

بحث بعنوان

«دور الصفحات الإخبارية المصرية الخاصة على موقع فيسبوك في
تكوين الصورة الذهنية للشباب نحو القضايا الاقتصادية: دراسة
ميدانية»

إعداد

د/ منى يسري محمد المتيم

٢٠٢٤

ملخص:

تستهدف هذه الدراسة التعرف على الدور الذي تقوم به الصفحات الإخبارية المصرية الخاصة على موقع التواصل الاجتماعي «فيسبوك» في تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي نحو القضايا الاقتصادية بالدولة، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على وصف ودراسة الحقائق المتعلقة بظاهرة أو موقف بهدف الوصول إلى معلومات، واستعانت بالباحثة بصحيفة الاستبيان لجمع البيانات من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) والتي بلغت قوامها ٤٥٠ مفردة بالتطبيق على جامعات (الزقازيق . القاهرة . بني سويف).

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: ارتفاع كثافة استخدام الشباب (عينة الدراسة) لموقع «فيسبوك» بشكل دائم بنسبة وصلت الـ ٤٧% من آراء العينة، مما يشير إلى مدى أهمية استخدام الموقع بالنسبة للشباب، وربما يرجع السبب في ذلك إلى قدرته على التوافق مع احتياجات هذه الفئة العمرية.

كما اعتمدت النسبة الأكبر من الشباب (عينة الدراسة) على موقع فيسبوك كمصدر مهم للمعلومات وخاصة بعد تنامي دوره في المجال الإعلامي والاستعانة به من قبل وسائل الإعلام التقليدية لنشر محتواها الإخباري من خلاله، ويرجع السبب في ذلك إلى قدرته على التغطية الفورية للأحداث ووصوله لعدد كبير من المستخدمين بأسرع وقت ممكن. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن استحواذ الفئتين (أثق إلى حد ما) ثم (أثق جداً) على آراء النسبة الأكبر من الشباب بالمعلومات الاقتصادية المقدمة عبر الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك»، ويرجع السبب في ذلك إلى اعتمادها بأغلب المواد الإخبارية على المصادر والمواقع والإحصاءات الرسمية التي تعد مصدر ثقة من قبل الباحثين.

كما أوضحت نتائج الدراسة وجود صورة ذهنية إيجابية لدى الباحثين تجاه قضية (زيادة الأجور والمعاشات)، ووجود صورة ذهنية سلبية لدى النسبة الأكبر من الباحثين تجاه القضايا الاقتصادية الأخرى؛ كالتعامل مع التضخم وارتفاع الأسعار وارتفاع سعر العملة الأجنبية مقابل الجنيه المصري وترجع الباحثة السبب في ذلك إلى اعتراض الباحثين على بعض القرارات والسياسات الاقتصادية والتي تنعكس بشكل مباشر على ارتفاع الأسعار وانخفاض المستوى المعيشي وارتفاع سعر العملة الأجنبية والتي تفرض عليهم المزيد من الالتزامات المادية.

الكلمات المفتاحية: (الصفحات الإخبارية . مواقع التواصل الاجتماعي . موقع فيسبوك . القضايا الاقتصادية . الشباب . الصورة الذهنية).

Abstract:

This study aims to identify the role played by the Egyptian news pages on the social networking site «Facebook» in the formation of the mental image of university youth towards economic issues in the state, and this study is considered one of the descriptive studies that depend on the description and study of facts related to a phenomenon or situation in order to access information, and the researcher used the questionnaire newspaper to collect data from university youth (study sample), which amounted to 450 individuals by applying to universities (Zagazig, Cairo, Beni Suef).

The study found several results, the most important of which are: the high intensity of youth (the study sample) of Facebook permanently by 47% of the sample's opinions, which may indicate the importance of using the site for young people, and perhaps due to its ability to adapt to the needs of this age group. The largest percentage of young people (the study sample) also relied on Facebook as an important source of information, especially after its growing role in the media field and its use by traditional media to publish their news content through it, due to its ability to immediately cover events and reach a large number of users as soon as possible. The results of the study indicated that the acquisition of the two categories (I trust to some extent) and then (I trust very much) the opinions of the largest percentage of young people with economic information provided through the news pages of the site «Facebook», due to the reliance of most news materials on sources,

sites and official statistics that are a source of confidence by the respondents.

The results of the study showed the negative mental image formed among the largest percentage of respondents towards some economic issues, such as dealing with inflation, high prices and the rise in the price of foreign currency against the Egyptian pound, and perhaps the reason for this is due to the objection of the respondents to some economic decisions and policies, which are directly reflected in the rise in prices, the low standard of living and the rise in the price of foreign currency, which imposes more material obligations on them.

Keywords: (News pages, social networking sites, Facebook, economic issues, youth, mental image).

مقدمة:

أسهم التطور التكنولوجي الهائل بمجال الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات خلال الفترة الماضية في ظهور أشكال جديدة من التواصل، ومن أهمها مواقع التواصل الإجتماعي التي أعطيت فرصة للمستخدمين للتعبير من آرائهم وإثارة اي قضية للنقاش والتفاعل معها، ولعل من أشهر هذه المواقع هو موقع «فيسبوك» الذي بدأ مشواره في الفضاء المفتوح كوسيلة للتواصل بين الأشخاص من خلال مجموعة من الخواص والخدمات التي ينفرد بها بالمقارنة بالمواقع الإلكترونية الأخرى، فضلاً عن سهولة استخدامه وإتاحته بالعديد من اللغات حول العالم، مما ساهم في زيادة عدد مستخدميه حتى وصل عالمياً لـ ٣.٤٥ مليار مستخدم حول العالم^(١) و ٨٢.٠١ مليون مستخدم في مصر، وذلك خلال النصف الأول من عام ٢٠٢٤^(٢).

ومع زيادة عدد مستخدميه، بات موقع «فيسبوك» أحد وسائل نشر المعلومات والاطلاع على مستجدات الأحداث، وأدى هذا التطور لتحويله لأحد أهم الأدوات التي تستعين بها وسائل الإعلام التقليدية والصحف الإلكترونية لوصول محتواها الاخباري لأكبر عدد من المتابعين. كما شهدت الفترة الأخيرة العديد من الأزمات الاقتصادية التي أثرت بشكل كبير على جميع دول العالم، وعلى رأسهم مصر والتي قامت باتخاذ العديد من الاجراءات للتخفيف من

حدثها على الاقتصاد والمواطن المصري، ومع استمرار الأزمة أصبحت القضايا الاقتصادية المصرية هي المرتكز الأساسي بالعديد من وسائل الاعلام وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي؛ لما لها من علاقة وطيدة بالأحوال المعيشية. وفي ضوء ما سبق، تسعى الدراسة للتعرف علي الدور الذي تقوم به الصفحات الإخبارية المصرية الخاصة على موقع فيسبوك في تكوين الصورة الذهنية للشباب نحو القضايا الاقتصادية بالدولة.

