصادية، ولذا أوصت الدراسة إلى ضرورة اهتمام الصحافة بالقضايا التي تؤثر على الدولة والمواطن بطريقة مباشرة كما وجهت إلى أهمية وجود صحافة اقتصادية متخصصة تستطيع أن تشارك في صناعة القرار. وحاولت دراسة مها مدحت محمد كمال (٢٠١٩)^(٤٣) الوقوف على معالجة الصحف الإلكترونية للأزمات الاقتصادية المصرية وتأثيرها على اتجاهات الشباب المصري نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم الباحث منهج المسح بشقية الإعلامي ومسح الجمهور، واستخدم في ذلك الاستبيان وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة التحليلية على مواقع ثلاث صحف إلكترونية وهي موقع: (بوابة أخبار اليوم ممثلاً للصحف القومية - بوابة الوفد ممثلاً للصحف الحزبية- موقع اليوم السابع ممثلاً للصحف الخاصة) لمدة (ثلاثة شهور) كاملة بداية من ١١/١/٢٠١٨ وحتى ٢٠١٩/١/٣١، وطبقت الدراسة الميدانية على ٤٠٠ مفردة من الشباب المصري ممن يستخدمون المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، وكشفت الدراسة عن انخفاض التقييم الإيجابي لأداء الحكومة بخصوص معالجة الأزمات الاقتصادية، وإن كان التقييم متوازن نوعاً ما نحو الأداء الحكومي لكنها مازالت تحتاج لبذل الكثير من الجهود في إطاره، حيث ينخفض نوعاً ما تقييم عينة الدراسة لفعالية الأداء الحكومي في التعامل مع الأزمات الاقتصادية

المصرية، على الرغم من حرص الصحف الإلكترونية عينة الدراسة على نشر تغطيات إخبارية صحفية تبرز الجهود الحكومية والتحديات التي تواجهها في سبيل الإصلاح الاقتصادي. وحاولت دراسة **أبوبكر حبيب (٢٠٢١)**^(٤٤) التعرف على كيفية معالجة مواقع الصحف المصرية والعربية لأزمة كورونا، وذلك من خلال رصد مدى اهتمام صحف الدراسة بمعالجة الأزمة، ودرجة تفاعل الجمهور مع الموضوعات المتعلقة بهذه الأزمة عبر مواقع الصحف محل الدراسة وذلك من خلال تحليل وتفسير وسائل التفاعلية المختلفة المتاحة للجمهور عبر هذه المواقع، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، واستخدم في ذلك صحيفة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة من موقع صحيفة اليوم السابع المصرية – وموقع صحيفة الرياض السعودية – وموقع صحيفة البيان الكويتية في الفترة من أول مارس ٢٠٢٠ وحتى نهاية أغسطس ٢٠٢٠ وهي الفترة التي تقابل الموجه الأولى لفيروس كورونا، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: الخبر الصحفي جاء في مقدمة الفنون التحريرية المستخدمة في معالجة أزمة كورونا في صحف الدراسة، جاء نص فقط في الترتيب الأول من أشكال عرض المواد المستخدمة في معالجة أزمة كورونا في صحف الدراسة، وعن أهم التأثيرات المصاحبة لمقدمات الموضوعات جاء ليست بارزة عن المتن في الترتيب الأول، وجاء هدف عرض الموضوعات ليثبت أن وعى الجماهير في الترتيب الأول، وجاء أهم أساليب الإقناع المنطقية إبراز تصريحات المسؤولين، بينما جاء في مقدمة الأساليب العاطفية التكرار. واستهدفت الدراسة **سماح ماضى متولى (٢٠٢١)**^(٤٥) إلى التعرف إلى طبيعة التغطيات الصحفية للأحداث والأزمات القومية في الصحف اليومية، وإعطاء صورة واضحة عن أبعاد تلك التغطيات، وحجمها، وطرق معالجتها لطبيعة تلك الأزمات، بالإضافة إلى معرفة قدرتها على القيام بدورها الأساس المتمثل في توفير المعلومات. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم الباحث منهج المسح بشقية الإعلامى ومسح الجمهور، واستخدم في ذلك الاستبيان وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على مواقع صحف الدراسة (أخبار اليوم (الأخبار) "الموصوفة بالقومية"- الوفد "الحزبية المعارضة"- اليوم السابع "الخاصة") وفق أسلوب الحصر الشامل، وبلغ إجمالي الموضوعات المرصودة، والمحللة، نحو ٤١٣ موضوعاً (نصاً) خلال الفترة من ٢٨/ فبراير/ ٢٠١٩ حتى ٢٨/ أبريل/ ٢٠١٩. وبيات واضحاً من خلال نتائج الدراسة، أن وسائل الإعلام تُكثف الاهتمام بنشر المعلومات وقت حدوث الأزمة، ولم تُول الاهتمام نفسه بملايسات ما قبل الحادثة، والتي تتسبب ضمناً في وقوع الأزمة، وقد تمنع حدوثها في حال تسليط الضوء عليها ومعالجتها، وأن الخطاب الإعلامي كان في معظمه قائماً على أسس إستراتيجية تُستلهم من رؤية القيادة

السياسية، ولم يكن هناك تشخيصاً واضحاً للأزمة. وقد كان تركيز الخطاب الإعلامي قائماً على بلورة الموقف الرسمي وخدمته. وجاءت دراسة تيسير يحيى الصديق (٢٠٢٢) ^(٤٦) للتعرف على البرامج والأساليب والطرق التي تنتهجها الصحيفة المتخصصة، في معالجة الأزمات الاقتصادية في السودان، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، وذلك باستخدام منهج المسح، بالاعتماد على أداة تحليل المضمون كاداه لجمع بيانات الدراسة، وتحديد كيفية توظيف الصحف المتخصصة في معالجة الأزمات الاقتصادية في موضوعاتها؛ بالتطبيق على صحيفة إيلاف الاقتصادية، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحيفة تنسم بالشمول الإخباري بتوفيرها وسائل جمع المعلومات المتنوعة، ولها القدرة على شرح وتفسير الموضوعات وعرض الحقائق المتعلقة بالأزمة. وشملت الصحيفة أغلب القضايا الاقتصادية والمجالات ذات التأثير الملموس على الأوضاع الاقتصادية، وتأكيد فُدرة الصحيفة الإجابة عن تساؤلات القراء والمتابعين وإشباع رغباتهم بإجاباتها عن أغلب الأسئلة الخيرية التي توفرها في مضمون الموضوعات، وتبين وجود علاقة وطيدة بين المعلومة والقرار الاقتصادي ومن هنا يأتي الدور الاستراتيجي للإعلام الاقتصادي وخاصة الصحافة المتخصصة في دفع حركة الاقتصاد ومسايرة التنمية الشاملة ومعالجة الأزمات، وممارسة النقد والتقييم والتوجيه والإخبار ونشر الوعي والثقافة الاقتصادية في المجتمع. واستهدفت دراسة أعياد قاسم ، جمال عيد ناموس (٢٠٢٢) ^(٤٧) التعرف على المعالجة الصحفية للأزمة الاقتصادية في جريدة الزمان العراقية، وذلك من أجل إعطاء صورة واضحة عن أنواع وأساليب المعالجة والفنون الصحفية ومصادر المعلومات وعناصر الإبراز التيبوغرافي التي تناولت بها الأزمة الاقتصادية، وما وصلت إليه هذه الأزمة من تطورات وتأثيرات في العديد من المجالات السياسية والاجتماعية والبيئة وغيرها، وانطلق البحث من الإجابة عن التساؤل الرئيس، ما طبيعة المعالجة الصحفية العراقية للأزمة الاقتصادية الناجمة عن أزمة كورونا؟، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدم في ذلك الاستبيان كاداه لجمع البيانات المطلوبة، وقد توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها: احتلت المعالجة السطحية المرتبة الأولى في المضمون الصحفي للجريدة، وهو ما يعني أن الجريدة ابتعدت عن التعمق في الموضوعات المتعلقة بالأزمة الاقتصادية لأنها كانت تريد كسب الجمهور بأقصر الطرق وأبسطها عن طريق عرض المعلومات البسيطة عن الأزمة والآراء السطحية التي تتناولها. واعتمدت الزمان كثيراً على فن التحقيق الصحفي من بين باقي الفنون الصحفية الأخرى في تناول الأزمة الاقتصادية سعياً منها لكشف جوانب القصور وسوء الإدارة التي تسببت بالأزمة من أجل تعويض منافسة الصحف الضعيفة في مجال السبق الصحفي مع الإعلام الجديد ومخرجاته.

تعليق عام علي الدراسات السابقة:

أظهرت الدراسات تنوع الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة وقت الأزمات في الدول الأجنبية، حيث رأت بعض المنظمات أهمية الإعلام عن عدم مسؤولياتها عن الأزمة، أو بأنها حدثت عن طريق الخطأ أو بشكل غير مقصود، أو حتى الاعتراف بالأزمة والاعتذار للرأي العام والتأكيد على عدم وجود خسائر في الأموال والأرواح. وهنا، ينظر للرأي العام على أنه مشاركاً في الأحداث وليس ناقداً لها. في المقابل، لجأت بعض الدراسات إلى إظهار استخدام وسائل الإعلام كأداة لتضليل الرأي العام، من خلال الإنكار والتهرب من المسؤولية وإصاق التهم للآخرين كالموظفين وتحميلهم مسؤولية ما حدث من دمار. في هذا السياق، ظهر الإعلام بوسائله المختلفة، في بعض الدراسات، ليمثل أزمة في حد ذاته إما لعدم وجود عدالة في التغطية مما يفقده مصداقيته فتحدث الأزمة (Kevin Barnhurst، ٢٠١١)^(٤٨)، أو لقيامه بتضخيم الأزمة وآثارها وأضرارها وإثارة الفزع والرعب في نفوس الآخرين، مما يجعل من الصعوبة بمكان التحكم في هذه الأزمة وإدارتها من قبل المسؤولين، خاصة في حالة الأزمات الصحية والسياسية (Kristina Lindholm, Eva Karin Olsson، ٢٠١٠)^(٤٩). وتتفق الدراسات المصرية مع الأجنبية في هذا الإطار. كما تبين أن وسائل الإعلام تُكثف الاهتمام بنشر المعلومات وقت حدوث الأزمة، ولم تُول الاهتمام نفسه بملاسات ما قبل الحادثة، والتي تتسبب ضمناً في وقوع الأزمة، وقد تمنع حدوثها في حال تسليط الضوء عليها ومعالجتها، وأن الخطاب الإعلامي كان في معظمه قائماً على أسس إستراتيجية تُستلهم من رؤية القيادة السياسية، ولم يكن هناك تشخيصاً واضحاً للأزمة. واعتمدت الدراسات العربية على منهج المسح بالعينة بينما تنوعت المناهج المستخدمة في الدراسات الأجنبية وأساليبها وأدواتها مابين المسح الميداني وتحليل المضمون والتحليل المقارن، والدراسة الحالية استخدمت المسح الميداني وتحليل المضمون.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفاد الباحث من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة في عدة أوجه تمثلت في الآتي:
- تعد بعض نتائج الدراسات السابقة في حد ذاتها حافزاً لإجراء هذه الدراسة وذلك من خلال الوقوف على أحدث النتائج التي توصل إليها الباحثون السابقون.
 - تحديد وبلورة مشكلة البحث ووضع تساؤلات وفروض الدراسة الحالية.
 - الوقوف علي الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة.
 - كما استفادت الدراسة الحالية من تلك الدراسات في تعريف مفاهيم الدراسة واختيار بعض أدوات جمع البيانات ومقارنة النتائج.
 - الوصول إلي المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الاستعانة بها في كتابة الدراسة الحالية.

- التعرف على أهم طرق المعالجة الإحصائية لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة.
- الإطلاع على كيفية رصد وتحليل القضايا التي تعالجها الصحف الإلكترونية محل الدراسة.
- اختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة، كما ساهمت الدراسات السابقة في مساعدة الباحث فيما يتعلق بتحديد الشروط اللازمة لاختيار العينة التحليلية الوثائقية، وعينة الدراسة الميدانية.
- بناء أدوات الدراسة: صحيفة تحليل مضمون الصحف الإلكترونية محل الدراسة من حيث المضمون، استبيان التعرض للمواقع الإلكترونية للصحف.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة اختبار فرضيات نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام ومحددات الوعي الإعلامي:

١- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

على الرغم من أن إعلام الأزمات يعد أحد المجالات البحثية التي نالت اهتمام الباحثين والمتخصصين الإعلاميين في الجامعات ومراكز البحث الأوروبية والأمريكية منذ أكثر من أربعة عقود من الزمن وتبلورت مفاهيمه النظرية وتطبيقاته العملية إلا أن الدراسات العربية في مجال علاقة الإعلام بالأزمات السياسية والأحداث الأمنية لم تظهر بشكل ملحوظ إلا بعد عقد الثمانينيات الميلادية من القرن الماضي^(٥٠)، وحتى بعد ظهور هذا النوع من الدراسات الإعلامية المتخصصة فإن ما هو موجود منها إنما يمثل بدايات تحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة من ناحية والربط بين مجالاتها النظرية والتطبيقية من ناحية أخرى^(٥١)، وما هو موجود في الواقع إنما هو امتداد طبيعي لما هو سائد في نظريات ونماذج التأثير الإعلامي^(٥٢)، التي سبقت هذا النوع من الدراسات المتخصصة.

وعلى الرغم من اختلاف الباحثين العرب في تعريف مفردة الأزمة تبعًا لاختلاف من سبقهم من الباحثين الغربيين في هذا المجال^(٥٣)، إلا أن معظم الدراسات العربية ذات الصبغة التطبيقية اتخذت من نظرية التأثير الإعلامي مرتكزًا نظريًا رئيسًا في صياغة منهج البحث وإجراءاته الميدانية، وتنصدر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظريات التأثير الإعلامي هذا النوع من الدراسات، ولا شك أن الفرضية الرئيسية لهذه النظرية تقدم تفسيرًا علميًا قويًا لمناسبة تطبيقها على إعلام الأزمات، إذ تفترض هذه النظرية أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته المعرفية وبلورة مواقف السلوكية في ظروف معينة وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام^(٥٤).

فقد جاءت نظرية الاعتماد كرد فعل على النظرة الفردية التي ركزت عليها نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث اهتم كل من Ball Rokeach And Melven Defleur

عام ١٩٧٦ بعدد من التفسيرات البديلة لاستخدام وسائل الاتصال، فقد طرحا أهمية المنظور الاجتماعي في النظر إلى العلاقة بين الوسيلة الاتصالية والجمهور المستخدم ومن هنا بدأ النظر إلى إطار أوسع من العلاقات وهي (المجتمع والوسيلة والجمهور) ومن هنا ظهرت نظرية نظام الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام Media System Dependency Theory (MSD)^(٥٥). وهي ذات مرجع نفسى اجتماعى تنتمى لنظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام^(٥٦).

ويقصد بالاعتماد مدى تصنيف أفراد الجمهور لوسائل الإعلام وبقية مصادر المعلومات على أنها مصادر رئيسية لاستقاء المعلومات عن القضايا والشئون العامة، ويعرفه بيرس وسامون Pierce & Sammon بأنه عملية توظيف للمعلومات التي تم التعرض لها في وسيلة معينة لاتخاذ قرار بشأن موضوع ما^(٥٧)، ويزداد اعتماد الفرد على وسيلة معينة لاستيفاء معلوماته دون أخرى كلما نجحت هذه الوسيلة في تلبية احتياجاته وإشباع رغباته، حيث ينشأ الاعتماد كما يرى، بيكر ووتنى Becker & Whitney من زيادة في معدل تكرار التعرض للمعلومات في وسيلة ما، تحقق للفرد الأهداف التي من أجلها يشترك في العملية الاتصالية ويحقق دوافعه ويشبع رغباته^(٥٨).

كما يفترض كل من Defleur & Rokeach بأنه كلما برزت الحاجة للمعلومات وزادت قوة الدافع للبحث عنها لسد هذه الحاجة زادت قوة الاعتماد على الوسيط الاتصالي، وبالتالي زادت فرص هذا الوسيط للتأثير على الإطار المعرفي والوجداني والسلوكي لأفراد الجمهور، كما أكدنا على أنه كلما استطاعت إحدى القنوات الاتصالية توفير قدر أكبر من المعلومات للفرد كلما اعتمد هذا الفرد على تلك القناة الاتصالية بشكل أكبر^(٥٩)، ولذا تؤكد هذه النظرية على أن الجمهور يعتمد على الوسيلة للحصول على المعلومات عن الظواهر الاجتماعية التي ترتبط بالخبرات الحياتية اليومية إلى المدى الأبعد حيث الاعتماد على وسائل الإعلام، لنعلم عن الظواهر التي ليس لهم خبرة مباشرة بها، نظرا لأن النظام الاجتماعي قد أصبح أكثر مدنية وصناعية^(٦٠)، فإن الأفراد قد أصبحوا أكثر ميلا للاعتماد على وسائل الاتصال في تحقيق أهدافهم بدلا من أنظمة الدعم التقليدية مثل العائلة والأصدقاء والجيران^(٦١).

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة فروض رئيسية يوظف منها الباحث ما يتواءم مع طبيعة الدراسة الحالية فيما يلي:^(٦٢)

- ترتبط كثافة الاعتماد للأفراد ايجابياً بإدراكات التهديدات البيئية والاجتماعية، حيث يزداد الاعتماد على مصادر وسائل الإعلام في أوقات الصراع والتغير الاجتماعي، وفي المجتمعات ذات النظم الإعلامية النامية يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام عند ازدياد حالات الصراع وعدم الاستقرار.

- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام فى حالة الغموض والالتباس - قلة مستوى المعرفة، المتسبب من نقص المعلومات أو عدم كفايتها أو وجود الصعوبة فى التفسير الصحيح للأحداث.
- تختلف درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام نتيجة لاختلاف درجة الثقة بصدق وموضوعية المضامين المتاحة عبر هذه الوسائل.
- يعد النظام الإعلامى مهماً للمجتمع وتزداد درجة اعتماد الجمهور عليه فى حالة أوقات الأزمات.
- يختلف الجمهور فى درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم فى الأهداف ودرجات الاهتمام والحاجات الفردية، فالمهتم اقتصادياً حريص على متابعة أخبار الاقتصاد.
- تزداد درجة اعتماد الجمهور على وسيلة إعلامية دون أخرى نتيجة لاختلاف درجة مصداقية الوسيلة لديهم.

واستكمالاً لما سبق فمن المفترض أن تنعكس العمليات التبادلية بين نظم المجتمع، على أسلوب تناول الصحف الإلكترونية للأزمات الاقتصادية فى المجتمع المصرى، فقد تعتمد الصحف الإلكترونية على المجتمع فى استمرار مشروعية الممارسة الصحفية، وحرية استقاء المعلومات والتعامل مع المصادر، والوصول إلى الجمهور. فالصحافة الإلكترونية فى معالجاتها للأزمات الاقتصادية تعتمد بالضرورة على حجم الصراع الاجتماعى الذى يحدثه الأزمات الاقتصادية، وموقعه فى أجندة اهتمامات النظام، وتختلف حجم معالجة الأزمات الاقتصادية وتباين وفقاً لموقف الدولة ومدى تصديها للأزمة، كما أنه من المحتمل أن تنشأ علاقة بين الصحافة والنظام السياسى والاقتصادى، التى من شأنها أن تؤثر على مستوى التغطية الصحفية للأزمات الاقتصادية داخل المجتمع، وطبقاً لنظرية الاعتماد فإن الظروف السياسية الاقتصادية تؤثر فى الإعلام، فالصحافة عندما تهتم بقضايا الأزمات الاقتصادية تحتاج إلى مرونة فى قوانين النشر وحرية التعبير وتدفق المعلومات وتوافرها من أجل تقديم الموضوعات للجمهور، ومن هنا فإن العنصر السياسى سوف يؤثر بالضرورة على مستوى تناول الصحف لقضايا الأزمات الاقتصادية، كما يمثل الجمهور أحد عناصر عملية الاعتماد المتبادل بين الصحف والمجتمع عند معالجة قضايا الأزمات الاقتصادية.

ولذا فقد اعتمد الدراسة الحالية على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وركزت على بعض متغيرات النظرية منها: - التركيز على أبعاد المصداقية (مصداقية المصدر- مصداقية القائم بالاتصال- مصداقية الرسالة- مصداقية الوسيلة- مصداقية الجمهور). - مستوى اهتمام الجمهور بمتابعة الأزمات الاقتصادية فدرجة الاهتمام تؤثر على درجة الاعتماد. - مستوى

المعرفة وحالة الغموض لدى الجمهور فهي أيضا تؤثر على درجة الاعتماد. - مستوى ثقة الجمهور في المضامين المختلفة عبر الوسيلة.

٢- نظرية محددات الوعي الإعلامي:

أصبحت وسائل الاتصال الجماهيري (وسائل الإعلام) سمة العصر الحالي بعد الطفرة الهائلة التي طرأت عليها من حيث التنوع (صحف، إذاعة، تلفزيون، إنترنت) ومن حيث عدد القنوات والمحطات والصحف ومواقع الإنترنت، وكذلك من حيث الخدمات والوظائف التي تؤديها للفرد، كما أصبحت أكثر تأثيرا وخطورة نظرا لظهور الوسائل عابرة الحدود بما تحمله من قيم تكون مفيدة أو ضارة. والوعي الإعلامي يعني في مفهومه القريب هو وصول المشاهد أو القارئ لدرجة من الوعي لدى قراءته ومتابعته للأحداث والرسائل الإعلامية تمكنه من تقييمها بطريقة علمية وموضوعية، بإجراء المقارنات والمقاربات للوصول لقرارات، وبالتالي يتجنب التظليل الإعلامي وعدم الوقوع في فخه، وأيضا الإثارة الإعلامية التي أصبحت عنوانا للعديد من القنوات، بعدما أصبحت العولمة الإعلامية مسلكا وملاذا وواقعا يفرض نفسه على المجتمعات بقوة الإعلام وتحدياته التكنولوجية والمعلوماتية.

وفي ضوء الطرح السابق أكد ليبمان عام ١٩٢٢ في كتابه الرأي العام علي أهمية أن ينطلق التحليل الاجتماعي للرأي العام من فهم متعمق من قبل الخبراء والباحثين للعلاقة الثلاثية The Triangular Relationship؛ بين واقع الأحداث والقضايا، والصور الذهنية القائمة لدي الرأي العام عن تلك الأحداث والقضايا، فضلا عن تحديد مسار الاستجابات الصادرة عن الرأي العام هل هي نحو الواقع الحقيقي أم نحو الصور الذهنية الكائنة لديهم عن هذا الواقع والتي تبنيها وتشكلها وسائل الإعلام عبر الزمن؟^(٦٣) وقد اكتسبت مفاهيم الوعي الإعلامي بُعداً عالمياً عندما حثت منظمة اليونسكو منذ عام ١٩٨٢ علي ضرورة وضع الآليات والتدابير اللازمة لتهيئة الشباب والأجيال القادمة وتوعيتهم إعلامياً للتعاطي بشكل رشيد مع هذا الكم الهائل من الصور، والكلمات، والأصوات المؤثرة الصادرة عن وسائل الإعلام.^(٦٤) وقد عقدت منظمة اليونسكو في هذا الصدد العديد من المؤتمرات الإقليمية علي مستوي أقاليم العالم المختلفة بما في ذلك الدول العربية والتي تدعو فيها لتكريس مفاهيم الوعي الإعلامي بوصفها ثقافة عالمية ضرورية للجماهير في مختلف دول العالم المتقدمة منها والنامية.^(٦٥)

ويؤكد مفهوم تفعيل الوعي الإعلامي علي الأهمية البالغة لتبصير الرأي العام، والجماهير بمخرجات وسائل الإعلام، وآليات عملها، وتأثيراتها علي الفرد والجماعات الاجتماعية، والمجتمع في مجمله. كما يُبرز الرغبة المجتمعية لنشر ثقافة إعلامية ممتدة ورسينة تضمن الاستقرار للمجتمع؛ وتشحذ قدرة الرأي العام علي نقد المضامين الإعلامية.^(٦٦)، وينطلق التحليل الاجتماعي لمحددات الوعي الإعلامي من قاعدة مهمة تتمثل في الربط بين الممارسات غير المسئولة من قبل وسائل الإعلام في المجتمع المعين - ومنها نشر أخبار الأزمات

الاقتصادية-؛ وتعظيم الوعي لدي الرأي العام بالآثار الناتجة عن تلك الممارسات؛ فضلاً عن تزويده بالمعارف والثقافة الإعلامية اللازمة التي تضمن له تفاعلاً إيجابياً مع وسائل الإعلام في ضوء الاستفادة من وظائفها المرغوبة، وتجنب آثارها الاجتماعية غير المرغوبة.

وفى إطار التحليل الاجتماعي لبنية الوعي الإعلامي تُؤثر وسائل الإعلام في معارف الرأي العام واتجاهاته من خلال طرحها لأحداث الواقع الاجتماعي وقضاياها في ضوء تصورات بنائية مسبقة؛ تعكس استخلاصات وتفسيرات بعينها لتلك الأحداث والقضايا. ومن ثم فإن وسائل الإعلام تُعد من أبرز روافد التحول الاجتماعي عبر تأثيراتها التراكمية في المعارف السياسية والاجتماعية للرأي العام.^(٦٧)، كما تساهم وسائل الإعلام في خلق مستويات متزايدة من الاتفاق بين الأفراد حول المعاني والدلالات التي تعكسها مخرجات الواقع الاجتماعي؛ ويتوقف ذلك بدوره على العديد من المتغيرات مثل: الاحتياجات الشخصية، ومستويات القلق، ونمط التنشئة الاجتماعية، فضلاً عن الخلفية الثقافية للأفراد.^(٦٨)، وتتأثر الممارسات الإعلامية بالضغط الاقتصادية والاعتبارات الربحية التي تؤثر بدورها في المضامين الإعلامية، وتكنيكات طرحها علي الرأي العام. وي طرح المحدد الحالي إشكاليات أنماط ملكية وسائل الإعلام، وتأثيرات مصادر التمويل في المضمون الإعلامي، فضلاً عن التوجه المحموم نحو خصخصة المعلومات ذاتها^(٦٩)، وينطوي جانب كبير من الرسائل الإعلامية التي تطرحها وسائل الإعلام علي رؤى أيديولوجية، وقيم فكرية بعينها تسعى وسائل الإعلام لإقناع الرأي العام بها.^(٧٠)

وتتفاوت تأثيرات وسائل الإعلام في الرأي العام؛ باختلاف طبيعة الوسيلة (مطبوعة أم مسموعة، أم مرئية أم رقمية "الإنترنت")، فضلاً عن خصائص الرأي العام الديموجرافية والاجتماعية، والثقافية.^(٧١)، وتمتلك كل وسيلة إعلامية إمكانيات وأدوات إبداعية وجمالية تُميزها عن الوسائل الأخرى؛ ومن ثم تبدو الأهمية البالغة لأن يكون لدي الرأي العام الثقافة الإعلامية التي تؤهله للاستمتاع بتلك الإبداعات، ومنها: فنّيّات الإخراج الصحفي، ودلالات الصورة المرئية وجمالياتها، والتكامل الفني والإبداعي للوسائط المتعددة التي تُميز الإنترنت بوصفه وسيلة إعلامية حديثة.^(٧٢)، ومن ناحية أخرى، أشارت كل من إليزابيث توماس Elizabeth Thoman، وتسا جاولز Tessa Jolls عام ٢٠٠٣؛ إلي إمكانية اختزال محددات الوعي الإعلامي في خمسة تساؤلات تحتاج بدورها إلي إجاباتٍ متعمقة ورصينة عبر الدراسات والمسوح العلمية المقننة؛ وتتمثل تلك التساؤلات فيما يلي:^(٧٣)

- ما مصدر المعلومات؟ ويشمل هذا التساؤل الجانب البشري ممثلاً في القائمين بالاتصال، والجانب الاعتباري ممثلاً في الوسيلة الإعلامية المعينة، وخصائصها الذاتية المميزة، وآليات عملها، وفى الدراسة الحالية يعد مصداقية القائم بالاتصال لدى المبحوثين أحد مستويات مصداقية تناول الإعلام للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية، كما أن مصدر المعلومات

- أيضاً هو أحد مستويات المصادقية والتي قام الباحث بإعداد مقاييس لها ليتم تقييم المصادقية من خلال المبحوثين.
- ما الأدوات، واللغة الإعلامية المستخدمة في بناء الرسائل الإعلامية؟ وتعد الرسالة أيضاً أحد مستويات مصادقية التناول الإعلام للمضامين المتعلقة بالآزمات الاقتصادية، التي تم قياسها من خلال تقييم المبحوثين لها من خلال مقياس أعده الباحث.
- ما حدود التحيز في نسيج الوسيلة الإعلامية؟ وهنا يأتي مستوى مصادقية الوسيلة ذاتها لدى الجمهور وهي إحدى مستويات مصادقية التناول الإعلام للمضامين المتعلقة بالآزمات الاقتصادية كما صنفها الباحث، والتي قام بقياسها من خلال مقياس موجه للمبحوثين لتقييم درجة مصادقيتها لديهم.
- ما حدود خبرات الرأي العام بكل من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في ضوء اتجاهاته، واستجاباته السلوكية نحوها؛ فضلاً عن خلفياته الأيديولوجية، والاجتماعية، والثقافية؟، ويتمثل هذا الجانب في مصادقية الجمهور، حيث يعد الجمهور أحد مستويات المصادقية في وسائل الإعلام التفاعلية، فقد يصبح الجمهور مصدراً للمعلومات من خلال إبداء الرأي والتعليق على الموضوعات المثارة، وقد قام الباحث بقياس درجة مصادقية الجمهور من خلال مقياس موجه للمبحوثين.
- وقد حدد فرانك بيكر Frank Baker عام ٢٠٠٤؛ عدة مراحل لتفعيل محددات الوعي الإعلامي في المجتمع المعين، وتتمثل تلك المراحل فيما يلي: (٧٤)
- **المرحلة الأولى:** تتضمن بدورها قياساً لواقع الوعي الإعلامي لدي الرأي العام بشأن وسائل الإعلام التقليدية والحديثة؛ ويتم ذلك عبر الدراسات، والمسوح العلمية المقننة التي تستخدم كل من التحليلين الكمي والكيفي للبيانات.
- **المرحلة الثانية:** وتنطوي بدورها علي وضع الاستراتيجيات، وبناء سياسات الوعي الإعلامي في ضوء الخصوصية الثقافية للمجتمع المعين.
- **المرحلة الثالثة:** وتشتمل علي وضع أولويات الاهتمام بشأن محددات الوعي الإعلامي؛ مثال ذلك: تبصير الرأي العام بالأساليب المثلي لإدارة الوقت الذي يقضيه في التعرض لوسائل الإعلام المختلفة أو إكساب الرأي العام المهارات النقدية التي تمكنه من تحليل وفهم الرسائل الإعلامية والوقوف علي المعاني والدلالات ما بين السطور في مضامين تلك الرسائل الإعلامية.
- **المرحلة الرابعة:** وتشتمل علي الأساليب العلمية لتقويم الآليات التي تم من خلالها العمل علي تفعيل الثقافة الإعلامية لدي الرأي العام في المجتمع المعين.

تساؤلات الدراسة:

أولاً: تساؤلات تتعلق بدراسة مواقع الصحف الإلكترونية:

- ١- ما حجم التغطية الإعلامية للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية؟
- ٢- ما أهم الأزمات الاقتصادية التي تناولتها مواقع الصحف الإلكترونية خلال فترة الدراسة؟
- ٣- ما الأدوات المستخدمة في تأطير الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية؟
- ٤- ما أشكال عرض المضامين الصحفية المتعلقة بالأزمات الاقتصادية في الصحف الإلكترونية؟
- ٥- ما الأطر التي تبنتها مواقع الصحف الإلكترونية في تناول الأزمات الاقتصادية، وما وظيفة هذه الأطر؟

ثانياً: تساؤلات تتعلق بدراسة الجمهور المصري:

- ١- ما حجم تعرض الجمهور المصري لمواقع الصحف الإلكترونية؟
- ٢- ما حجم تعرض الجمهور المصري للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية؟
- ٣- ما مستويات مصداقية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية لدى الجمهور؟
- ٤- ما مدى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية؟
- ٥- ما مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية؟
- ٦- ما العلاقة بين حجم تعرض المبحوثين للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى الثقة بمصداقية الصحف واتجاهاتهم نحو الأزمات؟
- ٧- ما العلاقة بين مصداقية مواقع الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين كمصدر للمعلومات عن الأزمات الاقتصادية ومستوى الثقة في تلك المواقع لديهم؟
- ٨- ما مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستويات تعرض الجمهور للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية؟

فروض الدراسة:

- ١- توجد علاقة ارتباطية ودالة إحصائياً بين مستويات استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية للصحف ومستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية.

- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية لدى المبحوثين.
- ٥- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف.
- ٦- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو الأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية لدى المبحوثين.
- ٧- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموغرافية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع ومنهج الدراسة:

تندرج الدراسة الحالية ضمن البحوث الوصفية الكمية The Descriptive Quantitative Research؛ التي تهتم برصد واقع الظاهرة المعينة بشكل يتسم بالموضوعية والانتظام؛ بغية توصيفها بدقة، وفهمها بشكل متعمق، وتفسيرها، فضلاً عن إمكانية التنبؤ بها في المستقبل^(٧٦)، ويُتيح هذا النوع من الدراسات استخدام الأساليب الرياضية والإحصائية في الإجابة على تساؤلات الدراسة، واختبار فروضها العلمية نحو مزيد من الموضوعية والدقة في النتائج، كما أنها تُتيح للباحث المجال لسرد التفسيرات العلمية لها-أي النتائج- بأسلوبٍ كافي. ويُعد هذا التكامل من السمات المنهجية المميزة لدراسات الرأي العام والاتصال السياسي.

وبصفة عامة، فإن المستوي الأول من دراسات محددات الوعي الإعلامي The Media Literacy Research First-Level تندرج في معظمها ضمن البحوث الوصفية الكمية؛

لكونها تهتم أساساً برصد واقع الوعي الإعلامي لدي الرأي العام بشأن الممارسات غير المسئولة لوسائل الإعلام في المجتمع المعين خلال فترة أو فترات زمنية بعينها. وتوظف الدراسة الحالية منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي Descriptive and Analytical Survey؛ وذلك بهدف تحقيق مستويات عالية من الدقة والانتظام في توصيف وتحليل العلاقات القائمة بين المتغيرات محل الدراسة؛ فضلاً عن استخلاص نتائج ذات دلالة تُضاف إلي التراكم العلمي بدرجات ثقة عالية؛ وبخاصة وأن المستوي الأول من دراسات محددات الوعي الإعلامي يُمثل بدوره القواعد المعلوماتية التي يستند إليها صناع القرار والسياسات في بناء سياسات واستراتيجيات تنمية وتفعيل الوعي الإعلامي في المجتمع.

- تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة:

أ- مجتمع وعينة الدراسة التحليلية: تحدد مجتمع الدراسة التحليلية في مواقع الصحف الإلكترونية التي تتناول الأزمات الاقتصادية، وتم تحديد عينة من مواقع الصحف الإلكترونية وهي (صحيفة اليوم السابع لتمثل الصحف الإلكترونية ذات الأصل الإلكتروني)- صحيفة الأهرام الإلكترونية لتمثل الصحف الإلكترونية ذات الأصل الورقي)، وتم اختيار هذه الصحف بناءً على دراسة استطلاعية أجراها الباحث على عينة قوامها (١٠٠) مفردة من الجمهور المصري، والتي أسفرت نتائجها عن تقدم صحيفة اليوم السابع في الترتيب الأول بالنسبة للصحف الإلكترونية ذات الأصل الإلكتروني، وتقدم صحيفة الأهرام الإلكترونية في الترتيب الأول بالنسبة للصحف الإلكترونية ذات الأصل الورقي.

جدول رقم (١)

يبين توصيف عينة الصحف التي تم تحليلها من حيث العناصر التكنولوجية المستخدمة

العناصر التكنولوجية المستخدمة					الصحيفة
الوسائط المتعددة	أشكال الروابط	أنواع الروابط	قائمة محتويات الصحيفة	تحديث الصفحة	
فيديو- صوت- صور ورسوم متحركة	نص	داخلية للإبحار داخل الموقع	على يمين الصفحة	أكثر من مرة في اليوم	الأهرام
فيديو- صوت- صور ورسوم متحركة	نص وجرافيك	داخلية للإبحار داخل الموقع	على جانبي الصفحة	أكثر من ثمان مرات في اليوم	اليوم السابع

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن تحديث موضوعات الصحيفة يتم أكثر من مرة في اليوم الواحد، فقد كان تحديث موضوعات صحيفة الأهرام أكثر من مرة إلى أربعة مرات في اليوم، بينما يتم تحديث موضوعات صحيفة اليوم السابع كل ٢٥ دقيقة تقريباً، وجاءت قائمة

المحتويات لصحيفة الأهرام على يمين الصفحة، وصحيفة اليوم السابع جاءت قائمة المحتويات على جانبي الصفحة، وجاءت أنواع الروابط للموقعين داخلية للإبحار داخل الموقع، وجاء الرابط لصحيفة الأهرام على شكل نص، بينما جاء الرابط لصحيفة اليوم السابع على شكل نص وجرافيك، واستخدمت الصحف محل التحليل مقاطع الفيديو، ومقاطع الصوت، والصور والرسوم المتحركة.

ب- مجتمع وعينة الدراسة الميدانية: وتحدد مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور العام بكل طوائفه وشرائحه، ولجأ الباحث إلى استخدام العينة العشوائية، وتم تطبيق استبيان يتكون من ١٤ سؤالاً، عبارة عن عدة مقاييس موضحة في التالي، بالإضافة إلى البيانات الشخصية ومتغيرات الدراسة المتمثلة في النوع (ذكور- إناث)، الإقامة (ريف - حضر)، السن (من ١٨ إلى أقل من ٣٥ سنة - من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ - من ٥٠ فأعلى)، المستوى التعليمي (أقل من جامعي - جامعي - أعلى من جامعي)، المستوى الاجتماعي الاقتصادي (مرتفع - متوسط - منخفض). وتم تجميع بيانات الدراسة من خلال تطبيق الاستبيان إلكترونياً من خلال تصميم استمارة الاستبيان على موقع جوجل درايف، وتم تطبيق الاستبيان من خلال النشر على مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك والتساب للوصول إلى عينة الدراسة، حيث تم إطلاق الاستمارة لمدة زمنية قدرها ثلاثة أسابيع، والتي أسفرت عن وصول عدد مفردات العينة إلى ٦٨٥ مفردة من الجمهور المصري بجميع محافظات جمهورية مصر العربية، وقد قام الباحث بغلق جميع أسئلة الاستبيان عند تصميمها على جوجل درايف بحيث لا يسمح للمبحوث إرسال الرد بدون الإجابة على كافة أسئلة الاستبيان، ومن ثم كانت جميع ردود المبحوثين على استمارة الاستبيان صحيحة ولا يوجد نسبة خطأ، وبالتالي كان حجم العينة النهائي (٦٨٥) مفردة من الجمهور المصري، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية أثناء تصميم استمارة الاستبيان. وجاءت خصائص العينة على النحو التالي:

جدول رقم (٢)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع، الإقامة، السن، المستوى التعليمي، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	٣٧٤	٥٤.٦٠
	إناث	٣١١	٤٥.٤٠
الإقامة	ريف	٢٨٧	٤١.٩٠
	حضر	٣٩٨	٥٨.١٠

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
السن	من ١٨ إلى ٣٥ سنة	٢١٦	٣١.٥٠
	من ٣٥ إلى ٥٠	٣٤٦	٥٠.٥٠
	من ٥٠ فأعلى	١٢٣	١٨.٠٠
المستوى التعليمي	أقل من جامعي	١٩٦	٢٨.٦٠
	جامعي	٣٥٩	٥٢.٤٠
	أعلى من جامعي	١٣٠	١٩.٠٠
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	مرتفع	١٠١	١٤.٧٠
	متوسط	٢٨٠	٤٠.٩٠
	منخفض	٣٠٤	٤٤.٤٠
المجموع		٦٨٥	١٠٠

أدوات الدراسة:

تم استخدام أداة تحليل المضمون لدراسة كيفية تناول الأزمات الاقتصادية بالصحف الإلكترونية محل الدراسة، واستخدمت صحيفة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وتم تصميم صحيفة الاستبيان مكونة من عدة مقاييس فرعية (مقياس استخدام الصحف الإلكترونية- مقياس التعرض للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية- مقياس مصداقية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية- مقياس مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية- مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية- مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية- مقياس اتجاه الباحثين نحو المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية) بالإضافة إلى البيانات الشخصية والمتغيرات الديموجرافية، حيث انتهى عدد أسئلة الاستبيان إلى ١٤ سؤالاً.

خطوات تقنين أدوات الدراسة:

أولاً: صدق الاستبيان:

يقصد بصدق الاستبيان صحته في قياس ما يدعى انه يقيسه، والاختبار الصادق يقيس ما وضع لقياسه^(٧٥). وللتحقق من صدق أدوات الدراسة تم الاعتماد على ثلاث طرق مختلفة وهي: الصدق المنطقي، الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، صدق الاتساق الداخلي.

أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى):

اعتمد الباحث في بناء هذه الأدوات واختيار العبارات المكونة لأبعادها علي الدراسات السابقة التي اتخذت من مواقع الصحف الإلكترونية والأزمات الاقتصادية موضوعاً لها، وكذلك

اشتقت بعض عبارات الأدوات من بعض الأدوات الخاصة بالدراسات السابقة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكمل باقي عبارات الأدوات من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الاعتماد علي المصادر السابقة إلي تمتع الأدوات بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي وأن الأدوات صالحة للتطبيق.

ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:

تم عرض استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان علي مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات المصرية، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الأدوات، وقد أقر المحكمون صلاحية الأدوات بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٨٨.٨٨٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداهها المحكمون؛ حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبيان إلى ١٤ سؤال.

ج- صدق الاتساق الداخلي للاستبيان:

تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان، ولهدف التحقق من مدى صدق الاستبيان، ويتضح ذلك من خلال جدول التالي.

جدول (٣)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للاستبيان

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان
٠.٠١ عند دالة	٠.٦٧٥	مقياس استخدام الصحف الإلكترونية
٠.٠١ عند دالة	٠.٧١٢	مقياس التعرض للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية
٠.٠١ عند دالة	٠.٥٩٨	مقياس مصداقية تناول الإعلامى للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية
٠.٠١ عند دالة	٠.٦٦٧	مقياس مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية
٠.٠١ عند دالة	٠.٥٨٤	مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية
٠.٠١ عند دالة	٠.٤٩٨	مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية
٠.٠١ عند دالة	٠.٦٦٤	مقياس اتجاه المبحوثين نحو المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠١، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبيان بين (٠.٤٩٨ ، ٠.٧١٢) وهذا دليل كافٍ على أن الاستبيان يتمتع بمعامل صدق عالي.

ثانياً: ثبات الأدوات:

يقصد بثبات الأدوات عادة أن تكون علي درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق فيما تزودنا به من بيانات عن سلوك المبحوث^(٧٦)، والاختبار الثابت هو الذي يعطي نفس النتائج (تقريباً) إذا طبق علي نفس الأشخاص في فرصتين مختلفتين^(٧٧)، وقد تم حساب معامل ثبات الاستبيان (أداة الدراسة) علي عينة قوامها (١٠٠) مفردة، وذلك باستخدام طريقة إعادة التطبيق لحساب ثبات المقاييس.

أ- طريقة إعادة التطبيق:

تم تطبيق الاستبيان علي عينة مكونة من ١٠٠ مفردة من الجمهور العام ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى علي المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني، وقد أشارت معاملات الارتباط إلي الاتفاق بين الإجابات علي كل بعد من أبعاد الاستبيان بين التطبيق الأول والثاني بنسبة بلغت ٠.٦٨٤. ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول رقم (٤)

معامل ثبات الاستبيان والمقاييس الفرعية

مستوى الدلالة	معامل الثبات	المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٥٤	مقياس استخدام الصحف الإلكترونية
دالة عند ٠.٠١	٠.٥٩٨	مقياس التعرض للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية
دالة عند ٠.٠١	٠.٧٣٢	مقياس مصداقية تناول الإعلامى للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٧٥	مقياس مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية
دالة عند ٠.٠١	٠.٥٧٤	مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٣٣	مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية
دالة عند ٠.٠١	٠.٧٤٢	مقياس اتجاه المبحوثين نحو المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٨٤	الدرجة الكلية للاستبيان

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (٠.٥٩٨ – ٠.٧٤٢) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى ٠.٠١ ، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للاستبيان قد بلغ ٠.٦٨٤ وهي نسبة توحى بالثقة في صلاحية الاستبيان كأداة من أدوات الدراسة.

ب- طريقة التجزئة النصفية (S.H):

كما قام الباحث بحساب معامل ثبات كل مقياس فرعى من المقاييس المكونة للاستبيان، وحساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية للاستبيان وفقا لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

جدول رقم (٥)

معامل ثبات الاستبيان وأبعاده وفقا (التجزئة النصفية لجتمان – سبيرمان وبراون).

معامل ارتباط سبيرمان – براون	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان
٠.٥١٢	٠.٤٩٨	مقياس استخدام الصحف الإلكترونية
٠.٦٦٢	٠.٦٨٥	مقياس التعرض للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية
٠.٦١٢	٠.٥٣٢	مقياس مصداقية تناول الإعلامى للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية
٠.٦٣٢	٠.٥٧٤	مقياس مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية
٠.٦٥٤	٠.٦٢٤	مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية
٠.٥٩٨	٠.٦٢٣	مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية
٠.٦٦٤	٠.٦٥٧	مقياس اتجاه المبحوثين نحو المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية
٠.٥٨٧	٠.٦٥٧	* معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها
٠.٦٨٩	٠.٧١٢	* ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية

يتضح من الجدول السابق أن المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان حققت معاملات ثبات علي درجة معقولة ومقبولة علمياً، حيث تراوحت معاملات ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان وفقا لمعامل التجزئة النصفية لجتمان ما بين ٠.٤٩٨ – ٠.٦٨٥، بينما تراوح معامل ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان وفقا لمعامل ارتباط سبيرمان وبراون ما بين ٠.٥١٢ - ٠.٦٦٤، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع بعضها فقد كانت ٠.٦٥٧ وفقا لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقا لمعامل سبيرمان –

براون ٠.٥٨٧ ، وهي معاملات ثبات عالية وتدل علي ثبات الأبعاد، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان فقد كانت ٠.٧١٢ وفقا لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت ٠.٦٨٩ وفقاً لمعامل سبيرمان وبراون وهي معاملات ثبات عالية وتشير إلي ثبات المقياس الفرعية المكونة للاستبيان وصلاحيته للاستخدام.

جـ حساب ثبات الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ:

تعتمد معادلة ألفا كرونباخ على تباينات بنود المقياس، وتشتراط أن تقيس بنود الاختبار سمة واحدة فقط، ولذلك قام الباحث بحساب معامل الثبات لكل بعد على إنفراد، ثم قام بحساب معامل ثبات الاستبيان ككل، وقد استخدم الباحث البرنامج الإحصائي SPSS لحساب معاملات الثبات، حيث تبين أن قيمة ألفا كرونباخ للمقياس ككل ٠.٨٤٤ وهذا دليل كاف على ثبات استمارة الاستبيان وصلاحيته للتطبيق.

جدول (٦)

معامل ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان

قيمة ألفا	المجال
٠.٥٤٧	مقياس استخدام الصحف الإلكترونية
٠.٥٥٩	مقياس التعرض للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية
٠.٥٧٤	مقياس مصداقية تناول الإعلامى للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية
٠.٤٣٥	مقياس مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية
٠.٥٩٨	مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية
٠.٤٩٨	مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية
٠.٤٤٧	مقياس اتجاه المبحوثين نحو المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية
٠.٨٤٤	الدرجة الكلية للاستبيان

تشير البيانات في الجدول السابق إلى قيم معامل الثبات لإجابات المبحوثين، وترواحت قيمة معامل ألفا ما بين (٠.٤٣٥ – ٠.٥٩٨) وهي توحى بثبات الاستبيان، كما تشير قيمة معامل الثبات ألفا على إجمالي الاستبيان إلى ثبات الاستبيان وقدرته على قياس ما وضع لقياسه حيث بلغت قيمته ٠.٨٤٤.

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

أ- مقياس معدل استخدام المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية: ولقياس معدل استخدام المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية استخدم الباحث مقياس مكون من ٣ أسئلة باستمارة

الاستبيان عن مدى استخدام مواقع الصحف الإلكترونية، وكم مرة يستخدم مواقع الصحف الإلكترونية في الأسبوع، والمدة الزمنية لاستخدام مواقع الصحف الإلكترونية في اليوم، وتم جمع الدرجات لكل مبحوث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين ٣ : ١١ درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات من ٣ إلى ٥ درجات منخفض استخدام مواقع الصحف الإلكترونية، من ٦ على ٨ درجات متوسط الاستخدام، ومن ٩ إلى ١١ درجة مرتفع الاستخدام.

ب- مقياس كثافة تعرض المبحوثين للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية: ولقياس كثافة تعرض المبحوثين للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية استخدم الباحث مقياس مكون من ٣ أسئلة باستمارة الاستبيان عن مدى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، وكم مرة يتعرض لها خلال الأسبوع، والوقت الذي يقضيه خلال اليوم لمتابعة الأزمات الاقتصادية خلال اليوم، وتم جمع الدرجات لكل مبحوث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين ٣ : ١١ درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات من ٣ إلى ٥ درجات منخفض التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، من ٦ على ٨ درجات متوسط التعرض، ومن ٩ إلى ١١ درجة مرتفع التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

ج- مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية: ولقياس مستوى اهتمام الجمهور بمتابعة المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (٧) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٧ إلى ٢١ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من الاهتمام ويحصل على الدرجة ٧ إلى ١١، والثاني مستوى متوسط من الاهتمام ويحصل على الدرجة ١٢ إلى ١٦، والثالث مستوى مرتفع من الاهتمام ويحصل على الدرجة من ١٧ إلى ٢١.

د- مقياس مصداقية تناول الإعلامى للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية: ولقياس مصداقية تناول الإعلامى للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (١٠) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ١٠ إلى ٣٠ درجة، وتم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول منخفض مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع الصحف

الإلكترونية كمصدر للحصول على المعلومات حول الأزمة الاقتصادية فى مصر ويحصلون على الدرجة ١٠ إلى ١٦ ، والثانى متوسطى مستوى الثقة ويحصلون على الدرجة من ١٧ إلى ٢٣ ، والثالث مرتفعى مستوى الثقة ويحصلون على الدرجة من ٢٤ إلى ٣٠ ، بالإضافة إلى سؤال آخر باستمارة الاستبيان يشير إلى تحديد المبحوث من ضمن ٩ درجات، الدرجة التى يعتقد أنها تمثل فعلا مستوى صدق وموضوعية التناول الإعلامى للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوث الذى يحدد الدرجة من ١ : ٣ يعد من منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع الصحف الإلكترونية، من ٤ : ٦ متوسطى مستوى الثقة، ومن ٧ : ٩ مرتفعى مستوى الثقة، ويتم جمع المستوى فى كل من السؤالين للوصول إلى المستوى الحقيقى لمصادقية المضمون لدى المبحوث.

هـ- مقياس مستوى معرفة المبحوثين بالأزمات الاقتصادية: ولقياس مستوى معرفة المبحوثين بالأزمات الاقتصادية قام الباحث ثلاثة أسئلة تضمنتهما صحيفة الاستبيان عن مدى وجود خلفية معرفية عن قضايا الأزمات الاقتصادية، والاختيار بين ثلاثة تعريفات للأزمة الاقتصادية وجميعها صحيحة، وذكر أهم ثلاثة أزمات اقتصادية قرأها المبحوث خلال الأسبوع الذى تم فيه ملء استمارة الاستبيان. وبناءً على ذلك تم حساب المتوسطات لكل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين ٠ : ٩ درجات، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من المعرفة ويحصل على الدرجة ١ إلى ٣، والثانى مستوى متوسط من المعرفة ويحصل على الدرجة من ٤ إلى ٦، والثالث مستوى مرتفع من المعرفة ويحصل على الدرجة من ٧ إلى ٩.