ويمكن عرض مخرجات البحث كما يلي:

أولاً: مشكلة الدراسة :

في الآونة الأخيرة، ازداد اهتمام الكثيرين بالقضايا الاقتصادية وازداد تناول الاخباري لتلك القضايا لكونها الأكثر تأثيراً على الجمهور، وذلك عبر وسائل الاعلام والمواقع الاخبارية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فيسبوك الذي يعد الأكثر استخداماً في مصر^(٣)، وباتت هذه الصفحات أحد أهم المنابر التي يتم من خلالها بث الأفكار وعرض وجهات النظر المختلفة بحرية دون وجود قيود أو ضوابط يمكن من خلالها التحكم في هذه الآراء أو الأفكار، الأمر الذي جعلها من الظواهر التي تستحق الدراسة والبحث. وإنطلاقاً مما سبق، تسعى هذه الدراسة للإجابة على هذا التساؤل: ما الدور الذي تقوم به الصفحات الإخبارية المصرية الخاصة على موقع «فيسبوك» في تكوين الصورة الذهنية للشباب نحو القضايا الاقتصادية؟

ثانياً: أهمية البحث

في ضوء مشكلة الدراسة، يمكن تحديد أهمية الدراسة في النقاط التالية:

(١) تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تتناول أحد وسائل الإعلام الاجتماعي الغير خاضعة لسياقات حكومية تتيح توجيه المحتوى بمسارات محددة سلفاً، مما يجعله مجالاً حيويًا حرًا، يمكن من خلاله استقراء الرأي العام.

(٢) كونها تتناول عنصر الشباب باعتبارهم أكثر القوى الإجتماعية قدرة على التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع «فيسبوك».

٣) كونها تتناول القضايا الاقتصادية والتي تنعكس بالدرجة الأولى على المصالح الشخصية للمواطنين ومستوى معيشتهم وقد تفرض عليهم المزيد من الإلتزامات المادية.

٤) تعد هذه الدراسة استكمالاً للدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين الشباب وأحد وسائل الاتصال الجماهيرية وهو موقع «فيسبوك».

ثالثاً: أهداف البحث

وجاءت أهداف هذه الدراسة على النحو التالي:

- ١- الكشف عن كثافة استخدام الشباب لموقع «فيسبوك» ودوافع استخدامه.
- ٢- تحديد الصفحات الإخبارية التي يفضل المبحوثين متابعتها على موقع «فيسبوك»، وأسباب ذلك.
- ٣- رصد أهم القضايا الاقتصادية التي يهتم المبحوثين بمتابعتها على الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك».
- ٤- التعرف على مدى اعتماد المبحوثين على الصفحات الإخبارية كمصدر للمعلومات على موقع «فيسبوك» حول القضايا الاقتصادية بالدولة
- ٥- التعرف على مدى ثقة المبحوثين في المحتوى الاقتصادي المقدم بالصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك» وأسباب ذلك.
- ٦- التعرف على الصورة الذهنية المكونة لدى الشباب نحو القضايا الاقتصادية بالدولة.

رابعاً: الدراسات السابقة

1 - دراسة طاهر محمد أمين (٢٠٢٤)^(٤) بعنوان: تفاعل الجمهور مع الأحداث الجارية

على صفحات التواصل الاجتماعي للصحف المصرية: دراسة في إطار تحليل البيانات

الضخمة

هدفت الدراسة إلى محاولة التعرف على فهم تفاعل الجمهور مع الأحداث الجارية على صفحات التواصل الاجتماعي للصحف المصرية باستخدام تحليل البيانات الضخمة من خلال تحليل التعليقات والآراء التي يتم تداولها بين المستخدم الرقمي بطريقة آلية لمعرفة ردود الفعل تجاه الحدث المراد مناقشته.

أهم النتائج :

أ- أشارت نتائج الدراسة الى اهتمام الجمهور بالمحتوى المقدم عبر الصفحات الخاصة بالصحف (اليوم السابع، الوطن) على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك - اكس).
ب- ومن خلال هذا التحليل، كشفت الدراسة عن الأنماط السلوكية والمواضيع التي تشغل الجمهور، والتي من أهمها الموضوعات الاقتصادية والتي تتعلق بالفقر وانخفاض مستوى المعيشة وارتفاع الأسعار والتي يجب تغطيتها بشكل أفضل بناءً على تفاعلات القراء.
2 - دراسة هاجر أصيل محمد (٢٠٢٤)^(٥) بعنوان: التغطية الإخبارية لقضايا الرأي العام عبر صفحات البث المباشر بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها.

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التغطية الإخبارية لقضايا الرأي العام عبر صفحات البث المباشر بمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين (عينة الدراسة) نحوها.

أهم النتائج:

أ- أثبتت الدراسة وجود علاقة طردية بين درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية فيديوهات البث المباشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات حول قضايا الرأي العام وبين درجة الاعتماد على فيديوهات البث المباشر عبر هذه الصفحات.

ب- كما أكدت النتائج على وجود علاقة طردية بين استخدام المبحوثين لأساليب التفاعل المتاحة عبر خاصية البث المباشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين درجة الاعتماد على هذه الفيديوهات للحصول على المعلومات حول القضايا الاجتماعية والاقتصادية (محل الدراسة).

3 - دراسة أحمد محمد صالح (٢٠٢٤)^(٦) بعنوان: دور صفحات البرامج الحوارية التليفزيونية بالفيس بوك في إمداد الشباب بالمعلومات الاقتصادية

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور صفحات البرامج الحوارية التليفزيونية بموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في إمداد الشباب بالمعلومات حول القضايا الاقتصادية.

أهم النتائج:

أ- أوضحت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة متابعة الشباب الجامعي لصفحات البرامج الحوارية التلفزيونية بموقع فيسبوك، حيث جاء بالترتيب «اتابع دائماً» بنسبة بلغت ٧٨.٨٪ وجاء بالترتيب الثاني «أتابع أحياناً» بنسبة بلغت ٢١.٣٪.

ب- كما أثبتت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الشباب الجامعي لصفحات البرامج الحوارية التلفزيونية بالفيسبوك ومستوى معلوماتهم الاقتصادية.

4 - دراسة تامر كمال عثمان (٢٠٢٣)^(٧) بعنوان: البرامج الاقتصادية بالتلفزيون والمواقع الإلكترونية وعلاقتها بمستوى الثقة لدى الجمهور بالاستثمار في المشاريع الحكومية: دراسة ميدانية

هدفت الدراسة للتعرف على دور التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الاستثمار بالمشاريع الحكومية ودوافع تعرض الجمهور لهذه الوسائل والكشف عن درجة الثقة بها.

أهم النتائج :

أ- تشير النتائج إلى اعتماد الباحثين على الاعلام الجديد متمثل في شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا الاقتصادية والمشروعات الاقتصادية التنموية.

ب- أوضحت النتائج تنوع دوافع التعرض لهذه الوسائل لكونها تواكب الأحداث أولاً بأول ولمعالجتها للمشاريع الحكومية وإيجابياتها، وتزويد الجمهور بالمعلومات الاقتصادية ومعرفة أسعار السلع، وكونها تعرض المعلومة بشكل صحيح وتقوم بتحديث مستمر لمحتواها.

5 - دراسة Gillbert. Kipkoech (2022)^(٨): العلاقة بين التعرض لأخبار وسائل التواصل الاجتماعي والأزمات الاقتصادية والمشاركة السياسية في كينيا

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل «فيسبوك» وتويتر (اكس حالياً) في تكوين الصور الذهنية عن الأوضاع الاقتصادية وتفعيل المشاركة السياسية لدى (عينة الدراسة) في كينيا.

أهم النتائج:

أ- أوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل «فيسبوك» و«توتير» وتكوين صور ذهنية لدى المبحوثين نحو الأوضاع الاقتصادية.

ب- كما أشارت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي مثل «فيسبوك» و«توتير» وتفعيل المشاركة السياسية لدي عينة الدراسة.

خامساً: التعليق على الدراسات السابقة:

- ١) حظيت مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع «فيسبوك» على اهتمام العديد من الباحثين؛ باعتبارها أحد الوسائل الإتصالية المستحدثة، واختلفت هذه الدراسات حول حدود تأثيرها على الجمهور وفقاً لطبيعتها.
- ٢) أشارت نتائج معظم هذه الدراسات إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت من الأدوات الرئيسية للاتصال وبناء قاعدة جماهيرية.
- ٣) اختلفت الدراسات السابقة في تحديد أهم الدوافع وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ فمن الطبيعي أن تختلف الدوافع باختلاف بيئة ومجتمع وفئة الدراسة والمبحوثين.
- ٤) بمراجعة الدراسات السابقة، لاحظت الباحثة أن مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت أن تحقق علاقة جيدة مع الشباب، حيث توصلت العديد من الدراسات إلى ارتفاع نسبة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وتفضيل موقع «فيسبوك» عن المواقع الأخرى، مما يجعله هدف للعديد من الأبحاث.

سادساً: أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

وتمثلت أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في كل من:

١. تعميق المشكلة البحثية بعد تحديدها، والوقوف على الأهداف البحثية الأكثر ملائمة للدراسة.
٢. اختيار منهج المسح الإعلامي كأحد أهم المناهج الملائمة لطبيعة الدراسة، وذلك للحصول على أكبر قدر من المعلومات حول موضوع الدراسة.

٣. تصميم استمارات الاستبيان؛ كأداة لجمع البيانات بطريقة منهجية؛ وذلك من خلال صياغة الأسئلة الخاصة بالاستبيان بطريقة منهجية وعلمية.

سابعاً: الإطار النظري للدراسة:

نظرية المجال العام:

اعتمدت هذه الدراسة على نظرية المجال العام الذي يقوم الفرض الرئيسي لها على أن الفرد المتلقي للمعلومات في أي موقف يعتمد بشكل أساسي على وسائل الإعلام في استقبال المعلومات، ويؤثر في ذلك العديد من العوامل مثل نمط استخدام الوسيلة، ونوع المضمون، واهتمامات المتلقي، واتفاق المحتوى المقدم مع اتجاهاته الراهنة، والربط بين عملية التلقي وفكرة تكوين المعنى أو الاتجاه لدى الجمهور المتلقي، وذلك من خلال التعرض للمحتوى المسموع أو المرئي بها^(٩).

تسعى نظرية المجال العام إلى إتاحة مساحة حرة مشتركة بين المواطنين تحترم كافة الحقوق وتزيد من قوة المجتمع، لذلك افترض «هابرماس» أربع سمات رئيسة تميز بها الاتصال في المجال العام^(١٠) وهذه السمات هي:

- ١- إمكانية الوصول إلى المجتمع أو دائرة الاتصال بسهولة.
- ٢- حرية الأفراد في الاتصال بداخل هذه الدائرة.
- ٣- بنية المناقشة.
- ٤- طرح خطاب يعتمد على مبررات وشواهد إقناعية محددة.

نظرية المجال العام على شبكة الانترنت:

يعتمد الاتجاه الحديث لنظرية المجال العام على محاولة فهم الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديدة في إتاحة فرصة للنقاش وتعبير عن الرأي العام النشط من أجل تعزيز المشاركة العامة وترشيد مداخلات صناعة القرار ووصولاً لمرحلة دعم الديمقراطية في المجتمعات من خلال بلورة رأي عام يحظى باتفاق جماهيري ومنح الشرعية للعمليات السياسية المختلفة^(١١).

كما أن هناك عدة أسباب تؤهل المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي لتصبح بيئة خصبة لتكون مجالاً عاماً، وهي كالاتي:

- 1 - قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على إيجاد ساحات للتواصل من خلال إتاحة فرصة للاتصال الحر لكل الأفراد، وهذه الساحات متاحة لأي شخص يستطيع استخدام هذه المواقع بصرف النظر عن موقعه الجغرافي.
- 2 - تتيح العديد من الأساليب الاتصالية المتنوعة بالمقارنة بوسائل الإعلام التقليدية مثل إمكانية الاتصال الثنائي الاتجاه أو متعدد الاتجاهات، وذلك عبر توفير ساحات للتواصل يمكن من خلالها عرض موضوعات مختلفة ومناقشتها مع إتاحة تبادل الآراء ووجهات النظر.
- 3 - كما تتيح المواقع الإلكترونية ساحات للتواصل؛ إذ يقل وجود أي سيطرة على شبكة الانترنت بالمقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، وهناك عدة مقومات أساسية وضرورية لتحقيق ذلك، وهي:
 - أ- مدى انتظام وتركيز المحتوى المقدم من خلال التطبيقات الاتصالية على شبكة الانترنت.
 - ب- مستوى إدارة هذه التطبيقات.
 - ت- المستوى التقني لهذه التطبيقات والذي يعكس إمكانية الوصول بسهولة وبساطة الاستخدام^(١٢).

أوجه الاستفادة من النظرية في الدراسة:

وتم تطبيق النظرية إجرائياً لهذه الدراسة من خلال ما يلي:

- ١- اختبار العلاقة بين المجال العام الافتراضي والمتمثل في الصفحات الإخبارية المصرية الخاصة على موقع «فيسبوك» وتكوين الصورة الذهنية للشباب الجامعي نحو القضايا الاقتصادية بالدولة.
- ٢- قياس مدى نجاح الصفحات الإخبارية المصرية الخاصة على موقع التواصل الاجتماعي «فيسبوك» في خلق مجال عام ورأي عام إلكتروني لدى الشباب الجامعي (عينة الدراسة).
- ٣- التعرف على الأسباب التي جعلت الصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك» لها تأثير في خلق مجال عام أوسع وأكثر انتشاراً، ودورها في تكوين صورة ذهنية لدى الشباب (عينة الدراسة) نحو القضايا الاقتصادية.

ثامناً: فروض الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على مجموعة من الفروض الرئيسية، وهي كالاتي:

الفرض الأول: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية ما بين كثافة تعرض المبحوثين للصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك»، والصورة الذهنية المكونة لديهم نحو القضايا الاقتصادية.

الفرض الثاني: هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية ما بين كثافة التعرض للصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك» ومستوى ثقة المبحوثين بالمحتوى الاقتصادي المقدم بالصفحات (محل الدراسة).

الفرض الثالث: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية ما بين ثقة المبحوثين في الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك» والصورة الذهنية المكونة لديهم نحو القضايا الاقتصادية بالدولة.

تاسعاً: تساؤلات الدراسة

تجيب هذه الدراسة على تساؤل رئيس مفاده: ما الدور الذي تقوم به الصفحات الإخبارية المصرية الخاصة على موقع «فيسبوك» في تكوين الصورة الذهنية للشباب نحو القضايا الاقتصادية؟ وينبثق من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية على النحو التالي:

- ١- ما مدى تعرض المبحوثين لموقع «فيسبوك»؟ وما هي دوافع استخدامه؟
- ٢- ما الصفحات الإخبارية الخاصة التي يفضل المبحوثين متابعتها على موقع «فيسبوك»؟ ما أسباب ذلك؟
- ٣- ما أهم القضايا الاقتصادية التي يفضل المبحوثين متابعتها على الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك»؟
- ٤- ما مدى اعتماد المبحوثين على الصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك» كمصدر للمعلومات حول القضايا الاقتصادية بالدولة؟
- ٥- ما مدى ثقة المبحوثين بالمحتوى الاقتصادي المقدم على الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك»؟ ما أسباب ذلك؟
- ٦- ما الصورة الذهنية المكونة لدى الشباب (عينة الدراسة) نحو القضايا الاقتصادية بالدولة؟

عاشراً: متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: القضايا الاقتصادية بالصفحات الإخبارية

المتغير التابع: الصورة الذهنية لدى الشباب المصري.