و- مقياس مستوى الثقة فى المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية: ولقياس مستوى ثقة الجمهور بالمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية تم تكوين مقياس تجميعى مكون من (١٠) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ١٠ إلى ٣٠ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من الثقة ويحصل على الدرجة ١٠ إلى ١٦، والثانى مستوى متوسط من الثقة ويحصل على الدرجة من ١٧ إلى ٢٣، والثالث مستوى مرتفع من الثقة ويحصل على الدرجة من ٢٤ إلى ٣٠.

ز- مقياس الاتجاه نحو المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية: ولقياس مستوى الاتجاه نحو المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، تم تكوين مقياس تجميعى مكون من (١٠) عبارة، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات

بين ١٠ إلى ٣٠ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى اتجاه سلبي ويحصل على الدرجة ١٠ إلى ١٦، والثاني مستوى اتجاه محايد ويحصل على الدرجة من ١٧ إلى ٢٣، والثالث مستوى اتجاه ايجابي ويحصل على الدرجة من ٢٤ إلى ٣٠.

الأساليب الإحصائية المستخدمة لمعالجة البيانات :

لاستخراج نتائج الدراسة قام الباحث باستخدام البرنامج الإحصائي (spss) حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية .
- ٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .
- ٣- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.
- ٤- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين علي وجود فرق بينها.
- ٥- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة .
- ٦- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين علي أحد متغيرات الدراسة .
- ٧- اختبار كا^٢ لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى .
- ٨- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢×٢ .
- ٩- معامل ارتباط ألفا كرونباخ للتحقق من صدق أداة الدراسة.

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

قام الباحث بتحليل مضمون صحيفة اليوم السابع الإلكترونية لتمثل الصحف ذات الأصل الإلكتروني، وتحليل صحيفة الأهرام الإلكترونية لتمثل الصحف ذات الأصل الورقي، وذلك خلال الفترة من أول يناير ٢٠٢٢ وحتى نهاية ديسمبر ٢٠٢٢ بطريقة الأسبوع الصناعي، حيث

كان عدد الموضوعات التي تم تحليلها بصحيفة الأهرام الإلكترونية ٤٦٥، بينما بلغ عدد الموضوعات التي تم تحليلها بصحيفة اليوم السابع الإلكترونية ٥٣٢، والجدول التالي توضح قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة:

١- أهم الأزمات الاقتصادية التي تناولتها صحف الدراسة.

جدول (٧)

قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة في أهم الأزمات الاقتصادية التي تناولتها

الدالة	قيمة z	الإجمالي		اليوم السابع		الأهرام		الصحيفة الأزمات الاقتصادية
		%	ك	%	ك	%	ك	
دالة**	٣.٠٥٦	٤٧.٦٤	٤٧٥	٥٧.٧١	٣٠٧	٣٦.١٣	١٦٨	ارتفاع الأسعار
غير دالة	٠.٩٥٣	٥٤.٢٦	٥٤١	٥٤.٧٠	٢٩١	٥٣.٧٦	٢٥٠	أزمة العملة
دالة*	٢.٠٦٥	٣٠.٦٩	٣٠٦	٣٥.٩٠	١٩١	٢٤.٧٣	١١٥	الأزمة المالية
غير دالة	١.٠٥٤	٣٤.٩٠	٣٤٨	٣٥.٩٠	١٩١	٣٣.٧٦	١٥٧	التضخم المفرط
غير دالة	١.٦٨٣	٩.٤٣	٩٤	٦.٩٥	٣٧	١٢.٢٦	٥٧	الفقر والبطالة
غير دالة	١.٧٥٣	٥.٣٢	٥٣	٧.١٤	٣٨	٣.٢٣	١٥	الديون
		٩٩٧		٥٣٢		٤٦٥		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة في أهم الأزمات الاقتصادية التي تناولتها، حيث جاء في الترتيب الأول أزمة العملة، وذلك بنسبة بلغت ٥٤.٢٦٪ من إجمالي عدد الموضوعات، وجاءت تلك النسبة موزعة بين ٥٣.٧٦٪ من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية في مقابل ٥٤.٧٠٪ من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٩٥٣ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪. وجاء في الترتيب الثاني ارتفاع الأسعار، وذلك بنسبة بلغت ٤٧.٦٤٪ من إجمالي عدد الموضوعات، وجاءت تلك النسبة موزعة بين ٣٦.١٣٪ من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية في مقابل ٥٧.٧١٪ من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٣.٠٥٦ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩٪.

٢- أشكال عرض المضامين الصحفية المتعلقة بالأزمات الاقتصادية في الصحف الإلكترونية.

جدول (٨)

قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة في أشكال عرض المضامين الصحفية المتعلقة بالأزمات الاقتصادية في الصحف الإلكترونية

الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		اليوم السابع		الأهرام		الصحيفة أشكال العرض
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠.٦٥٢	١٩.٣٦	١٩٣	٢١.٠٥	١١٢	١٧.٤٢	٨١	نص فقط
غير دالة	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠	٠.٠٠٠	٠	٠.٠٠٠	٠	صورة فقط
غير دالة	٠.٠٢٣	١٢.٢٤	١٢٢	١٢.٤١	٦٦	١٢.٠٤	٥٦	فيديو فقط
غير دالة	٠.٧١٢	٣١.٣٩	٣١٣	٢٨.٣٨	١٥١	٣٤.٨٤	١٦٢	نص وصورة
غير دالة	٠.٠٥١	١٤.٨٤	١٤٨	١٥.٤١	٨٢	١٤.١٩	٦٦	نص وفيديو
غير دالة	٠.٠٤٤	٢٢.١٧	٢٢١	٢٢.٧٤	١٢١	٢١.٥١	١٠٠	نص وصورة وفيديو
		١٠٠	٩٩٧	١٠٠	٥٣٢	١٠٠	٤٦٥	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة في أشكال عرض المضامين الصحفية المتعلقة بالأزمات الاقتصادية في الصحف الإلكترونية، حيث جاء في الترتيب الأول نص وصورة ، وذلك بنسبة بلغت ٣١.٣٩٪ من إجمالي عدد الموضوعات، وجاءت تلك النسبة موزعة بين ٣٤.٨٤٪ من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية في مقابل ٢٨.٣٨٪ من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٧١٢ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

٣- الأطر التي تبنتها مواقع الصحف الإلكترونية في تناول الأزمات الاقتصادية.

جدول (٩)

قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة في الأطر التي تبنتها مواقع الصحف الإلكترونية في تناول الأزمات الاقتصادية

الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		اليوم السابع		الأهرام		الصحيفة الأطر
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	١.٠٣٥	٣٠.١٩	٣٠١	٣١.٥٨	١٦٨	٢٨.٦٠	١٣٣	إطار المسئولية
غير دالة	١.٧٥٢	٣٢.٨٠	٣٢٧	٣١.٠٢	١٦٥	٣٤.٨٤	١٦٢	إطار الصراع
غير دالة	٠.٦٨٥	٣٢.٣٠	٣٢٢	٣١.٩٥	١٧٠	٣٢.٦٩	١٥٢	إطار النتائج الاقتصادية
غير دالة	٠.٠٠٩	١.٥٠	١٥	٢.٨٢	١٥	٠.٠٠	٠	إطار الاهتمامات الإنسانية
غير دالة	٠.٥٤٢	٣.٢١	٣٢	٢.٦٣	١٤	٣.٨٧	١٨	إطار المبادئ الأخلاقية
		١٠٠	٩٩٧	١٠٠	٥٣٢	١٠٠	٤٦٥	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة في الأطر التي تبنتها مواقع الصحف الإلكترونية في تناول الأزمات الاقتصادية، حيث جاء في الترتيب الأول إطار الصراع ، وذلك بنسبة بلغت ٣٢.٨٠٪ من إجمالي عدد الموضوعات، وجاءت تلك النسبة موزعة بين ٣٤.٨٤٪ من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية في مقابل ٣١.٠٢٪ من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٧٥٢ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

٤- الأدوات المستخدمة في تأطير الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

جدول (١٠)

قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة في الأدوات المستخدمة في تأطير الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية

الدالة	قيمة Z	الإجمالي		اليوم السابع		الأهرام		الصحيفة الأدوات
		ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	٠.٣٢٧	٤	٠.٤٠	١	٠.١٩	٣	٠.٦٥	التناقض
غير دالة	١.٠٣٢	٣٣٢	٣٣.٣٠	١٨٢	٣٤.٢١	١٥٠	٣٢.٢٦	المقارنة
غير دالة	٠.٩٨٣	١٨٧	١٨.٧٦	١٠٤	١٩.٥٥	٨٣	١٧.٨٥	الصورة المرئية
غير دالة	٠.٨٩٤	٤٠٣	٤٠.٤٢	٢١٣	٤٠.٠٤	١٩٠	٤٠.٨٦	التأكيد على عبارة معينة
غير دالة	٠.٨٧٩	٧	٠.٧٠	٢	٠.٣٨	٥	١.٠٨	إخفاء معلومات جوهرية
غير دالة	٠.٩٥٦	١١٧	١١.٧٤	٦٧	١٢.٥٩	٥٠	١٠.٧٥	الرموز
غير دالة	١.٢٤٠	٢٠٣	٢٠.٣٦	٩٩	١٨.٦١	١٠٤	٢٢.٣٧	قصص
غير دالة	١.٦٨٥	١٢٠	١٢.٠٤	٥٠	٩.٤٠	٧٠	١٥.٠٥	الاستعارة
غير دالة	١.١٢١	٥٦	٥.٦٢	٢٥	٤.٧٠	٣١	٦.٦٧	الشعارات
		٩٩٧		٥٣٢		٤٦٥		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة في الأدوات المستخدمة في تأطير الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، حيث جاء في الترتيب الأول التأكيد على عبارة معينة ، وذلك بنسبة بلغت ٤٠.٤٢٪ من إجمالي عدد الموضوعات، وجاءت تلك النسبة موزعة بين ٤٠.٨٦٪ من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية في مقابل ٤٠.٠٤٪ من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير

دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٨٩٤ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

٥- وظيفة إطار المعالجة التى تبنتها مواقع الصحف الإلكترونية فى تناول الأزمات الاقتصادية.

جدول (١١)

قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة فى وظيفة إطار المعالجة التى تبنتها مواقع الصحف الإلكترونية فى تناول الأزمات الاقتصادية

الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		اليوم السابع		الاهرام		الصحيفة	وظيفة الإطار
		ك	٪	ك	٪	ك	٪		
دالة ***	٣.٨٢٥	٢١٨	٢١.٨٧	٧٦	١٤.٢٩	٣٠.٥٤	١٤٢	وظيفة تعريفية	
دالة ***	٤.١٩٨	٢٨٩	٢٨.٩٩	٢٠١	٣٧.٧٨	١٨.٩٢	٨٨	وظيفة تشخيصية	
غير دالة	٠.٨٦٣	٣٣٨	٣٣.٩٠	١٨٣	٣٤.٤٠	٣٣.٣٣	١٥٥	وظيفة تفسيرية	
غير دالة	١.٦٤١	١٥٢	١٥.٢٥	٧٢	١٣.٥٣	١٧.٢٠	٨٠	وظيفة علاجية	
		٩٩٧	١٠٠	٥٣٢	١٠٠	٤٦٥	١٠٠	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة فى وظيفة إطار المعالجة التى تبنتها مواقع الصحف الإلكترونية فى تناول الأزمات الاقتصادية، حيث جاء فى الترتيب الأول وظيفة تفسيرية ، وذلك بنسبة بلغت ٣٣.٩٠٪ من إجمالي عدد الموضوعات، وجاءت تلك النسبة موزعة بين ٣٣.٣٣٪ من إجمالي عدد الموضوعات التى تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية فى مقابل ٣٤.٤٠٪ من إجمالي عدد الموضوعات التى تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٨٦٣ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

٦- نوع المعالجة التى تبنتها مواقع الصحف الإلكترونية فى تناول الأزمات الاقتصادية.

جدول (١٢)

قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة فى نوع المعالجة التى تبنتها مواقع الصحف الإلكترونية فى تناول الأزمات الاقتصادية

الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		اليوم السابع		الاهرام		الصحيفة	نوع المعالجة
		ك	٪	ك	٪	ك	٪		
غير دالة	٠.٨٦٣	٣٣٨	٣٣.٩٠	١٨٣	٣٤.٤٠	٣٣.٣٣	١٥٥	تفسيرية	
غير دالة	٠.٩٨٦	٣٦٣	٣٦.٤١	١٩٩	٣٧.٤١	٣٥.٢٧	١٦٤	إخبارية	
غير دالة	١.٦٩٨	٨٧	٨.٧٣	٣٦	٦.٧٧	١٠.٩٧	٥١	توجيهية	
غير دالة	١.٧٣٩	٤٨	٤.٨١	٣٦	٦.٧٧	٢.٥٨	١٢	نقدية	
غير دالة	٠.٠٦٥	٥	٠.٥٠	٣	٠.٥٦	٠.٤٣	٢	دعائية	
غير دالة	١.١٨١	١٥٦	١٥.٦٥	٧٥	١٤.١٠	١٧.٤٢	٨١	غير محددة	
		٩٩٧	١٠٠	٥٣٢	١٠٠	٤٦٥	١٠٠	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة في نوع المعالجة التي تبنتها مواقع الصحف الإلكترونية في تناول الأزمات الاقتصادية، حيث جاء في الترتيب الأول إخبارية، وذلك بنسبة بلغت ٣٦.٤١٪ من إجمالي عدد الموضوعات، وجاءت تلك النسبة موزعة بين ٣٥.٢٧٪ من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية في مقابل ٣٧.٤١٪ من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٩٨٦. وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

٧- القوى الفاعلة في المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية المطروحة في مواقع الصحف الإلكترونية.

جدول (١٣)

قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة في القوى الفاعلة في المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية المطروحة في مواقع الصحف الإلكترونية

الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		اليوم السابع		الأهرام		الصحيفة القوى الفاعلة
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	١.١٨٧	٥.٧٢	٥٧	٧.٣٣	٣٩	٣.٨٧	١٨	شخصيات عامة
غير دالة	٠.٨٦٣	٣٣.٩٠	٣٣٨	٣٤.٤٠	١٨٣	٣٣.٣٣	١٥٥	دول
غير دالة	٠.٠٦١	١.٦٠	١٦	١.٨٨	١٠	١.٢٩	٦	منظمات اقتصادية محلية
غير دالة	٠.٠٥٢	٢.٢١	٢٢	٢.٤٤	١٣	١.٩٤	٩	منظمات اقتصادية دولية
غير دالة	١.٠١٢	٢.١١	٢١	١.١٣	٦	٣.٢٣	١٥	رجال أعمال
دالة*	١.٩٧٨	٧٩.٢٤	٧٩٠	٧٥.٣٨	٤٠١	٨٣.٦٦	٣٨٩	الحكومة
غير دالة	٠.٠١٢	٠.٣٠	٣	٠.١٩	١	٠.٤٣	٢	أحزاب سياسية
غير دالة	١.٥٣٧	٣.١١	٣١	٤.٧٠	٢٥	١.٢٩	٦	حركات سياسية
		٩٩٧		٥٣٢		٤٦٥		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى قيمة Z لدلالة الفروق بين صحف الدراسة في القوى الفاعلة في المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية المطروحة في مواقع الصحف الإلكترونية، حيث جاء في الترتيب الأول الحكومة، وذلك بنسبة بلغت ٧٩.٢٤٪ من إجمالي عدد الموضوعات، وجاءت تلك النسبة موزعة بين ٨٣.٦٦٪ من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية في مقابل ٧٥.٣٨٪ من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٩٧٨ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين

النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪. وجاء في الترتيب الثانى دول ، وذلك بنسبة بلغت ٣٣.٩٠٪ من إجمالى عدد الموضوعات، وجاءت تلك النسبة موزعة بين ٣٣.٣٣٪ من إجمالى عدد الموضوعات التى تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية فى مقابل ٣٤.٤٠٪ من إجمالى عدد الموضوعات التى تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٨٦٣. وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

ثانياً: نتائج دراسة الجمهور:

- حجم استخدام الجمهور للمواقع الإلكترونية للصحف:

جدول (١٤)

حجم استخدام الجمهور للمواقع الإلكترونية للصحف وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	١٧١	٤٥.٧٢	١٢٩	٤١.٤٨	٣٠٠	٤٣.٨٠
متوسط	١٢٢	٣٢.٦٢	١١٧	٣٧.٦٢	٢٣٩	٣٤.٨٩
منخفض	٨١	٢١.٦٦	٦٥	٢٠.٩٠	١٤٦	٢١.٣١
الإجمالى	٣٧٤	١٠٠	٣١١	١٠٠	٦٨٥	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١.٩٦٠ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠٥٣ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١.٩٦٠ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٥٣ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) وحجم استخدام الجمهور للمواقع الإلكترونية للصحف (مرتفع- متوسط- منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعى استخدام المواقع الإلكترونية للصحف بلغت نسبتهم ٤٣.٨٠٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤٥.٧٢٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٤١.٤٨٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطى استخدام المواقع الإلكترونية للصحف ٣٤.٨٩٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٢.٦٢٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٧.٦٢٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضى استخدام المواقع الإلكترونية للصحف ٢١.٣١٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢١.٦٦٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٢٠.٩٠٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث.