الحادي عشر: الإجراءات المنهجية للبحث

نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع البيانات والحقائق التي يتم تجميعها وتسجيلها وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلاً شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح والذي يعد من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية، كما يستهدف تسجيل وتحليل الظاهرة في وضعها كما هي بعد جمع البيانات اللازمة من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوعية البيانات ومصادر وطرق الحصول عليها^(١٣).

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الشباب الجامعي المتابعين للصفحات الإخبارية المصرية الخاصة على موقع التواصل الإجتماعي «فيسبوك».

عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على عينة عمدية متاحة (غير احتمالية) من الشباب الجامعي المتابعين للصفحات الإخبارية الخاصة على موقع «فيسبوك» متمثلة في جامعات (القاهرة . الزقازيق . بني سويف) من مختلف السنوات الدراسية، بلغت قوامها ٤٥٠ مفردة بعد استبعاد الاستمارات الغير مكتملة والغير مستوفاه لبياناتها والبالغ عددهم ٣٠ استمارة.

مبررات اختيار العينة:

١- تقع النسبة الأكبر لمستخدمي موقع «فيسبوك» ما بين الفئة العمرية من ١٨ - ٢٥ عام بنسبة بلغت ٦٤%^(١٤)، وتعد هذه الفئة العمرية هي الأقرب للمرحلة الجامعية، كما أنها من المراحل الأكثر خطورة، حيث يتم بها تشكيل شخصية الفرد، ويميل خلالها إلى اتخاذ قراراته، والاطلاع على كل ما هو جديد عبر وسائل الإتصال المختلفة^(١٥)

٢- تم اختيار الجامعات (عينة الدراسة) بما يمثل تباين بالمستويات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والبيئات المختلفة، حيث تم اتخاذ طلاب جامعة القاهرة كجامعة العاصمة السياسية، وجامعة الزقازيق كنموذج ممثلاً لجامعات الوجه البحري، وجامعة بني سويف كنموذج لجامعات الوجه القبلي، وحرصت الباحثة على التنوع في اختيار عينة الدراسة الميدانية حتى تفيد الدراسة.

أداة جمع البيانات:

تم تصميم استمارة استبيان الخاصة بالدراسة وتوزيعها على المبحوثين؛ لمعرفة الدور الذي تقوم به الصفحات الإخبارية المصرية الخاصة على موقع «فيسبوك» في تكوين الصورة الذهنية للشباب الجامعي نحو القضايا الاقتصادية بعد عرض الاستمارة على عدد من المحكمين في مجال الإعلام^(١٦)، وتتمحور حول المحاور التالية:

المحور الأول: مدى متابعة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) للصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك»

المحور الثاني: مدى اعتماد الشباب الجامعي (عينة الدراسة) على الصفحات الإخبارية المصرية الخاصة على موقع «فيسبوك» كمصدر للمعلومات.

المحور الثالث: الصورة الذهنية المكونة لدى الشباب الجامعي (عينة الدراسة) نحو القضايا الاقتصادية بالدولة

إجراءات الصدق والثبات:

يتم إجراء اختبارات الصدق والثبات الخاصة بالدراسة للتأكد من مصداقية أدوات البحث والثقة في نتائجها، وقامت الباحثة بإجراء هذه الاختبارات بالطرق التالية:

أولاً: إجراءات الصدق

تشمل الإجراءات التي تم اتخاذها لإثبات صدق الاستمارة المعدة، والصدق يعني أن تكون الاستمارات التي تم إعدادها للدراسة صالحة لتحقيق أهداف البحث، وتعكس ما يفترض أن تقدمه الإحصاء، وذلك بهدف الكشف عن الملاحظات العلمية والمنهجية، وأوجه القصور التي يمكن أن تؤثر على موضوعية الاستمارة وصدق محتواها قبل البدء بالتطبيق الفعلي، للوصول إلى نتائج تتسم بالدقة ويمكن تعميمها فيما بعد.

حيث تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين^(*) ثم إجراء التعديلات المطلوبة، وتم صياغة الاستمارة بصورتها النهائية للتطبيق.

ثانياً: إجراءات الثبات

أولاً: تم إجراء اختبار قبلي (pre-test) للاستمارة من خلال التوزيع الإلكتروني لها على عينة أولية من العينة الرئيسية بواقع (١٠٪) من إجمالي العينة، بهدف الكشف عن مدى وضوح أسئلة

(*) نفس السادة المحكمين

الاستمارة وفهم الباحثين لها؛ إذ تم توزيع (٤٥) استمارة إلكترونية واسترداد (٤٥) استمارة وبعد مراجعة الاستمارات واستبعاد غير المكتملة ومزدوجة الإجابات والبالغ عددهم (١٥) استمارة، بهذا يصبح إجمالي العينة (٣٠) مبحوث.

ثانياً: تم إجراء اختبار الثبات لاستمارة الاستبيان من خلال إعادة تطبيقها مرة أخرى على عينة من الشباب الجامعي والبالغ عددها (٥٠) من الشباب الجامعي من مجتمع الدراسة بعد استبعاد الاستمارات غير المكتملة والمزدوجة الإجابات وبخلاف العينة الأساسية، وبعد أسبوعين من التطبيق الأول، وذلك لحساب معامل الثبات للاستبيان باستخدام معامل (ألفا كرونباخ).
قد حققت قيمة مرتفعة في جميع أسئلة الاستبيان، حيث تراوحت ما بين (٠.٦٢٧ - ٠.٧١٥)، وبمقارنة جميع قيم ألفا كرونباخ المحسوبة نجد أنها أقل من قيمة ألفا كرونباخ الكلية والتي تبلغ (٠.٧٢١)، مما يدل على تمتع أسئلة استبيان بدرجة عالية من الثبات.

توصيف عينة الدراسة :

جدول رقم (١)

يوضح توصيف العينة من حيث العناصر الديموغرافية والمستوى التعليمي

الإجمالي ن=٤٥٠		الإجمالي	
%	ك	المتغيرات	
%٥٠	٢٢٥	ذكر	النوع
%٥٠	٢٢٥	انثى	
%١٠٠	٤٥٠	الإجمالي	
%٣٣.٣	١٥٠	الزقازيق	الجامعة
%٣٣.٣	١٥٠	القاهرة	
%٣٣.٣	١٥٠	بني سويف	

الإجمالي	٤٥٠	%١٠٠
الكلية	نظرية	%٧٣.٧
	عملية	%٢٦.٣
الإجمالي	٤٥٠	%١٠٠

يتضح من الجدول رقم (١) تساوي النسب بين الذكور والإناث من أفراد العينة بحيث حصلت كل فئة منهما على نسبة (٥٠%) بواقع عدد (٢٢٥) مفردة من عينة الدراسة، كما تساوى عدد الباحثين بين الجامعات الثلاثة (عينة الدراسة) بحيث حصلت كل جامعة منهم على نسبة ٣٣.٣% بواقع عدد ١٥٠ مفردة، وحصلت الكليات النظرية على النسبة الأكبر بين أفراد العينة، حيث بلغت نسبتها ٧٣.٣% بواقع عدد ٣٣٢ مفردة، وبالترتيب الثاني، جاءت الفئة الكليات العملية والتي حصلت على نسبة ٢٦.٣% بواقع عدد ١١٨ مفردة من إجمالي عدد الباحثين والبالغ عددهم ٤٥٠ مفردة.