- مستوى تعرض الجمهور للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف

جدول (١٥)

مستوى تعرض الجمهور للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	٢٠٢	٥٤.٠١	١٢٨	٤١.١٦	٣٣٠	٤٨.١٨
متوسط	١٥٦	٤١.٧١	١٥٩	٥١.١٣	٣١٥	٤٥.٩٩
منخفض	١٦	٤.٢٨	٢٤	٧.٧٢	٤٠	٥.٨٤
الإجمالي	٣٧٤	١٠٠	٣١١	١٠٠	٦٨٥	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١٢.٥٣٤ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٣٤ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠١ بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١٢.٥٣٤ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٣٤ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومستوى تعرض المبحوثين للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف (مرتفع- متوسط- منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعي مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف بلغت نسبتهم ٤٨.١٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥٤.٠١% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٤١.١٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطي مستوى التعرض ٤٥.٩٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤١.٧١% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٥١.١٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضي مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف ٥.٨٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤.٢٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٧.٧٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث. وتتفق نتائج الجدول السابق مع ما جاءت به نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام حيث تفترض أنه يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام وقت الأزمات، وفى ظل الأزمات الاقتصادية المتلاحقة التى تشهدها البلاد فقد يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المختلفة لاستقاء المعلومات المختلفة حول الأزمات الاقتصادية، وعن الاعتماد على الصحف الإلكترونية فقد جاءت نتائج بعض الدراسات التى أثبتت مصداقية المواقع الإلكترونية لدى الجمهور مقارنة بالوسائل الأخرى، فقد أشار (Johnson and Kaye, 1998^(٧٨)) أن أخبار الإنترنت أكثر مصداقية من الصحف والتلفزيون، وأوضح أن أهم

عناصر المصداقية في الإنترنت تتمثل في: الصدق (Believable) العدالة (Fair) الدقة والعمق (Accurate and Depth) كما أشار (Johnson and kaye)^(٧٩) إلى أن المواقع الإلكترونية للصحف كانت أكثر مصداقية من الصحف التقليدية.

- مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف.

جدول (١٦)

مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	٢٠٧	٥٥.٣٥	١٣٢	٤٢.٤٤	٣٣٩	٤٩.٤٩
متوسط	١٤٢	٣٧.٩٧	١٤٨	٤٧.٥٩	٢٩٠	٤٢.٣٤
منخفض	٢٥	٦.٦٨	٣١	٩.٩٧	٥٦	٨.١٨
الإجمالي	٣٧٤	١٠٠	٣١١	١٠٠	٦٨٥	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١١.٦٦٤ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٢٩ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠١ بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١١.٦٦٤ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٢٩ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف (مرتفع- متوسط- منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعي مستوى الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف بلغت نسبتهم ٤٩.٤٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥٥.٣٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٢.٤٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطي مستوى الاهتمام ٤٢.٣٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٧.٩٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٧.٥٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضي مستوى الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف ٨.١٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٦.٦٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٩.٩٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث. وتتفق نتائج الجدول السابق مع ما جاءت به نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام حيث تفترض أنه يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما

زاد الاهتمام بمتابعة قضايا الأزمات، حيث تزداد مصداقية الموضوعات كلما ازداد اقترابها من حياة الجمهور واهتماماته^(٨٠).

- مستوى ثقة المبحوثين فى المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف.

جدول (١٧)

مستوى ثقة المبحوثين فى المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف وفقا للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	٢١٤	٥٧.٢٢	١٨٤	٥٩.١٦	٣٩٨	٥٨.١٠
متوسط	١٢٣	٣٢.٨٩	١٠٣	٣٣.١٢	٢٢٦	٣٢.٩٩
منخفض	٣٧	٩.٨٩	٢٤	٧.٧٢	٦١	٨.٩١
الإجمالى	٣٧٤	١٠٠	٣١١	١٠٠	٦٨٥	١٠٠

قيمة كآ = ١.٠١٦ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠٣٨ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كآ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١.٠١٦ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٣٨ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية تناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف (مرتفع- متوسط- منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بصدق وموضوعية تناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف بلغت نسبتهم ٥٨.١٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥٧.٢٢% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٥٩.١٦% من إجمالى مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطى مستوى الثقة ٣٢.٩٩% من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٢.٨٩% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٣.١٢% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية تناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف ٨.٩١% من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٩.٨٩% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٨.٨٢% من إجمالى مفردات عينة الإناث.

- مستوى مصداقية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف لدى المبحوثين.

جدول (١٨)

مستوى مصداقية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف لدى المبحوثين وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٨.١٨	٣٣٠	٤١.١٦	١٢٨	٥٤.٠١	٢٠٢	مرتفع
٤٥.٩٩	٣١٥	٥١.١٣	١٥٩	٤١.٧١	١٥٦	متوسط
٥.٨٤	٤٠	٧.٧٢	٢٤	٤.٢٨	١٦	منخفض
١٠٠	٦٨٥	١٠٠	٣١١	١٠٠	٣٧٤	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ١٢.٥٣٤ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٣٤ مستوي الدلالة = دالة عند ٠.٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١٢.٥٣٤ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١ ، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٣٤ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومستوى مصداقية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف لدى المبحوثين (مرتفع- متوسط- منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يرون أن التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية ذو مصداقية بدرجة مرتفعة بلغت ٤٨.١٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥٤.٠١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤١.١٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يرون أن التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية ذو مصداقية بدرجة متوسطة بلغت ٤٥.٩٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤١.٧١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥١.١٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من يرون أن التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية ذو مصداقية بدرجة منخفضة بلغت ٥.٨٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤.٢٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧.٧٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث. وهو ما أكدته نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث أشارت إلى أن زيادة تعرض الجمهور واستخدامه لوسائل الإعلام غالباً ما يصاحبه تدعيم في مستوى المصداقية، وهو ما أكدته (Nozato, 2012) ^(٨١) في دراسته عن تقييم طلاب الجامعات

لمصداقية الصحف الإلكترونية حيث أشار إلى أن تكرار استخدام الأفراد للصحف الإلكترونية مع زيادة اعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات يرتبط طردياً مع إدراكهم لمصداقيتها.

- تقييم المبحوثين لمستويات مصداقية التناول الإعلامي للآزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف:

جدول (١٩)

تقييم المبحوثين لمستويات مصداقية التناول الإعلامي للآزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف (ن=٦٨٥)

درجة المصداقية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	منخفض		متوسط		مرتفع		مستويات المصداقية
			%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٠.٦٣٥	٢.٤٧	٧.٧٤	٥٣	٣٧.٩٦	٢٦٠	٥٤.٣١	٣٧٢	مصداقية القائم بالاتصال
مرتفع	٠.٦٠٩	٢.٤٦	٦.١٣	٤٢	٤١.٠٢	٢٨١	٥٢.٨٥	٣٦٢	مصداقية المصدر
مرتفع	٠.٥٧١	٢.٥٠	٣.٨٠	٢٦	٤٢.٠٤	٢٨٨	٥٤.١٦	٣٧١	مصداقية الرسالة
مرتفع	٠.٥٨٠	٢.٥٦	٤.٥٣	٣١	٣٤.٧٤	٢٣٨	٦٠.٧٣	٤١٦	مصداقية الوسيلة
مرتفع	٠.٦٣٢	٢.٤٩	٧.٤٥	٥١	٣٥.٧٧	٢٤٥	٥٦.٧٩	٣٨٩	مصداقية الجمهور

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن مستويات مصداقية التناول الإعلامي للآزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف (مصداقية القائم بالاتصال- مصداقية المصدر- مصداقية الرسالة- مصداقية الوسيلة- مصداقية الجمهور) لدى المبحوثين جاءت مرتفعة، حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٧، ٢.٤٦، ٢.٥٠، ٢.٥٦، ٢.٤٩ على الترتيب. وهذه المستويات اتفقت عليها العديد من الدراسات، حيث وضع (Schweiger,2004)،^(٨٢) أربعة مستويات يمكن أن تسهم جميعاً في تفسير إدراك المصداقية لوسائل الاتصال، يأتي في المستوى الأول القائم بالاتصال Presenter، حيث يقيم الأفراد مصداقية القائم بالاتصال كمقدم النشرة الإخبارية أو الصحفي أو المراسلين، ثم يأتي في المستوى الثاني مصدر الحدث- Actor-source، ويقصد به مصدر القصة الإخبارية أو الحدث، ثم في المستوى الثالث تأتي مضمون الخبر أو الرسالة The content of the news، ويقصد بها الفقرات الإخبارية بالتليفزيون أو المقال الصحفي في الجريدة أو أي موقع بالإنترنت، وفي المستوى الرابع يتعلق بنوع الوسيلة Media Type، أي مدى مصداقية الوسيلة ككل مثل: الصحف، التليفزيون، مواقع الإنترنت، وقد أضاف الباحث المستوى الخامس والمتعلق بالجمهور receiver وهو الأكثر تفاعلية في ظل انتشار الإعلام الإلكتروني والذي أصبح مصدر لا يستهان به في صياغة الرسالة

الإعلامية، وفي كثير من الأحيان يتحول الجمهور من مجرد متلقي إلى منشئ للرسالة التي تتناقلها منه وسائل الإعلام. فكان لا بد من دراسة مصداقية الجمهور جنباً إلى جنب مستويات المصداقية التي اتفق عليها العديد من الباحثين.

- مستوى معرفة الجمهور بالأزمات الاقتصادية.

جدول (٢٠)

مستوى معرفة الجمهور بالأزمات الاقتصادية وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٤١.٧٥	٢٨٦	٣٩.٢٣	١٢٢	٤٣.٨٥	١٦٤	مرتفع
٣٧.٠٨	٢٥٤	٣٨.٩١	١٢١	٣٥.٥٦	١٣٣	متوسط
٢١.١٧	١٤٥	٢١.٨٦	٦٨	٢٠.٥٩	٧٧	منخفض
١٠٠	٦٨٥	١٠٠	٣١١	١٠٠	٣٧٤	الإجمالي

قيمة كآ = ١.٥١٢ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠٤٧ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كآ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١.٥١٢ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٤٧ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومستوى تعرض المبحوثين للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف (مرتفع- متوسط- منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعي مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية بلغت نسبتهم ٤١.٧٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤٣.٨٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٩.٢٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطي مستوى المعرفة ٣٧.٠٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٥.٥٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٨.٩١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضي مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية ٢١.١٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٠.٥٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢١.٨٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث. ويمكن تفسير ذلك في ضوء وسائل الإعلام البديلة والمتعددة التي أتاحت للجميع سبل الحصول على المعرفة، وأصبحت المعرفة متاحة للجميع ذكوراً وإناثاً ، كبيراً كان أو صغيراً، فقد أصبحت وسائل المعرفة لا حدود لها، ولا تقتصر على فئة بعينها.

- مستوى اتجاه المبحوثين نحو التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف.

جدول (٢١)

مستوى اتجاه المبحوثين نحو التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٦.٤٢	٣١٨	٣٩.٢٣	١٢٢	٥٢.٤١	١٩٦	إيجابي
٤٤.٨٢	٣٠٧	٥٠.١٦	١٥٦	٤٠.٣٧	١٥١	محايد
٨.٧٦	٦٠	١٠.٦١	٣٣	٧.٢٢	٢٧	سلبى
١٠٠	٦٨٥	١٠٠	٣١١	١٠٠	٣٧٤	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ١٢.٢١١ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٣٢ مستوي الدلالة = دالة عند ٠.٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١٢.٢١١ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٣٢ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ودرجة اتجاه المبحوثين نحو المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف (مرتفع- متوسط- منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن من لديهم اتجاه إيجابي من المبحوثين نحو المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف بلغت نسبتهم ٤٦.٤٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥٢.٤١% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٩.٢٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لديهم اتجاه محايد ٤٤.٨٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤٠.٣٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٥٠.١٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من لديهم اتجاه سلبى من المبحوثين نحو المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف ٨.٧٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٧.٢٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ١٠.٦١% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

ثانياً : نتائج التحقق من صحة الفروض:

يحتوي هذا الجزء علي خلاصة ما توصلت إليه الدراسة الراهنة من نتائج تطبيق الاستبيان، وسوف نتناول الباحثة في هذا الجزء نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة

والإجابة عن بعض تساؤلاتها البحثية، ثم تقدم ملخصاً عن هذه النتائج، والتي في ضوئها يمكن طرح عدد من المقترحات والتوصيات. وفي ضوء أهداف الدراسة وفروضها سوف يتم عرض نتائج التحقق من صحة الفروض فيما يلي:-

ثالثاً: نتائج التحقق من صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطيه ودالة إحصائياً بين مستويات استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية وللصحف ومستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية.

جدول رقم (٢٢)

توجد علاقة ارتباطيه ودالة إحصائياً بين مستويات استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية وللصحف ومستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية

الإجمالي		منخفض		متوسط		مرتفع		مستوى التعرض لمواقع الصحف
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٣.٨٠	٣٠٠	٤٢.١٣	٧٥	٤٦.٣٨	١٢٨	٤١.٩٩	٩٧	مرتفع
٣٤.٨٩	٢٣٩	٤١.٠١	٧٣	٢٥.٧٢	٧١	٤١.١٣	٩٥	متوسط
٢١.٣١	١٤٦	١٦.٨٥	٣٠	٢٧.٩٠	٧٧	١٦.٨٨	٣٩	منخفض
١٠٠	٦٨٥	١٠٠	١٧٨	١٠٠	٢٧٦	١٠٠	٢٣١	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٢١.٢٣٨ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠.١٧٣ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها = ٢١.٢٣٨ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٧٣ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية للصحف (مرتفع- متوسط- منخفض) ومستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف (مرتفع- متوسط- منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعي مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف بلغت نسبتهم ٤٣.٨٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤١.٩٩% للمبحوثين مرتفعي استخدام المواقع الإلكترونية للصحف فى مقابل ٤٦.٣٨% للمبحوثين متوسطي مستوى الاستخدام، ٤٢.١٣% للمبحوثين منخفضي مستوى الاستخدام، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطي مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية

للصحف بلغت نسبتهم ٣٤.٨٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤١.١٣% للمبحوثين مرتفعي استخدام المواقع الإلكترونية للصحف في مقابل ٢٥.٧٢% للمبحوثين متوسطي مستوى الاستخدام، ٤١.٠١% للمبحوثين منخفضي مستوى الاستخدام، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضي مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف بلغت نسبتهم ٢١.٣١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٦.٨٨% للمبحوثين مرتفعي استخدام المواقع الإلكترونية للصحف في مقابل ٢٧.٩٠% للمبحوثين متوسطي مستوى الاستخدام، ١٦.٨٥% للمبحوثين منخفضي مستوى الاستخدام. وباستعراض النتائج السابقة يتبين لنا أنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين مستويات التعرض المختلفة للمواقع الإلكترونية للصحف وبين مستويات التعرض المختلفة للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف، أى أنه كلما زاد استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية تزداد درجة التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف، وبالتالي فقد ثبت صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية ودالة إحصائياً بين مستويات استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية ومستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام حيث تفترض أنه يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام وقت الأزمات، وفي ظل الأزمات الاقتصادية المتلاحقة التى تشهدها البلاد فقد يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المختلفة لاستقاء المعلومات المختلفة حول الأزمات الاقتصادية، وعن الاعتماد على الصحف الإلكترونية فقد جاءت نتائج بعض الدراسات التى أثبتت مصداقية المواقع الإلكترونية لدى الجمهور مقارنة بالوسائل الأخرى، فقد أشار (Johnson and Kaye, 1998)^(٨٣) أن أخبار الإنترنت أكثر مصداقية من الصحف والتلفزيون، وأوضح أن أهم عناصر المصداقية فى الإنترنت تتمثل فى: الصدق (Believable) العدالة (Fair) الدقة والعمق (Accurate and Depth) كما أشار (Johnson and kaye)^(٨٤) إلى أن المواقع الإلكترونية للصحف كانت أكثر مصداقية من الصحف التقليدية، ويمكن تفسير ذلك فى ضوء نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذى تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال فى اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التى توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراءً، فكما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فنراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعانى المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة.^(٨٥)

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعا لاختلاف مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

جدول رقم (٢٣)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعا لاختلاف مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين	مستويات المصداقية
دالة***	١٦.٠٢٧	٦.٢٠	٢	١٢.٤١	بين المجموعات	مصداقية القائم بالاتصال
		٠.٣٩	٦٨٢	٢٦٤.٠٣	داخل المجموعات	
			٦٨٤	٢٧٦.٤٤	المجموع	
دالة***	١٨.١٢٨	٦.٤٢	٢	١٢.٨٥	بين المجموعات	مصداقية المصدر
		٠.٣٥	٦٨٢	٢٤١.٦٦	داخل المجموعات	
			٦٨٤	٢٥٤.٥١	المجموع	
دالة***	١٦.٨١٦	٥.٢٥	٢	١٠.٤٩	بين المجموعات	مصداقية المضمون
		٠.٣١	٦٨٢	٢١٢.٧٥	داخل المجموعات	
			٦٨٤	٢٢٣.٢٤	المجموع	
دالة***	١٢.٥٥١	٤.٠٩	٢	٨.١٩	بين المجموعات	مصداقية الوسيلة
		٠.٣٣	٦٨٢	٢٢٢.٤٣	داخل المجموعات	
			٦٨٤	٢٣٠.٦١	المجموع	
دالة***	١٤.٥٢٢	٥.٥٨	٢	١١.١٦	بين المجموعات	مصداقية الجمهور
		٠.٣٨	٦٨٢	٢٦٢.٠٦	داخل المجموعات	
			٦٨٤	٢٧٣.٢٢	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات التعرض المختلفة للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، وذلك علي مقياس مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية (مصداقية القائم بالاتصال، مصداقية المصدر، مصداقية المضمون، مصداقية الوسيلة، مصداقية الجمهور)، حيث بلغت قيمة ف ١٦.٠٢٧، ١٨.١٢٨، ١٦.٨١٦، ١٢.٥٥١، ١٤.٥٢٢ على الترتيب

وجميع هذه القيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية تناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية. ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أن مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف يزداد كلما زادت مستويات مصداقية تناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين.