جدول رقم (٢)

يوضح توصيف العينة من حيث الانتماء لحزب سياسي

الاجمالي ن=٤٥٠		الاجمالي الانتماء لحزب سياسي
%	ك	
%٩١.٥	٤١٢	لا
%٨.٥	٣٨	نعم
%١٠٠	٤٥٠	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٢) أن النسبة الأكبر من الباحثين لا ينتمون إلى أي حزب سياسي، حيث حصلت هذه الفئة على نسبة (٩١.٥%) بواقع عدد (٤١٢) مفردة من إجمالي الآراء (عينة الدراسة)، وجاء العدد الأقل ينتمي لحزب سياسي بنسبة بلغت (٨.٥%) بواقع عدد (٣٨) مفردة فقط، وتنوعت الأحزاب ما بين حزب مستقبل وطن وحزب حماة الوطن والوفد وحزب الإصلاح والتنمية وحزب الإصالة والنهضة.

ويمكن تفسير ذلك إلى محدودية قدرة الأحزاب السياسية على استقطاب الشباب، ونظرة الشباب لمحدودية دور الأحزاب السياسية بالواقع الفعلي وعدم جدوى الانضمام إليها.

جدول رقم (٣)

توصيف العينة من حيث الإقامة والبُعد الاقتصادي

الاجمالي ن=٤٥٠		الاجمالي	
%	ك	المتغيرات	
%٩٢.٨	٤١٨	حضر	الإقامة
%٧.٢	٣٢	ريف	
%١٠٠	٤٥٠	الإجمالي	
%٧٩.٦	٣٥٨	تمليك	نوع السكن
%١٦.٤	٧٤	ايجار جديد	
%٤	١٨	ايجار قديم	
%١٠٠	٤٥٠	الإجمالي	

يتضح من الجدول رقم (٣) أن النسبة الأكبر من مفردات العينة ذات مستوى اقتصادي مرتفع، حيث جاءت فئة التمليك بالترتيب الأول بنسبة بلغت (%٧٩.٦) بواقع (٣٥٨) تكراراً، وجاءت بالترتيب الثاني فئة (ايجار جديد) بنسبة بلغت (%١٦.٤) بواقع (٧٤) تكراراً، تلاها الفئة (ايجار قديم) والتي حصلت على نسبة ضئيلة بلغت (%٤) بواقع (١٨) تكراراً من إجمالي آراء المبحوثين.

النتائج العامة للدراسة:

المحور الأول: مدى متابعة الشباب الجامعي للصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك»

جدول رقم (٤)

يوضح مدى استخدام الشباب (عينة الدراسة) لموقع «فيسبوك»

الاجمالي ن=٤٥٠		الاجمالي	
%	ك	معدل الاستخدام	
%٤٧.٨	٢١٥	دائماً	
%٤٦.٧	٢١٠	أحياناً	

نادراً	٢٥	%٥.٥
المجموع	٤٥٠	%١٠٠

يتضح من الجدول رقم (٤): ارتفاع نسبة استخدام موقع «فيسبوك» لدى عينة الدراسة، حيث حصلت الفئة (دائماً) على نسبة (٤٧.٨%) بواقع (٢١٥) تكراراً، وبفارق بسيط، تلاها الفئة (أحياناً) بنسبة بلغت (٤٦.٧%) بواقع (٢١٠) تكراراً، تلاها الفئة (نادراً) بنسبة بلغت (٥.٥%) بواقع (٢٥) تكراراً من إجمالي آراء العينة.

مما يشير إلى أهمية هذا الموقع بالنسبة للشباب (عينة الدراسة) والتي ظهرت من خلال الاستخدام المنتظم له وأن تصفح هذا الموقع أصبح جزء من روتينهم اليومي.

وتوافقت هذه النتيجة الى حد ما مع دراسة (Ali Raleeq (2020) ^(١٧) والتي أكدت نتائجها على أن نسبة ٥٤% من عينة الدراسة يحرصون على استخدام موقع «فيسبوك» بشكل دائم وقت وقوع الازمات والكوارث.

جدول رقم (٥)

يوضح دوافع استخدام موقع «فيسبوك» لدى الشباب (عينة الدراسة)

الاجمالي		دوافع الاستخدام
ك	%	
٢٥١	%٣٠.٥	اعتبره مصدر مهم للمعلومات
٢٣٨	%٢٨.٩	للتواصل مع الأصدقاء
١٦٦	%٢٠.١	للاطلاع على آراء مختلف التيارات السياسية والفكرية
١١٨	%١٤.٣	اتاحة الفرصة للتفاعل في عالم افتراضي لا رقابة عليه
٥١	%٦.٢	وسيلة جيدة للألعاب والترفيه

يتضح من الجدول رقم (٥): أن من أهم دوافع استخدام الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لموقع «فيسبوك» هو (اعتباره مصدر مهم للمعلومات)، حيث جاءت هذه الفئة بالترتيب الأول بنسبة بلغت (٣٠.٥%) بواقع (٢٥١) تكراراً، تلاها الفئة (للتواصل مع الأصدقاء) بنسبة بلغت (٢٨.٩%) بواقع (٢٣٨) تكراراً، تلاها الفئة (للاطلاع على آراء مختلف التيارات السياسية والفكرية) بنسبة بلغت (٢٠.١%) بواقع (١٦٦) تكراراً.

وبالترتيب الرابع، جاءت الفئة (إتاحة الفرصة للتفاعل في عالم افتراضي لا رقابة عليه) بنسبة بلغت (١٤.٣%) بواقع (١١٨) تكراراً، وبالترتيب الخامس (والأخير) جاءت الفئة (وسيلة جيدة للالعاب والترفيه) بنسبة ضعيفة بلغت (٦.٢%) بواقع (٥١) تكراراً من إجمالي آراء العينة. نستنتج مما سبق أن موقع «فيسبوك» بات مصدر مهم للمعلومات لدى عينة الدراسة وخاصة بعد الاستعانة به بالعديد من وسائل الإعلام التقليدية لنشر محتواها الإخباري، ويرجع السبب في ذلك إلى قدرته على التغطية الفورية للأحداث وسهولة استخدامه وطبيعته التي تعتمد على التفاعلية الثنائية الاتجاه والتي تجعل منه بيئة جذابة للشباب.

نلاحظ: ارتفاع عدد أفراد العينة في الجدول رقم (٥) نتيجة لأن هذا التساؤل من الأسئلة متعددة الاجابات والتي يمكن به اختيار أكثر من بديل.

جدول رقم (٦)

يوضح الصفحات الاخبارية التي يفضل الشباب متابعتها على موقع «فيسبوك»

الإجمالي ن=٤٥٠		الإجمالي
%	ك	الصفحات
١٨.٣%	٣٩١	اليوم السابع
١٦.٣%	٣٤٩	الوطن
١٦.١%	٣٤٤	المصري اليوم
١١.٩%	٢٥٥	القاهرة ٢٤
١١.٢%	٢٤٠	البوابة نيوز
١٠%	٢١١	مصر اوي
٦.٨%	١٤٦	أخبارك
٦.٦%	١٤٠	الشروق
٢.٨%	٦٠	الموجز

يتضح من الجدول رقم (٦) أن نسبة (١٨.٣%) بواقع (٣٩١) تكراراً من إجمالي آراء

الشباب (عينة الدراسة) يفضلون متابعة الصفحة الخاصة بـ اليوم السابع، تلاها الصفحة الخاصة بـ الوطن بالترتيب الثاني بنسبة بلغت (١٦.٣%) بواقع (٣٤٩) تكراراً، ثم الصفحة الخاصة بـ المصري اليوم بالترتيب الثالث بنسبة بلغت (١٦.١%) بواقع (٣٤٤) تكراراً، تلاها الصفحة الخاصة بـ القاهرة ٢٤ والتي حصلت على نسبة (١١.٩%) بواقع (٢٥٥) تكراراً،

وبالترتيب الأخير، جاءت الصفحة الخاصة بـ **الموجز** والتي حصلت على نسبة ضئيلة بلغت (٢.٨%) بواقع (٦٠) تكراراً من إجمالي الآراء (عينة الدراسة).

مما سبق يتضح أن الصفحات الثلاثة (اليوم السابع . الوطن . المصري اليوم) من أهم الصفحات الإخبارية التي استطاعت أن تستحوذ على النسبة الأكبر من متابعة الشباب (عينة الدراسة)، ويرجع السبب لذلك إلى اهتمام هذه الصفحات بعنصر الآنية والتنوع والجرأة في طرح الموضوعات بما يتوافق مع اهتمامات الشباب، كما انها صفحات تابعة لصحف خاصة ليست قومية مملوكة للدولة، وهو ما يجعلهم يحظون بعدد كبير من المتابعين.

جدول (٧)

يوضح أسباب تفضيل الشباب (عينة الدراسة) لمتابعة الصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك»

الإجمالي		أسباب المتابعة
الاجمالي ن = ٤٥٠	ك	
٣١.٦%	١٤٢	سرعة تغطية الأحداث
٢٢%	٩٩	تقدم قدر كبير من المعلومات
٢٠.٩%	٩٤	تتسم بمكانة جماهيرية كبيرة
١٢.٢%	٥٥	تتسم بقدر كبير من الموضوعية
٨%	٣٦	كونها تتميز بالحيادية في عرض الحقائق
٥.٣%	٢٤	سهولة التواصل والاهتمام بمشاركة الجمهور
١٠٠%	٤٥٠	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٧): أن من أهم أسباب متابعة المبحوثين للصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك» جاء في الترتيب الأول (سرعة تغطية الأحداث) بنسبة بلغت (٣١.٦%) بواقع (١٤٢) تكراراً، تلاها بالترتيب الثاني الفئة (تقدم قدر كبير من المعلومات) بنسبة بلغت (٢٢%) بواقع (٩٩) تكراراً، تلاها الفئة (تتسم بمكانة جماهيرية كبيرة) بالترتيب الثالث بنسبة بلغت (٢٠.٩%) بواقع (٩٤) تكراراً، تلاها بالترتيب الرابع الفئة (تتسم بقدر كبير من الموضوعية) بنسبة بلغت (١٢.٢%) بواقع (٩٤) تكراراً، تلاها الفئة (تتميز بالحيادية في عرض الحقائق دون خداع) بنسبة (٨%) بواقع عدد (٣٦) تكراراً، وبالترتيب الأخير جاءت الفئة

(سهولة التواصل والاهتمام بمشاركة الجمهور) بنسبة ضعيفة بلغت (٥.٣%) بواقع (٢٤) تكراراً من إجمالي آراء العينة.

ويتضح مما سبق تنوع أسباب تعرض المبحوثين للصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك»، حيث جاءت في مقدمتها الآتانية وسرعة تغطية الأحداث بالمقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، وهو ما يشير إلى أن أغلبها أسباب تتعلق بالمزامنة لما يحدث على أرض الواقع؛ ويعد ذلك من أهم أسباب تفوق مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الإعلامي.

وتوافقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (2019) Natalie Pang & Debbie pei chin^(١٨) والتي أشارت إلى أن أغلبية الشباب يميلون إلى التعرض للصفحات الاخبارية بمواقع التواصل الاجتماعي بهدف معرفة أحدث تطورات الأوضاع بالدولة وآخر المعلومات المتعلقة بالأحداث الجارية وقت حدوثها.

جدول رقم (٨)

يوضح أهم القضايا الاقتصادية التي يهتم الشباب بمتابعتها على الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك»

الاجمالي ن=٤٥٠		الاجمالي نوعية المحتوى
ك	%	
١٥٧	٣٤.٩	كل ما سبق
٧٩	٥.١٧	زيادة الأجور والمعاشات
٦٣	١٤	التضخم وارتفاع الأسعار
٥٣	٨.١١	ارتفاع سعر العملة الأجنبية (أزمة الدولار)
٣٩	٨.٧	ارتفاع سعر الذهب
٣٠	٦.٧	عجز الموازنة العامة للدولة
٢٩	٦.٤	انخفاض إيرادات قناة السويس
٤٥٠	١٠٠%	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٨): أن المحتوى الاقتصادي المتنوع جاء في المقدمة من حيث أفضلية متابعة المبحوثين، حيث حصلت الفئة (كل ما سبق) على الترتيب الأول بنسبة بلغت (٣٤.٩%) بواقع (١٥٧) تكراراً، تلاها بالترتيب الثاني الفئة (زيادة الأجور والمعاشات) بنسبة بلغت (٥.١٧%) بواقع (٧٩) تكراراً، وفي الترتيب الثالث جاءت الفئة (التضخم وارتفاع الأسعار)

بنسبة بلغت (١٤%) بواقع (٥٦٣) تكراراً، تلاها الفئة (ارتفاع سعر العملة الأجنبية) (أزمة الدولار)) بالترتيب الرابع بنسبة بلغت (١١.٨%) بواقع (٥٣) تكراراً، وفي الترتيب الأخير جاءت الفئة (انخفاض إيرادات قناة السويس) بنسبة بلغت (٤.٦%) بواقع (٢٩) تكراراً من إجمالي آراء عينة الدراسة.

نستنتج مما سبق عدم وجود محتوى اقتصادي معين يسعى المبحوثين لمتابعته من خلال الصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك»، وأن تعرض المبحوثين لمضامين الصفحات الإخبارية يكون جزء من تعرضهم لجميع المضامين المتاحة على الموقع نفسه، كما جاءت قضية (زيادة الأجور والمعاشات) بالترتيب الثاني، تلاها في الترتيب الثالث قضية التضخم وارتفاع الاسعار وذلك لكونه ينعكس بشكل مباشر على الأحوال المعيشية ويمس الحياة اليومية، كما يعد نتيجة للسياسات الاقتصادية التي تتبعها الحكومة؛ مما جعله على قائمة اهتمامات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

وتعارضت هذه النتيجة مع نتائج دراسة سالي ماهر نصار^(١٩) (٢٠١٧) والتي أكدت على أن المضامين السياسية تستحوذ على اهتمام ما يقرب من ٧٥% من عينة الدراسة تلاها المضامين العالمية بنسبة ٦٣% من آراء العينة.

المحور الثاني: مدى اعتماد الشباب (عينة الدراسة) على الصفحات الإخبارية المصرية

الخاصة على موقع «فيسبوك» كمصدر للمعلومات الاقتصادية:

جدول رقم (٩)

يوضح مدى اعتماد الشباب (عينة الدراسة) على الصفحات الإخبارية الخاصة بموقع

«فيسبوك» كمصدر للمعلومات حول القضايا الاقتصادية

الاجمالي ن=٤٥٠		الاجمالي مدى الاعتماد
%	ك	
٣٩.٤%	١٧٧	اعتمد عليها إلى حد كبير

اعتمد عليها إلى حد ما	١٦٨	٣٧.٣%
لا اعتمد عليها مطلقاً	١٠٥	٢٣.٣%
المجموع	٤٥٠	١٠٠%

يتضح من الجدول رقم (٩) أن النسبة الأكبر من الشباب (يعتمدون إلى حد كبير) على الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك» كمصدر للمعلومات، حيث جاءت هذه الفئة بالترتيب الأول بنسبة بلغت (٣٩.٤%) بواقع (١٧٧) تكراراً، وتلاها بالترتيب الثاني الفئة (اعتمد عليها إلى حد ما) بنسبة متقاربة بلغت ٣٧.٣% بواقع (١٦٨) تكراراً، تلاها الفئة (لا اعتمد عليها مطلقاً) بنسبة بلغت (٢٣.٣%) بواقع (١٠٥) تكراراً.