ويتفق هذا مع ما جاءت به نظرية محددات الوعي الإعلامى، حيث ينطلق التحليل الاجتماعي لمحددات الوعي الإعلامى من قاعدة مهمة تتمثل في الربط بين الممارسات غير المسئولة من قبل وسائل الإعلام في المجتمع المعين - ومنها نشر أخبار الأزمات الاقتصادية؛ وتعظيم الوعي لدى الرأي العام بالآثار الناتجة عن تلك الممارسات؛ فضلاً عن تزويده بالمعارف والثقافة الإعلامية اللازمة التي تضمن له تفاعلاً إيجابياً مع وسائل الإعلام في ضوء الاستفادة من وظائفها المرغوبة، وتجنب آثارها الاجتماعية غير المرغوبة، حيث أوضح (Wanta, 1997)^(٨٦) أن المتلقين عادة ما يسعون إلى وسائل الإعلام ذات المضمون المتشابه لتدعيم المعلومات التي توصلوا إليها، وأن من أسباب تكرار التعرض للحصول على معلومات معينة (الرسالة) سببه ثقة الجمهور في الوسيلة التي تقدم له مضمون صادق، وأن زيادة تعرض الجمهور واستخدامه لوسائل الإعلام غالباً ما يصاحبه تدعيم في مستوى المصداقية

جدول (٢٤)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية تناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية

مستويات المصداقية	المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مصداقية القائم بالاتصال	مرتفع	-			٣.٠٠
	متوسط	***٠.٥٤٦٠	-		٢.٤٥
	منخفض	***٠.٥٨٧٩	٠.٠٤١٨	-	٢.٤١
مصداقية المصدر	مرتفع	-			٣.٠٠
	متوسط	***٠.٥٣٠٢	-		٢.٤٦
	منخفض	***٠.٦٠٠٠	٠.٠٦٩٨	-	٢.٤٠

مستويات المصداقية	المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مصداقية المضمون	مرتفع	-			٣.٠٠
	متوسط	***٠.٥٢٠٦	-		٢.٤٧
	منخفض	***٠.٥٣٣٣	٠.١٢٧	-	٢.٤٦
مصداقية الوسيلة	مرتفع	-			٣.٠٠
	متوسط	***٠.٤٧٣٠	-		٢.٥٤
	منخفض	***٠.٤٥٧٦	٠.١٥٤	-	٢.٥٢
مصداقية الجمهور	مرتفع	-			٣.٠٠
	متوسط	***٠.٥١٧٥	-		٢.٤٨
	منخفض	***٠.٥٥٧٦	٠.٠٤٠١	-	٢.٤٤

فيما يتعلق بمصداقية القائم بالاتصال: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى الثقة بصدق وموضوعية القائم بالاتصال كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٨٧٩ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية القائم بالاتصال كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٤٦٠ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية القائم بالاتصال كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضي مستوى الثقة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٤١٨ وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بمصداقية المصدر: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المصدر كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٦٠٠٠ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المصدر كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٣٠٢ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة، وهو فرق دال

إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية المصدر كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٦٩٨، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بمصداقية المضمون: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضمون كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٣٣٣ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضمون كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٢٠٦ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضمون كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠١٢٧، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بمصداقية الوسيلة: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الوسيلة كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٤٥٧٦ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الوسيلة كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٤٧٣٠ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الوسيلة كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضى مستوى

الثقة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠١٥٤، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥ .

فيما يتعلق بمصداقية الجمهور: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الجمهور كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٥٧٦ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الجمهور كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥١٧٥ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الجمهور كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٤٠١، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥ .

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية لدى المبحوثين.

جدول رقم (٢٥)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية

مستويات المصداقية	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
مصداقية القائم بالاتصال	بين المجموعات	٨٨.٥٥	٢	٤٤.٢٨	١٦٠.٧١٥	دالة***
	داخل المجموعات	١٨٧.٨٩	٦٨٢	٠.٢٨		
	المجموع	٢٧٦.٤٤	٦٨٤			

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين	مستويات المصدقية
دالة***	٢٣١.٩٣٢	٥١.٥١	٢	١٠٣.٠٣	بين المجموعات	مصدقية المصدر
		٠.٢٢	٦٨٢	١٥١.٤٨	داخل المجموعات	
			٦٨٤	٢٥٤.٥١	المجموع	
دالة***	٢٦٧.١٣٥	٤٩.٠٣	٢	٩٨.٠٦	بين المجموعات	مصدقية المضمون
		٠.١٨	٦٨٢	١٢٥.١٨	داخل المجموعات	
			٦٨٤	٢٢٣.٢٤	المجموع	
دالة***	٢١٥.٩٥١	٤٤.٧١	٢	٨٩.٤٢	بين المجموعات	مصدقية الوسيلة
		٠.٢١	٦٨٢	١٤١.٢٠	داخل المجموعات	
			٦٨٤	٢٣٠.٦١	المجموع	
دالة***	٢٣٣.٠٤٤	٥٥.٤٦	٢	١١٠.٩٢	بين المجموعات	مصدقية الجمهور
		٠.٢٤	٦٨٢	١٦٢.٣٠	داخل المجموعات	
			٦٨٤	٢٧٣.٢٢	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة المختلفة بصدق وموضوعية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، وذلك علي مقياس مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية (مصدقية القائم بالاتصال، مصداقية المصدر، مصداقية المضمون، مصداقية الوسيلة، مصداقية الجمهور)، حيث بلغت قيمة ف ١٦٠.٧١٥ ، ٢٣١.٩٣٢ ، ٢٦٧.١٣٥ ، ٢١٥.٩٥١ ، ٢٣٣.٠٤٤ على الترتيب وجميع هذه القيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعا لاختلاف مستويات مصداقية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية لدى المبحوثين. ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أن مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف يزداد كلما زادت مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والتي تشير إلى أن اهتمام الدراسات التي سعت لقياس مصداقية وسائل الإعلام، بالوسائل التي يتم من خلالها توصيل الرسالة الإعلامية أكثر من الاهتمام بالقوائم بالاتصال أو مرسل المضمون الإعلامي. فقد سعت هذه الدراسات الإعلامية إلى مقارنة مفهوم المصداقية في كل من الصحف، والتلفزيون والإنترنت، وتباينت نتائج تلك الدراسات في تحديد الوسيلة الإعلامية الأكثر مصداقية لدى الجمهور. حيث أشارت بعض الدراسات الإعلامية الحديثة إلى أن الصحافة أكثر مصداقية من أخبار التلفزيون. (Moy and Torres, 2005) ^(٨٧)، وكذلك أشار (Johnson and Kaye, 1998) ^(٨٨) أن أخبار الإنترنت أكثر مصداقية من الصحف والتلفزيون، وأوضح أن أهم عناصر المصداقية في الإنترنت تتمثل في: الصدق (Believable) العدالة (Fair) الدقة والعمق (Accurate and Depth) كما أشار (Johnson and kaye) ^(٨٩) إلى أن المواقع الإلكترونية للصحف كانت أكثر مصداقية من الصحف التقليدية. كما توصلت بعض البحوث الحديثة أن المواقع الإلكترونية أكثر مصداقية من الصحف والتلفزيون ومن هذه الدراسات دراسة VanBogart, Shauna M (٢٠١٤) ^(٩٠)، دراسة Johnson & kaye (٢٠١٥) ^(٩١)، دراسة Johnson & kaye (٢٠١٦) ^(٩٢)، ودراسة Alotaibi, Naif (٢٠١٧) ^(٩٣) Mutlaq.

جدول (٢٦)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعا لاختلاف مستويات مصداقية تناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية

مستويات المصداقية	المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مصداقية القائم بالاتصال	مرتفع	-			٢.٧٦
	متوسط	***٠.٦٨٩٢	-		٢.٠٨
	منخفض	***٠.٨٥٠٨	*٠.١٦١٦	-	١.٩٢
مصداقية المصدر	مرتفع	-			٢.٧٩
	متوسط	***٠.٧٨٧٦	-		٢.٠٠
	منخفض	***٠.٧٨٠١	٠.٠٠٧٥	-	٢.٠١
مصداقية المضمون	مرتفع	-			٢.٨١
	متوسط	***٠.٦٩٥٢	-		٢.١٢
	منخفض	***٠.٩٦٦٦	***٠.٢٧١٤	-	١.٨٥
مصداقية الوسيلة	مرتفع	-			٢.٨٦
	متوسط	***٠.٩٦٤٣	-		٢.١٧
	منخفض	***٠.٨٥٠٤	*٠.١٥٦٢	-	٢.٠٢

مستويات المصادقية	المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مصادقية الجمهور	مرتفع	-			٢.٨٢
	متوسط	***٠.٦٩٣٣	-		٢.١٣
	منخفض	***١.١١٦٧	***٠.٤٢٣٤	-	١.٧٠

فيما يتعلق بمصادقية القائم بالاتصال: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى الثقة بصدق وموضوعية القائم بالاتصال كأحد مستويات مصادقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٨٥٠٨ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية القائم بالاتصال كأحد مستويات مصادقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٦٨٩٢ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية القائم بالاتصال كأحد مستويات مصادقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضي مستوى الثقة، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٦١٦ لصالح المبحوثين متوسطي مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

فيما يتعلق بمصادقية المصدر: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المصدر كأحد مستويات مصادقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٧٨٠١ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المصدر كأحد مستويات مصادقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٧٨٧٦ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المصدر كأحد مستويات مصادقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضي مستوى

الثقة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٠٧٥، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بمصادقية المضمون: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضمون كأحد مستويات مصادقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٩٦٦٦. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضمون كأحد مستويات مصادقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٦٩٥٢. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضمون كأحد مستويات مصادقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٧١٤. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١.

فيما يتعلق بمصادقية الوسيلة: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الوسيلة كأحد مستويات مصادقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٨٥٠٤. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الوسيلة كأحد مستويات مصادقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٩٦٤٣. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الوسيلة كأحد مستويات مصادقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥.

فيما يتعلق بمصداقية الجمهور: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الجمهور كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١١٦٧. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الجمهور كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٦٩٣٣. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الجمهور كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٤٢٣٤. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعا لاختلاف مستويات اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

جدول رقم (٢٧)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعا لاختلاف مستويات اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة عند ٠.٠٠١	٩.٥٦٣	٥.٦١١	٢	١١.٢٢٢	بين المجموعات
		٠.٥٨٧	٦٨٢	٤٠٠.١٥٦	داخل المجموعات
			٦٨٤	٤١١.٣٧٨	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاهتمام المختلفة بمتابعة المضامين المتعلقة بالأزمات

الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، وذلك علي مقياس مستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة $F = 9.563$ وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $= 0.001$ ، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية. ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أن مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية. وهو ما يتفق مع المرحلة الثالثة من مراحل تفعيل محددات الوعي الإعلامي في المجتمع المعين، وتشتمل على وضع أولويات الاهتمام بشأن محددات الوعي الإعلامي؛ مثال ذلك: تبصير الرأي العام بالأساليب المثلى لإدارة الوقت الذي يقضيه في التعرض لوسائل الإعلام المختلفة أو إكساب الرأي العام المهارات النقدية التي تُمكنه من تحليل وفهم الرسائل الإعلامية والوقوف على المعاني والدلالات ما بين السطور في مضامين تلك الرسائل الإعلامية.^(٩٤) كما يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام حيث تفترض أنه يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما زاد الاهتمام بمتابعة قضايا الأزمات، حيث تزداد مصداقية الموضوعات كلما ازداد اقترابها من حياة الجمهور واهتماماته^(٩٥).

جدول (٢٨)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٣٤
متوسط	٠.٠١٨٣	-		٢.٣٢
منخفض	***٠.٢٦٣٥	**٠.٢٤٥٢	-	٢.٠٨

وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى الاهتمام بفروق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٦٣٥ لصالح

المبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين متوسطى مستوى الاهتمام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٤٥٢ لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الاهتمام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠١٨٣، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف.

جدول رقم (٢٩)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية

عبر المواقع الإلكترونية للصحف

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة***	٦.٥٨٤	٤.٦٦٦	٢	٥.٣٣٢	بين المجموعات
		٠.٥٨٢	٦٨٢	٣٩٢.٦٤٤	داخل المجموعات
			٦٨٤	٤٠١.٩٧٧	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات التعرض المختلفة للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، وذلك على مقياس مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية، حيث بلغت قيمة ف ٦.٥٨٤ وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف. ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي

L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أن مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية يزداد كلما زادت مستويات تعرض المبحوثين للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية. وهذا ما يتفق مع ما جاءت به نظرية إطار التحليل الاجتماعي لبنية الوعي الإعلامي، حيث تُؤثر وسائل الإعلام في معارف الرأي العام واتجاهاته من خلال طرحها لأحداث الواقع الاجتماعي وقضاياها في ضوء تصوّرات بنائية مسبقة؛ تعكس استخلاصات وتفسيرات بعينها لتلك الأحداث والقضايا. ومن ثمّ فإن وسائل الإعلام تُعد من أبرز روافد التحول الاجتماعي عبر تأثيراتها التراكمية في المعارف السياسية والاجتماعية للرأي العام.^(٩٦)

جدول (٣٠)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية تبعا لاختلاف مستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٣٦
متوسط	٠.٠٦٦٣	-		٢.٢٩
منخفض	***٠.٢٧٨١	***٠.٢١١٨	-	٢.٠٨

وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٧٨١. لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى التعرض، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين متوسطي مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢١١٨. لصالح المبحوثين متوسطي مستوى التعرض، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى التعرض، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٦٦٣، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو الأزمات الاقتصادية تبعا لاختلاف مستويات مصداقية تناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية لدى المبحوثين.

جدول رقم (٣١)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى الاتجاه نحو الأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية تناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين	مستويات المصدقية
دالة***	٢٥.٣٩٦	٩.٥٨	٢	١٩.١٦	بين المجموعات	مصداقية القائم بالاتصال
		٠.٣٨	٦٨٢	٢٥٧.٢٨	داخل المجموعات	
			٦٨٤	٢٧٦.٤٤	المجموع	
دالة***	٢٨.٥١١	٩.٨٢	٢	١٩.٦٤	بين المجموعات	مصداقية المصدر
		٠.٣٤	٦٨٢	٢٣٤.٨٧	داخل المجموعات	
			٦٨٤	٢٥٤.٥١	المجموع	
دالة***	٢٦.٧٨٦	٨.١٣	٢	١٦.٢٦	بين المجموعات	مصداقية المضمون
		٠.٣٠	٦٨٢	٢٠٦.٩٨	داخل المجموعات	
			٦٨٤	٢٢٣.٢٤	المجموع	
دالة***	١٩.٧٥٨	٦.٣٢	٢	١٢.٦٣	بين المجموعات	مصداقية الوسيلة
		٠.٣٢	٦٨٢	٢١٧.٩٨	داخل المجموعات	
			٦٨٤	٢٣٠.٦١	المجموع	
دالة***	٢٢.٩٥٢	٨.٦١	٢	١٧.٢٣	بين المجموعات	مصداقية الجمهور
		٠.٣٨	٦٨٢	٢٥٥.٩٩	داخل المجموعات	
			٦٨٤	٢٧٣.٢٢	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاتجاه المختلفة نحو المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية، وذلك علي مقياس مستويات مصداقية تناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية (مصداقية القائم بالاتصال، مصداقية المصدر، مصداقية المضمون، مصداقية الوسيلة، مصداقية الجمهور)، حيث بلغت قيمة ف ٢٥.٣٩٦، ٢٨.٥١١، ٢٦.٧٨٦، ١٩.٧٥٨، ٢٢.٩٥٢ على الترتيب وجميع هذه القيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى الاتجاه نحو الأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية تناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية لدى المبحوثين. ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة

أقل فرق معنوي، حيث ظهر أن مستوى الاتجاه الإيجابي نحو المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف يزداد كلما زادت مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين. وهذا ما يتفق مع ما جاءت به نظرية محددات الوعي الإعلامي، حيث حاولت الإجابة على التساؤل المتعلق - بما حدود خبرات الرأي العام بكل من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في ضوء اتجاهاته، واستجاباته السلوكية نحوها؛ فضلاً عن خلفياته الأيديولوجية، والاجتماعية، والثقافية؟-، ويتمثل هذا الجانب في مصداقية الجمهور، حيث يعد الجمهور أحد مستويات المصداقية في وسائل الإعلام التفاعلية، فقد يصبح الجمهور مصدراً للمعلومات من خلال إبداء الرأي والتعليق على الموضوعات المثارة، وقد قام الباحث بقياس درجة مصداقية الجمهور من خلال مقياس موجه للمبحوثين.^(٩٧) كما يمكن تفسير ذلك في ضوء فرضية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث تشير إلى أنه بعد اعتماد الفرد على الوسائل الإعلامية لمعرفة المعلومات وتشبعه بالمعلومات والقضاء على الغموض على مدار فترة زمنية غالباً ما تطول نسبياً يستطيع الفرد أن يكون اتجاهات حول القضايا المثارة، مثل تكوين اتجاه نحو النظام السياسي بالإيجاب أو السلب، وتتشكل الاتجاهات كلما اكتسب الأفراد المعلومات العامة من خلال وسائل الإعلام خاصة نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع، وقد حدث ذلك كثيراً أن ساهمت وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الأفراد نحو قضايا مهمة مثل الفساد والانحراف ومشكلات البيئة والدعاية لرموز سياسية جديدة وتنظيم الأسرة وغيرها، حيث تقوم وسائل الإعلام بدفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير المتلقين للاهتمام بها خاصة في أوقات الأزمات أو الاضطرابات أو الحروب^(٩٨).