نستنتج مما سبق ارتفاع نسبة اعتماد الشباب (عينة الدراسة) على الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك» كمصدر للمعلومات؛ لما تمتلكه من عناصر جذب للمتلقي: كالتغطية الفورية للأحداث مع التوثيق بالصور والفيديوهات، وتوافقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة نرفانا محمد (٢٠٢٢) (٢٠)، والتي أكدت على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في تحديد آرائهم وتوجهاتهم حول مختلف القضايا.

جدول رقم (١٠)

يوضح مدى ثقة المبحوثين بالمعلومات المقدمة حول القضايا الاقتصادية بالصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك»

الاجمالي ن=٤٥٠		الاجمالي
ك	%	مدى الثقة
١٩٣	٤٢.٩%	اثق إلى درجة متوسطة
١٥٢	٣٣.٨%	اثق بدرجة كبيرة
١٠٥	٢٣.٣%	لا اثق مطلقاً
٤٥٠	١٠٠%	المجموع

يتضح من الجدول رقم (١٠): أن النسبة الأكبر من المبحوثين يحظون بدرجة ثقة متوسطة بالمعلومات المقدمة حول القضايا الاقتصادية على الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك»، حيث حصلت هذه الفئة على نسبة (٤٢.٩%) بواقع (١٩٣) تكراراً، تلاها بالترتيب الثاني الفئة (أثق بدرجة كبيرة) بنسبة (٣٣.٨%) بواقع (١٥٢) تكراراً، تلاها بالترتيب الثالث الفئة (لا أثق مطلقاً) بنسبة بلغت (٢٣.٣%) بواقع (١٠٥) تكراراً.

ويتضح مما سبق استحواد الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك» على ثقة المبحوثين في المعلومات المقدمة حول القضايا الاقتصادية، وربما يرجع السبب في ذلك إلى اعتماد هذه الصفحات بأغلب المواد الاخبارية على المصادر الحكومية والمواقع والإحصاءات الرسمية والتي تعد مصدر ثقة من جانب المبحوثين.

جدول رقم (١١)

يوضح أسباب ثقة الشباب (عينة الدراسة) بالمعلومات المقدمة حول القضايا الاقتصادية بالصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك».

الإجمالي		أسباب الثقة
الاجمالي ن=٣٤٥	ك	
%٤٩.٦	١٧٢	تعتمد على مصادر موثوق بها
%١٩.٢	٦٦	الدقة والشمولية بمعالجة القضايا
%١١.٩	٤١	جرأة بطرح الموضوعات والقضايا الاقتصادية
%١٠.٨	٣٧	الكشف عن الحقائق والمسببات الحقيقية للقضايا
%٨.٥	٢٩	تقديم تحليلات وتفسيرات شاملة لكل ما يطرأ
%١٠.٠	٣٤٥	المجموع

يتضح من الجدول رقم (١١): أن من أهم أسباب ثقة الشباب (عينة الدراسة) بالصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك» انها (تعتمد على مصادر موثوق بها) حيث جاءت هذه الفئة بالترتيب الأول بنسبة (٤٩.٦%) بواقع (١٧٢) تكراراً، تلاها بالترتيب الثاني الفئة (الدقة والشمولية بمعالجة القضايا) بنسبة بلغت (١٩.٢%) بواقع (٦٦) تكراراً، وفي الترتيب الثالث جاءت الفئة (جرأة بطرح الموضوعات والقضايا الاقتصادية) بنسبة بلغت (١١.٩%) بواقع (٤١) تكراراً، تلاها الفئة (الكشف عن الحقائق والمسببات الحقيقية للقضايا) بالترتيب الرابع بنسبة

بلغت (١٠.٨%) بواقع (٣٧) تكراراً، بالترتيب الأخير، وجاءت الفئة (تقديم تحليلات وتفسيرات شاملة لكل ما يطرأ) بنسبة ضعيفة بلغت ٨.٥% بواقع (٢٩) تكراراً من إجمالي آراء العينة. ونستج مما سبق أن وضوح المصدر والاعتماد على مصادر موثوق بها بالمادة الإخبارية يكسبها قدر كبير من المصداقية، ويساهم في رفع معدل ثقة الشباب (عينة الدراسة) في الوسيلة الإعلامية.

جدول رقم (١٢)

يوضح أسباب عدم ثقة الشباب بالمعلومات المقدمة حول القضايا الاقتصادية بالصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك».

الاجمالي ن=١٠٥		الاجمالي
ك	%	أسباب عدم الثقة
٣٥	٣٣.٤%	إبراز الجانب الايجابي فقط وتجاهل السلبيات
٢٠	١٩%	التهويل بعرض المعلومات والقضايا
٢٠	١٩%	عدم مراعاة معايير الصدق والموضوعية
١٥	١٤.٣%	التضارب بالأخبار والمعلومات
١٥	١٤.٣%	الانسياق وراء معلومات مجهولة المصدر
١٠٥	١٠٠%	المجموع

يتضح من الجدول رقم (١٢) أن من أهم أسباب عدم ثقة بعض الشباب بالمعلومات المقدمة حول القضايا الاقتصادية بالصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك» هو (إبراز الجانب الإيجابي فقط وتجاهل السلبيات) حيث جاءت هذه الفئة بالترتيب الأول بنسبة (٣٣.٤%) بواقع (٣٥) تكراراً، تلاها بالترتيب الثاني الفئتين (التهويل بعرض المعلومات والقضايا) و(عدم مراعاة معايير الصدق والموضوعية) حيث حصلاً كلاهما على نسبة (١٩%) بواقع (٢٠) تكراراً، وبالترتيب الثالث تساوى الفئتين (التضارب بالأخبار والمعلومات) و(الانسياق وراء معلومات مجهولة المصدر) حيث حصلاً كلاهما على نسبة (١٤.٣%) بواقع (١٥) تكراراً من إجمالي آراء العينة.

مما قد يشير إلى عدم التغطية الموضوعية والحيادية بهذه الصفحات من وجهة نظر بعض الباحثين، والذين أكدوا من خلال اجاباتهم على أن هذه الصفحات تحرص على تغطية

أحد الجوانب فقط وتتجاهل الأخرى، وربما يفسر ذلك نتيجة الجدول رقم (١٠) والذي أوضح أن نسبة ثقة المبحوثين بهذه الصفحات جاءت متوسطة في الترتيب الأول.

وتقاربت هذه النتيجة مع نتائج دراسة ماجد إبراهيم المنزلاوي (٢٠٢٠) ^(٢١) والتي أكدت على أن اتجاه التغطية الإعلامية للمواقع الإخبارية المصرية دائماً يميل للتحيز الإيجابي.