جدول (٣٢)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس مستوى الاتجاه نحو الأزمات الاقتصادية تبعا لاختلاف مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية

مستويات المصداقية	المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مصداقية القائم بالاتصال	مرتفع	-			٣.٠٠
	متوسط	***٠.٥٦٠٣	-		٢.٤٤
	منخفض	***٠.٦١٠١	٠.٠٤٩٨	-	٢.٣٨
مصداقية المصدر	مرتفع	-			٣.٠٠
	متوسط	***٠.٥٤٤٠	-		٢.٤٦
	منخفض	***٠.٦٢٢٦	٠.٠٧٨٧	-	٢.٣٨

مستويات المصداقية	المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مصداقية المضمون	مرتفع	-			٣.٠٠
	متوسط	***٠.٥٣٤٢	-		٢.٤٦
	منخفض	***٠.٥٥٣٥	٠.٠١٩٣	-	٢.٤٥
مصداقية الوسيلة	مرتفع	-			٣.٠٠
	متوسط	***٠.٤٨٥٣	-		٢.٥١
	منخفض	***٠.٤٧٤٨	٠.٠١٠٥	-	٢.٥٢
مصداقية الجمهور	مرتفع	-			٣.٠٠
	متوسط	***٠.٥٣٠٩	-		٢.٤٧
	منخفض	***٠.٥٧٨٦	٠.٠٤٧٧	-	٢.٤٢

فيما يتعلق بمصداقية القائم بالاتصال: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى الثقة بصدق وموضوعية القائم بالاتصال كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٦١٠١ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية القائم بالاتصال كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٦٠٣ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية القائم بالاتصال كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضي مستوى الثقة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٤٩٨، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بمصداقية المصدر: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المصدر كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٦٢٢٦ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية المصدر كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٤٤٠ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي

مستوى الثقة بصدق وموضوعية المصدر كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبجوثين منخفضى مستوى الثقة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٧٨٧، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بمصداقية المضمون: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبجوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضمون كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبجوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٥٣٥ لصالح المبجوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبجوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضمون كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبجوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٣٤٢ لصالح المبجوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبجوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضمون كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبجوثين منخفضى مستوى الثقة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠١٩٣، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بمصداقية الوسيلة: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبجوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الوسيلة كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبجوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٤٧٤٨ لصالح المبجوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبجوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الوسيلة كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبجوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٤٨٥٣ لصالح المبجوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبجوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الوسيلة كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامي للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبجوثين منخفضى مستوى الثقة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠١٠٥، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بمصداقية الجمهور: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الجمهور كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٧٨٦. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الجمهور كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٣٠٩. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الجمهور كأحد مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٤٧٧، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع – الإقامة – السن – مستوى التعليم – المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

ويندرج من هذا الفرض خمسة فروض فرعية:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف

جدول رقم (٣٣)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف وفقاً للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	٣٧٤	٢.٤٩	٠.٥٨	٣.٥٦١	٦٨٣	دالة***
إناث	٣١١	٢.٣٣	٠.٦١			

تشير نتائج اختبار "ت" فى الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف لصالح الذكور، حيث بلغت

قيمة "ت" ٣.٥٦١ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، وبالتالي فقد ثبت صحة هذا الفرض . والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف النوع. ويفسر الباحث ذلك بالرجوع إلى التكوين الاجتماعي للذكور، حيث يقع على عاتقهم مستلزمات الإنفاق على الأسرة، ومن ثم هم الأكثر اهتماماً بمتابعة القضايا الاقتصادية للحصول على المعلومات حولها.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف مكان الإقامة

جدول رقم (٣٤)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف وفقاً لمكان الإقامة

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ريف	٢٨٧	٢.٤٠	٠.٦١	٠.٧٠٩	٦٨٣	غير دالة
حضر	٣٩٨	٢.٤٣	٠.٥٩			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الريف ومتوسطات درجات مبحوثي الحضر على مقياس مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف، حيث بلغت قيمة "ت" ٠.٧٠٩ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، وبالتالي فقد ثبت عدم صحة هذا الفرض . والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف مكان الإقامة. ويمكن تفسير ذلك في ضوء التطور التكنولوجي المتسارع الذي تخطى الحدود والحوجز، وأصبحت القرية والمدينة على حد سواء في استخدام التكنولوجيا الحديثة، فلم يعد استخدام الإنترنت مقصوراً على ساكني المدن كما كان في بداية ظهوره، بل الأمر أصبح متاحاً للجميع.

ج- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف السن.

جدول رقم (٣٥)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف السن

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٣.٤١٨	٢	١.٧٠٩	٤.٧٨١	دالة**
داخل المجموعات	٢٤٣.٨٠٨	٦٨٢	٠.٣٥٧		
المجموع	٢٤٧.٢٢٦	٦٨٤			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون الفئات العمرية المختلفة، وذلك علي مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف، حيث بلغت قيمة ف ٤.٧٨١ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة ٠.٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف السن.

جدول (٣٦)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف السن

المجموعات	من ١٨ إلى ٣٠	من ٣٠ إلى ٤٥	من ٤٥ فأكثر	المتوسط
من ٣٠ إلى ١٨	-			٢.٤٨
من ٤٥ إلى ٣٠	٠.٠١١٥	-		٢.٤٧
من ٤٥ فأكثر	*٠.١٦٠٢	**٠.١٤٨٨	-	٢.٣٢

اتضح من الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى الفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٣٠ سنة والمبحوثين ذوى الفئة العمرية من ٤٥ سنة فأكثر بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٦٠٢ لصالح المبحوثين ذوى الفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٣٠ سنة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى الفئة العمرية من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ سنة والمبحوثين ذوى الفئة العمرية من ٤٥ سنة فأكثر بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٤٨٨ لصالح المبحوثين ذوى الفئة العمرية من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ سنة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى الفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٣٠ سنة والمبحوثين ذوى الفئة العمرية من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ سنة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين

الحسابيين بلغ ٠.٠١١٥، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥. ويمكن تفسير ذلك في ضوء التوقيت التي ظهر فيه الإنترنت، حيث أن الفئات العمرية الأقل هي الأكثر استخداماً للإنترنت وما يتضمنه من مواقع، فقد ظهر الإنترنت في مراحلهم الأولى، وبدء استخدامهم للتكنولوجيا الحديثة مع المراحل الأولى لأعمارهم، الأمر الذي جعل لديهم قدرة من التمكين على استخدام الإنترنت بما يحويه من مواقع، وهذا ما يعد قصوراً بالنسبة للأعمار المرتفعة، حيث يقل استخدامهم للوسائل التكنولوجية الحديثة.

د- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

جدول رقم (٣٧)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٠.٣٤٦	٢	٠.١٧٣	٠.٤٧٧	غير دالة
داخل المجموعات	٢٤٦.٨٨١	٦٨٢	٠.٣٦٢		
المجموع	٢٤٧.٢٢٦	٦٨٤			

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة، وذلك على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف، حيث بلغت قيمة ف ٠.٤٧٧ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي. ويمكن تفسير ذلك في ضوء قلة التكاليف التي تتطلبها استخدام التكنولوجيا الحديثة، سواء ارتبط ذلك بتوفير جهاز كمبيوتر أو تليفون محمول أو توفير الإنترنت ذاته، فأصبح متاحاً للجميع ولا يتطلب ذلك مستوى اقتصادي مرتفع كما كان في العقود السابقة.

هـ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف مستوى التعليم.

جدول رقم (٣٨)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف مستوى التعليم

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
غير دالة	٠.٣٩٩	٠.١٤٤	٢	٠.٢٨٩	بين المجموعات
		٠.٣٦٢	٦٨٢	٢٤٦.٩٣٨	داخل المجموعات
			٦٨٤	٢٤٧.٢٢٦	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة، وذلك على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف، حيث بلغت قيمة ف ٠.٣٩٩ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف المستوى التعليمي. ويمكن تفسير ذلك في ضوء سهوله استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة، والتي باتت متاحة على التليفونات المحمولة وأصبحت متاحة لدى الجميع على الرغم من اختلاف مستويات التعليم، ولا تقتصر على مستوى تعليمي معين.

ثالثاً: النتائج العامة للدراسة:

١- النتائج العامة للدراسة التحليلية:

- أسفرت نتائج الدراسة التحليلية أن أزمة العملة جاءت في مقدمة الأزمات الاقتصادية التي تناولتها صحف الدراسة، ويليهما أزمة ارتفاع الأسعار.
- كما جاء نص وصورة في مقدمة أشكال عرض المضامين الصحفية المتعلقة بالأزمات الاقتصادية في الصحف الإلكترونية، ويليه في الترتيب الثاني نص وصورة وفيديو.
- وعن الأطر التي تبنتها مواقع الصحف الإلكترونية في تناول الأزمات الاقتصادية جاء في مقدمتها إطار الصراع، ويليه إطار النتائج الاقتصادية.

- وعن أهم الأدوات المستخدمة فى تأطير الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية جاء فى المقدمة التأكيد على عبارة معينة، يليه المقارنة.
- وعن وظيفة إطار المعالجة التى تبنتها مواقع الصحف الإلكترونية فى تناول الأزمات الاقتصادية كانت الوظيفة التفسيرية، يليها الوظيفة التشخيصية.
- وكانت الحكومة أهم القوى الفاعلة فى المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية المطروحة فى مواقع الصحف الإلكترونية، ويليهما الدول.

٢- النتائج العامة للدراسة الميدانية:

- أسفرت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية ودالة إحصائية بين مستويات استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية للصحف ومستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية.
- كما أسفرت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.
- وتشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية.
- كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية المضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية لدى المبحوثين.
- وتشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى المعرفة بالأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف.
- كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو الأزمات الاقتصادية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية التناول الإعلامى للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية لدى المبحوثين.
- وتشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للمضامين المتعلقة بالأزمات الاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية للصحف تبعاً لاختلاف (النوع – السن)، بينما لا توجد فروق تبعاً لاختلاف (الإقامة – مستوى التعليم – المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

٣- توصيات الدراسة:

- يجب ألا يقتصر دور الصحافة البناءة على عرض الأخبار والحقائق والمعلومات، ولكن – كما ذكر من قبل – فإن لديها دوراً أيضاً في إحداث المعرفة والتأثير الإيجابي؛ فالجانب الإخباري يتم من خلال التعريف بالأزمة والمجهودات المبذولة من أجل مواجهتها ومدى تأثيرها.
- دعوة الجمهور إلى المشاركة في مواقع الصحف الإلكترونية وفتح المجال أمامهم لإرسال الحلول والمقترحات للخروج من الأزمة، والتعرف على اتجاهاتهم أولاً بأول ولا نكتفي فقط بالتعليقات على الأخبار.
- تعزيز العلاقة التبادلية بين المواقع الصحفية الإلكترونية ومتصفحها، من خلال الاهتمام بالأفلام الشبابية والعمل على تطوير قدراتهم في الكتابة وحرية الرأي.
- توخي الحذر في نقل الأخبار من وكالات الأنباء العالمية، باعتبار أن أولويات تلك الدول قد لا تتناسب وطبيعة المجتمع العربي، وبالتالي يكون تأثيرها مباشر خاصة على جيل الشباب.
- نظراً للتطور الكبير في مجال الصحافة الإلكترونية ونظراً لزيادة درجة اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات في كافة المجالات لذا يوصى الباحث بضرورة وضع قوانين وتشريعات خاصة بالنشر الإلكتروني يتوافق مع إمكانيات الصحيفة الإلكترونية وما تتمتع به من حرية مطلقة في نقل الرأي والرأي الآخر.

٤- مقترحات الدراسة:

- يقترح الباحث عقد دورات تدريبية يقدم فيها كل ما هو جديد في مجال الصحافة الإلكترونية نظراً للتطورات الهائلة في مجال الإنترنت والشبكات وأدوات التفاعلية التي تعتبر عامل من عوامل الجذب للصحافة الإلكترونية.
- كما يقترح الباحث تخصيص صفحات مرتبطة بالصحف الإلكترونية تتيح الفرصة للهواة وأصحاب الأفلام تفرغ طاقاتهم في الكتابة الصحفية إلى جانب ترك الفرصة للمتدربين في مجال الصحافة لعرض كتاباتهم على الجمهور ومن يستحوذ على أو لدية القدرة على لفت انتباه الجمهور لكتاباته يتم تعيينه بالجريدة ويكون هذا هو مبدأ التعيين بالصحف.
- دعوة الحكومة المصرية إلى عمل موقع رسمي باسم الأزمات الاقتصادية في مصر ويقوم على مبدأ الشفافية، لإتاحة الفرصة للجمهور للإطلاع على الحقائق الكاملة للأزمات الاقتصادية المختلفة ورصدها ونشر التحقيقات حول تلك القضايا أولاً بأول.
- عمل مننديات متخصصة مرتبطة بالصحف الإلكترونية المختلفة تحت رعاية الحكومة المصرية تهدف إلى رصد الأزمات الاقتصادية، ونشر الحقائق الكاملة نحوها.

■ مراجع الدراسة:

- (١) رفعت محمد البدرى: المعالجة الصحفية لقضية البطالة فى الصحافة المصرية فى الفترة من ١٩٩١حتى ١٩٩٣، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، ١٩٩٨، ص٩٨.
- (٢) محمود عبدالفضيل: الفساد الأصغر والفساد الأكبر، القاهرة، الشركة المصرية للنشر العربى والدولى، مجلة الكتب وجهات نظر، العدد ١٥، أبريل ٢٠٠٠، ص١٢.
- (3) Brody, Douglas A, Broadcasting in the arab world , **Survey of the electronic media in the Middle East**, Iowa state university press, 1999, P.83.
- (٤) أحمد سمير حماد: استخدامات الجمهور المصرى للإنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، ٢٠٠٣، ص٨٨.
- (٥) مها عبدالمجيد صلاح: استخدامات الجمهور المصرى للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت - دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤، ص١٠٤.
- (6) Scorzynska, H., Diegnan, A. : Readership and Purpose of the Choice of Economics Metaphors. **Metaphor and Symbol**, 2 (12), 2006, 87 – 104.
- (٧) زكريا بن يحيى لال: **العنف فى عالم متغير**، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠٠٧، ص٢٩٣.
- (٨) المعجم الوجيز: **نخبة من أساتذة مجمع اللغة العربية**، ج١، ط٣، القاهرة، مطابع شركة الإعلانات المصرية، ١٩٨٥.
- (٩) المعجم الوجيز: **مجمع اللغة العربية**، القاهرة، المطبعة الخاصة بوزارة التربية والتعليم، ١٩٩٢.
- (10) Fogg, B.J., Kameda, T., Boyd, J., Marshall and et al: "Stanford – Makovsky web Credibility Study Investigating what Makes Web Sites Credible Today". A Research Report by the Stanford Persuasive Technology Lab. and Makovsky company. Stanford University, 2002. Available at www.webcredibility.org, 2002.
- (١١) هويدا مصطفى: **مصادقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة فى مصر**، دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٢١، أكتوبر-ديسمبر، ٢٠٠٣، ص٢٠:٧٠.
- (12) Schweiger, M., Odag and Groeben, N: Der Dritte Golfkrieg: Zur Glaubhaftigkeit der medialen Berichte. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: **Qualitative Social Research**, ISSN.1438-5827, 2004.
- (١٣) عزة عبد العزيز: **مصادقية الإعلام العربى**، ط١، القاهرة، العربى للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦، ص٣٤.
- (14) VanBogart, Shauna M: Establishing credibility online through impression management, **Doctoral dissertation**, Gonzaga University, United States, 2014. Retrieved from, <https://search.proquest.com/docview/1501649062?accountid=178282>.
- (15) Johnson, T. J., & Kaye, B. K.: Reasons to believe: Influence of credibility on motivations for using social networks. **Computers in Human Behavior**, No.50, 2015, PP.544:555.
- (16) Kaye, B. K., & Johnson, T. J.: Strengthening the Core Examining Interactivity, Credibility, and Reliance as Measures of Social Media Use. **Electronic News**, Vol.61, Issue. C, 2016, PP.136:145.
- (17) Alotaibi, Naif Mutlaq.: Online news: a study of 'credibility' in the context of the saudi news media, **Doctoral dissertation**, University of Sussex (United Kingdom), United States, 2017. Retrieved from, <https://search.proquest.com/docview/1929184325?accountid=178282>
- (18) http://www.spra-sy.com/website/?more=3688&category_id=124

- (١٩) قمان عمر، سعيدة بن شهرة: إدارة الأزمات الاقتصادية بين الفكر الوضعي والفكر الإسلامي الأزمة الاقتصادية العالمية ٢٠٠٨-٢٠٠٩ أنموذجاً، *مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية*، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية للتيسير، المركز الجامعي الوشريسي تيسمسيلت، الجزائر، المجلد ٣، العدد ١، مارس ٢٠١٩، ص ٣٧:٥٢.
- (٢٠) محمد على شومان: *الإعلام والأزمات- مدخل نظري وممارسة عملية*، القاهرة، دار الكتب العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢، ص ١٢٨.
- (21) Cohen, Democratic Consequences of Hostile Media Perceptions, The Case of Gaza Settlers, *Harvard International Journal of Press – Politics*, Vol. 10, No. 4, 2005 pp. 28-51
- (22) Pew Research Center for the People and The Press Wildy Criticized, But Trusted More Than Other Information Source: *Views of the News Media*, V.19, No. 85, 2011 Washington
- (23) Bellucci, P., The Political Consequences of Blame Attribution for the Economic crisis in the 2013 Italian National Election, *Journal of Election, Public Opinion and Parties*, Vol. 24, No. 2, 2014, pp. 243-263
- (٢٤) أمل السيد أحمد متولى: اتجاهات النخبة نحو أنماط المعالجة الصحفية للأزمات الاقتصادية فى الصفحات المتخصصة بالصحف اليومية بالتطبيق على أزمة الدولار فى مصر عام ٢٠١٦، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٦٤، مايو ٢٠١٨، ص ١:٣٧.
- (٢٥) السيد بهنسي حسن، اعتماد الجمهور علي وسائل الإعلام المصرية في أوقات الأزمات، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد الرابع، (أكتوبر- ديسمبر ٢٠٠٠)، ص ١:٣٢.
- (٢٦) رفعت الضبع: اعتماد الجمهور المصري علي وسائل الإعلام لاكتساب المعلومات عن أزمة أنفلونزا الطيور، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٢٨، أكتوبر – ديسمبر ٢٠٠٧، ص ١٢٥:٢٠٠.
- (٢٧) أسامة عبد الرحيم، الخطاب الصحفي في الأزمات الاقتصادية – دراسة حالة لأزمة الخبز ٢٠٠٨، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٣١ (يوليو – سبتمبر ٢٠٠٨)، ص ١:٧٣.
- (٢٨) غادة عبد التواب اليماني، الاعتماد علي الصحف المصرية في الأزمات الداخلية – أحداث المحلة الكبرى أبريل ٢٠٠٨ أنموذجاً، *مجلة البحوث الإعلامية – جامعة الأزهر*، العدد ٣٠، أكتوبر ٢٠٠٨.
- (29) Karla K. Gower Seon-Kyoung An, **How do the news media frame crises? A content analysis of crisis news coverage**, *Public Relations Review*, Vol 35, 2009, P.P: 107–112
- (٣٠) سحر فاروق الصادق، الأطر الإعلامية لخطاب الأزمات الصحية بالصحافة المتخصصة – بالتطبيق علي وباء أنفلونزا الخنازير، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٣٥ (يناير- يونيو ٢٠١٠).
- (31) An, Seon-Kyoung. "How to Manage Crises Is How to Manage Anger: Exploring the Anger Management Model Based on Organizational Crisis Response Strategies, News Frames, Negative Emotions, and Negative Behavioral Intentions" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City, Singapore, Jun 21, 2010
- (٣٢) لبنى مسعود عبدالعظيم: المعالجة الإعلامية للأزمات المصرية عبر موقع اليوتيوب واتجاهات الشباب الجامعي نحوها، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد ٣١، مجلد ٩، مارس ٢٠٢١، ص ١٣٣:١٦٩.
- (33) Peralta, M.A.: Popularization of the Scientific Knowledge about the Economic Crisis in the Spanish Mass Media: Trends, Inaccuracies and Omissions in the Documentation Process Discourse on Economics, *The International Journal of Science in Society*, 2 (3), 2011, pp.203 – 218.
- (34) Leiva Soto, R. The Media Reputation of Spain during the Global Financial Crisis, *Communication & Society*, 27 (2), 2014, PP, 1:20.

(35) Vobic, I., Brek, A.S., Mance, B., Prodnik, J.A.: Changing Faces in Slovenia: Political, Socio- Economic and News Media Aspects of the Crisis, **Javnost- The Public, European Institute for Communication & Culture**, 21 (4), 2014, PP.77:98.

(٣٦) منى مجدى فرج عبدالمقصود: تقييم أداء الإعلام المصري خلال الأزمات الاقتصادية: دراسة حالة على البرامج التلفزيونية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، العدد ١٠، مجلد ٩، ٢٠١٥، ص ١١٤:١٣٥..

(٣٧) مجدى محمد الداغر: اتجاهات الجمهور نحو تأثيرات الإعلام الجديد على التحولات السياسية فى مصر وانعكاساتها على الأزمات الاقتصادية أثناء ثورة يناير وما بعدها – دراسة ميدانية، **المؤتمر الإعلامي الدولي: الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري**، كلية الصحافة والإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن، ٢٠١٧، ص ٦٢٥:٥٩٧.

(٣٨) هبة فهمى العطار: دور تكتيكات المعلومات فى تأطير وأدلجة الخطاب الصحفي أثناء الأزمات الاقتصادية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٦١، أكتوبر ٢٠١٧، ص ٥٣٥:٥٩٤.

(٣٩) فطيمة إعراب: معالجة وسائل الإعلام للأزمات الاقتصادية – دراسة فى الأسس والمقومات، **مجلة تطوير العلوم الاجتماعية**، جامعة الجلفة، الجزائر، العدد ١، المجلد ١١، يناير ٢٠١٨، ص ٢٧:٤٤.

(٤٠) محمد سامى صبرى: تعرض المراهقين لفيدوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته ببناء تصوراتهم للواقع، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ١٣، يناير ٢٠١٨، ص ٢٦٧:٣٢٨.

(٤١) هبة الله نصر حسن: المسؤولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ١٣، يناير ٢٠١٨، ص ٤٤١:٤٨٧.

(٤٢) إسلام محمد عبدالله عيسى: دور الصحافة فى التوعية بأثر العقوبات الاقتصادية الأمريكية على السودان: دراسة حالة لعينة من جمهور الصحف السودانية (الأيام - الإنتباهة - إيلاف) (يناير ٢٠١٥ - يناير ٢٠١٦م، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، ٢٠١٨.

(٤٣) مها مدحت محمد كمال: المعالجة الإعلامية للأزمات الاقتصادية فى الصحف الإلكترونية وانعكاسها على اتجاهات الشباب المصرى نحو الأداء الاقتصادى للحكومة، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ٢٠١٩.

(٤٤) أبو بكر حبيب: معالجة مواقع الصحف المصرية والعربية لأزمة كورونا، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٢٠، يناير ٢٠٢١، ص ٦٣:١.

(٤٥) سماح ماضى متولى: العلاقة بين التعرض لمعالجة الصحف المصرية للأزمة المالية العالمية ومستوى معرفة الجمهور بهذه الأزمة واتجاهاتهم نحوها، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٢٢، الجزء الأول، يوليو ٢٠٢١، ص ٤٠٥:٤٥٣.

(٤٦) تيسير يحيى الصديق محمد زين: توظيف الصحافة المتخصصة فى معالجة الأزمات الاقتصادية فى السودان- دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على صحيفة إيلاف الاقتصادية، **مجلة علوم الاتصال**، كلية الإعلام، جامعة السودان، العدد ٣، المجلد ٧، سبتمبر ٢٠٢٢، ص ١٠٦:١٥٣.

(٤٧) أعباد قاسم محمد، جمال عبد ناموس: المعالجة الصحفية للأزمة الاقتصادية فى ظل جائحة كورونا فى الصحافة العراقية – جريدة الزمان أنموذجاً- دراسة تحليلية، **مجلة أريد الدولية للدراسات الإعلامية وعلوم الاتصال**، بريطانيا، العدد ٥، المجلد ٣، يناير ٢٠٢٢، ص ١٦٧:١٩٢.

(48) Barnhurst. Kevin g.: "The new "media affect" and the crisis of representation for political communication, **the international journal of press**, <http://hij.sagepub.com/content/early/2011/07/28/19401612>.

(49) Lindholm. Kristina and Eva-Karin Olsson: "Crisis Communication as a Multilevel Game: The Muhammad Cartoons from a Crisis Diplomacy Perspective, **The International Journal of Press/Politics**, 2011 p.16:254, <http://hij.sagepub.com/content/16/2/254>.

- (٥٠) محمد شومان: إشكاليات في مسار تطور إعلام الأزمات والكوارث ، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الثالث ، يوليو - سبتمبر ٢٠٠١ ، ص ١٥٠ .
- (٥١) محمد شومان: *المرجع السابق*، ص ١٦٧ .
- (٥٢) محمد شومان: *الإعلام والأزمات- مدخل نظري وممارسة عملية*، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢، ص ١٢٨ .
- (٥٣) محمد شومان: إشكاليات في مسار تطور إعلام الأزمات والكوارث ، *مرجع سابق*، ص ١٢٩، ١٣٠ .
- (٥٤) ميليفين ل. ديفلير، وساندر بول روكيتش ، ترجمة كمال عبد الرؤوف : *نظريات وسائل الإعلام* ، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٣، ص ٤١٤ - ٤١٥ .
- (55) M.Deflem and Ball Rokeach, Dependency Model of Mass Media Effects, *Communication Research*, Vol.13, 1976, PP.3:21.
- (56) Blumler, Jay. G., and Micheal Gurevitch.. **Media Change and Social change: linkages and junctures. In mass media and society**, edited by J. Curran and M. Gurevitch. London: Arnold, 1996.
- (٥٧) حنان محمد إسماعيل يوسف: المعالجة الإخبارية للقضايا العربية فى شبكتى CNN الأمريكية واليوروبيوز الأوروبية - دراسة مسحية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١ ، ص ١٩٥ .
- (58) Becker, L, & D. Whitney: Effects of Media Dependencies-Audience Assessment of Government, *Communication Research*, Vol.7, 1998, PP.95:120.
- (59) Alan M. Rubin & Steven Windahl, The Uses and Dependency Model of Mass Communication, *critical studies in mass communication*, Vol. 3, Issue2, PP.164:184
- (٦٠) جمال عبدالعظيم أحمد: العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر للمعلومات والمستوى المعرفى للشباب البحريني بالانتخابات البرلمانية لعام ٢٠٠٦ ، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام* ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، العدد ٢٦، يناير- مارس ٢٠٠٦ ، ص ١٥٥ .
- (٦١) جمال عبدالعظيم أحمد: *المرجع السابق*، ص ١٥٦ .
- (٦٢) مرفت الطرابيشى ، عبدالعزيز السيد: *نظريات الاتصال* ، القاهرة ، دار النهضة العربية، ٢٠٠٦ ، ص ١٤٢:١٤٥ .
- (63) Lippman ,Walter,(1922),"Public Opinion", HTML Version,(**Online**), Available :<http://xroads.Virginia.edu/~hyper2/CDfinal/Lippman/cover.Html.p.5>,Date of search:5/2/2008.
- (64)Thoman, Elizabeth & Tessa, Jolls (2003),"Literacy for the 21st Century: An Overview & Orientation guide to Media Literacy Education", (**Online**),Available; http://www.campbellsville.edu/library/documents/MediaLiteracy_Doc.pdf., p.6, Date of search:10/2/2008.
- (65) Hobbs, Renee: "Media Literacy as a Dimension of Global Literacy", UNESCO regional conference support of Global Literacy, Qatar Foundation Innovations in Education Symposium 3,Literacy in the Arab Region: Building innovative approaches, March 13,Doha,Qatar, 2007,pp.1-13..
- (66) Davis,Francis,J.(1992),"Media Literacy: from Activism to Exploration" ,(**Online**), available: http://www.medialit.org/reading_Room/pdf/357_AspenBkgnd_Davis.pdf,pp.1-16,Date of search:4/2/2008
- Livingstone, Sonia & Thumim, Nancy (2003),"Assessing the Media Literacy of UKAdults", (**Online**), available:http://www.ofcom.org.uk/Static_archive/bsc/pdfs/research/litass.pdf., pp.1-3, Date of search:1/2/

- (67) Pungente , John ,S.J.(1995)," Media Literacy Key Concepts", (**Online**), Available: http://www.media-awareness.ca/english/teachers /media_ literacy/key_concept.cfm.pp.1-2,Date of search:1/2/2008.
- (68) Hobbs , Renee : "Media Literacy as a Dimension of Global Literacy ", UNESCO regional conference support of Global Literacy,Qatar Foundation Innovations in Education Symposium 3,Literacy in the Arab Region: Building innovative approaches ,March 13,Doha,Qatar, 2007.pp.1:13.
- (69) Pungente , John ,S.J.(1995), Op.cit.,pp.1-2.
- (70) Alliance for a Media Literate America "AMLA" (2003), "Core Principles Of Media Literacy Education", (**Online**), available: www.ithaca.edu/Looksharp/amla_principles.pdf.,p.3, Date of search:5/2/2008.
- (71) Andersen, Neil (2002),"New Media and New Media Literacy",(**Online**) ,Available: http://www.medialit.org/reading_room/pdf/552_CIC_ML_Report.pdf.,pp.30-35,Date of search;2/2/2008.
- (72) Bazalgette , Cary & Hobbs, Renee (2003),"Media Literacy: Expanded Questions for more sophisticated Inquiry", (**Online**), available: www.Medialit.org/pdf/mlk/13_ExpandedQuestions/pdf.,Date of search : 2/2/2008..
- (73) Thoman, Elizabeth & Tessa, Jolls (2003),"Literacy for the 21st Century: An Overview & Orientation guide to Media Literacy Education", (**Online**), Available; <http://www.campbellsville.edu/library/documents/MediaLiteracyDoc.pdf>.,p.6,Date of search:10/2/2008.
- (74) Baker , Frank(2004),"Media Literacy",(**Online**),available: http://cdc.gov/media_communications /countermarketing/campaign/00_pdf/cmc_Chapter11.pdf.,p.283.,Date of Search:25/1/2008..
- (٧٥) السيد محمد خيرى : الإحصاء النفسي والتربوي ، الرياض ، مطبعة جامعة الرياض ، ١٩٧٥ ، ص ٤٣ .
- (٧٦) فؤاد أبو حطب ، سيد عثمان : التقويم النفسي ، القاهرة ، دار الأنجلو المصرية ، ١٩٧٣ ، ص ٧٧٠ .
- (٧٧) السيد محمد خيرى : الإحصاء النفسي والتربوي ، مرجع سابق ، ص ٤١ .
- (78) Johnson, T.J. and Kaye, B.K.: Cruising is believing? Comparing the Internet and Traditional Sources, **Mass Communication Quarterly**, No.75, 1998, pp.325:340.
- (79) Johnson, T.J. and Kaye, B.K : **Ibid** , P. 332.
- (80) http://www.spra-sy.com/website/?more=3688&category_id=124
- (81) Yoshiko, Nozato: Credibility of online Newspapers, **Communication and Development Studies, Center for International Studies**, Ohio University, 2012.
- (82) Schweiger, M., Odag and Groeben, N: Der Dritte Golfkrieg: Zur Glaubhaftigkeit der medialen Berichter Stellung. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: **Qualitative Social Research**, ISSN.1438-5827, 2004.
- (83) Johnson, T.J. and Kaye, B.K.: Cruising is believing? Comparing the Internet and Traditional Sources, **Mass Communication Quarterly**, No.75, 1998, pp.325:340.
- (84) Johnson, T.J. and Kaye, B.K : **Ibid** , P. 332.
- (٨٥) أولجا جوديس بيلى، بيلى كاميرتس، نيكوكار بنتنير، "فهم الإعلام البديل"، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٩م، ص ٧١.
- (86) Wanta, Waha: The Public and the National Agenda, how People Learn About Important Issues, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. Inc, 1997.

- (87) Moy, P., Torres, M. and et al: Knowledge or Trust ? Investigating link ages between Media Reliance and Participation, **Communication Research**, Vol. 32, No.1, 2005, pp.59:86.
- (88) Johnson, T.J. , &Kaye, B.K.: Cruising is believing? Comparing the Internet and Traditional Sources, **Mass Communication Quarterly**, No.75, 1998, pp.325:340.
- (89) Johnson, T.J. and Kaye, B.K :**Ibid** , P. 332.
- (90) VanBogart, Shauna M: Establishing credibility online through impression management, **Doctoral dissertation**, Gonzaga University, United States, 2014. Retrieved from, <https://search.proquest.com/docview/1501649062?accountid=178282>.
- (91) Johnson, T. J., & Kaye, B. K.: Reasons to believe: Influence of credibility on motivations for using social networks. **Computers in Human Behavior**, No.50, 2015, PP.544:555.
- (92) Kaye, B. K., & Johnson, T. J.: Strengthening the Core Examining Interactivity, Credibility, and Reliance as Measures of Social Media Use. **Electronic News**, Vol.61, Issue. C, 2016, PP.136:145.
- (93)Alotaibi, Naif Mutlaq.: Online news: a study of 'credibility' in the context of the saudi news media, **Doctoral dissertation**, University of Sussex (United Kingdom), United States,2017. Retrieved from, <https://search.proquest.com/docview/1929184325?accountid=178282>
- (94) Baker, Frank(2004),"Media Literacy", (Online), available: **Op.cit**.
- (95) http://www.spra-sy.com/website/?more=3688&category_id=124
- (96) Pungente , John ,S.J.(1995)," Media Literacy Key Concepts", (Online), Available: **Op.cit**.
- (97) Thoman, Elizabeth & Tessa, Jolls (2003),"Literacy for the 21st Century: An Overview & Orientation guide to Media Literacy Education", (Online), **Op.cit**.
- (٩٨) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط٤، مرجع سابق، ص٣٢٧.