المحور الثالث: الصورة الذهنية المكونة لدى المبحوثين نحو القضايا الاقتصادية بالدولة

جدول رقم (١٣)

يوضح آراء الشباب بالصورة المقدمة حول القضايا الاقتصادية بالصفحات الإخبارية بموقع فيسبوك

النوع	الإجمالي ن=٤٥٠		الترتيب	كا
	ك	%		
تجمع بين الواقع والتضليل	١٧٦	٣٩.١	١	١٠٧.٦٨٩ * *
صورة واقعية	١٤٢	٣١.٥	٢	
صورة مضللة	١٠٤	٢٣.١	٣	
لا أعرف	٢٨	٦.٣	٤	
المجموع	٤٥٠	%١٠٠	-	

يتضح من الجدول رقم (١٣) أن قيمة كا^٢ والتي تبلغ (١٠٧.٦٨٩) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١) وكانت في اتجاه (تجمع بين الواقع والتضليل) بنسبة مئوية تبلغ (٣٩.١%)، وجاء في المرتبة الثانية (صورة واقعية) بنسبة مئوية تبلغ (٣١.٥%)، وفي المرتبة الثالثة (صورة مضللة) بنسبة مئوية تبلغ (٢٣.١%)، بينما جاء في المرتبة الرابعة (الأخيرة) (لا أعرف) بنسبة مئوية كانت (٦.٣%)

يتضح من الجدول رقم (١٣): أن النسبة الأكبر من الشباب (عينة الدراسة) يرون أن الصورة المقدمة حول القضايا الاقتصادية على الصفحات الإخبارية بموقع فيسبوك (تجمع بين الواقع والتضليل) حيث جاءت هذه الفئة في الترتيب الأول بواقع عدد (١٧٦) تكراراً وبنسبة بلغت (٣٩.١%)، تلاها الفئة (صورة واقعية) في الترتيب الثاني بواقع عدد (١٤٢) تكراراً وبنسبة بلغت (٣١.٥%)، وبالترتيب الثالث جاءت الفئة (صورة مضللة) بواقع عدد (١٠٤) تكراراً وبنسبة بلغت (٢٣.١%)، وبالترتيب الرابع (الأخير)، جاءت الفئة (لا أعرف) بواقع عدد (٢٨) تكراراً وبنسبة ضعيفة بلغت (٦.٣%) من إجمالي الآراء (عينة الدراسة).

نستنتج من الجدول رقم (١٣) أن النسبة الأكبر من الشباب (عينة الدراسة) يروا أن الصورة المقدمة حول القضايا الاقتصادية بالصفحات الإخبارية بموقع فيسبوك (تجمع بين الواقع والتضليل)، وهو ما يفسر نسبة ثقة الشباب (عينة الدراسة) بهذه الصفحات جاءت متوسطة، ومن ثم عدم التصديق الكامل لكل ما تنشره هذه الصفحات.

وتعارضت هذه النتيجة مع نتائج دراسة عيسى يونس درويش (٢٠٢٠) (٢٢) التي أشارت إلى أن المبحوثين يرون أن الأخبار التي تنشرها الصفحات الإخبارية على موقع فيسبوك تحمل قدراً كبيراً من المصداقية بنسبة بلغت ٨٢٪؛ وذلك لكونها تدعم الخبر بالصور والفيديوهات والروابط التي تؤكد مدى صحة ودقة الخبر.

جدول رقم (١٤)

يوضح الصورة الذهنية المكونة نحو القضايا الاقتصادية الأكثر متابعة على الصفحات الإخبارية بموقع فيسبوك لدى الشباب (عينة الدراسة)

مستوى الدلالة	كا ^٢	الصورة الذهنية						القضايا الاقتصادية
		سلبية		محايدة		إيجابية		
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دال	١.٩٦٠	%٣٠.٢	١٣٦	%٣٤.٩	١٥٧	%٣٤.٩	١٥٧	زيادة الأجور والمعاشات
٠.٠١	**١٤٧.٣٧٣	%٦٠.٢	٢٧١	%٢١.٨	٩٨	%١٨	٨١	التعامل مع معدل التضخم وارتفاع الاسعار
٠.٠١	**١٧٢.٠١٣	%٦٢	٢٧٩	%٢٣.٦	١٠٦	%١٤.٤	٦٥	التعامل مع ارتفاع سعر الصرف (أزمة الدولار)

يتضح من الجدول رقم (١٤) أن قيمة كا^٢ دلالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١) في جميع العبارات باستثناء العبارة (زيادة الأجور والمعاشات) فيما يلي توضيح لأهم ما ورد بالجدول رقم (١٤):

حيث جاءت في المقدمة قضية (زيادة الأجور والمعاشات) بالمقدمة، حيث استحوذت على النسبة الأكبر من رضا المبحوثين، حيث حصلت الفئتين (إيجابية) و (محايدة) على نسبة (٣٤.٩%) بواقع (١٥٧) تكراراً، تلاها (سلبية) بنسبة (٣٠.٢%) بواقع (١٣٦) تكراراً في المرتبة الثانية، جاءت قضية (التعامل مع التضخم وارتفاع الاسعار) والتي استحوذت على النسبة الأكبر من عدم رضا المبحوثين، حيث حصلت الفئة (سلبية) على الترتيب الأول بنسبة بلغت (٦٠.٢%) بواقع عدد (٢٧١) تكراراً وتلاها في الفئة (محايدة) على نسبة (٢١.٨%) بواقع (٩٨) تكراراً، تلاها (إيجابية) بنسبة (١٨%) بواقع (٨١) تكراراً

وبالترتيب الأخير، حظيت قضية (التعامل مع ارتفاع سعر الصرف) (أزمة الدولار) على النسبة الأكبر من عدم رضا المبحوثين، حيث استحوذت الفئة (سلبية) على نسبة (٦٢%) بواقع (٢٧٩) تكراراً، تلاها (محايدة) بنسبة بلغت (٢٣.٦%) بواقع (١٠٦) تكراراً، تلاها (إيجابية) بنسبة ضعيفة بلغت (١٤.٤%) بواقع (٦٥) تكراراً.

وأوضحت نتائج الجدول رقم (١٤): وجود صورة ذهنية إيجابية لدى المبحوثين تجاه قضية (زيادة الأجور والمعاشات)، ووجود صورة ذهنية سلبية لدى النسبة الأكبر من المبحوثين تجاه القضايا الاقتصادية الأخرى؛ كالتعامل مع التضخم وارتفاع الأسعار وارتفاع سعر العملة الأجنبية مقابل الجنيه المصري (أزمة الدولار)، وترجع الباحثة السبب في ذلك إلى اعتراض المبحوثين على بعض القرارات والسياسات الاقتصادية والتي تنعكس بشكل مباشر على ارتفاع الاسعار وانخفاض المستوى المعيشي وارتفاع سعر العملة الاجنبية والتي تفرض عليهم المزيد من الالتزامات المادية.

وتوافقت هذه النتيجة جزئياً مع نتائج دراسة ياسمين محمد ابراهيم (٢٠١٦) (٢٣) والتي أكدت على التقييم الأكثر سلباً للمبحوثين جاء حول حيال القضايا التي تتعلق بالجوانب الاقتصادية والتشريعية للدولة.

نتائج اختبار الفروض :

الفرض الأول: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية ما بين كثافة تعرض المبحوثين للصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك»، والصورة الذهنية المكونة لديهم نحو القضايا الاقتصادية.

جدول (١٥)

حساب معامل الارتباط بين كثافة تعرض المبحوثين للصفحات الإخبارية

على موقع الـ«فيسبوك»، والصورة الذهنية المكونة لديهم نحو القضايا الاقتصادية

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الصورة الذهنية المكونة لديهم نحو القضايا الاقتصادية		كثافة تعرض المبحوثين للصفحات الإخبارية	
		٢٤	٢م	١٤	١م
٠.٠١	**٠.٩٠٧	٠.٩٥٨	٢.٨٠٠	٠.٦٠٤	٢.٤٦٢

يتضح من جدول (١٥) أنه توجد علاقة ارتباطية (طردية) دلالة إحصائية عند مستوى

(٠.٠١) بين كثافة تعرض المبحوثين للصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك»، والصورة

الذهنية المكونة لديهم نحو القضايا الاقتصادية، وهو ما يحقق صحة الفرض الأول لهذه

الدراسة.

الفرض الثاني: هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية ما بين كثافة التعرض للصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك» ومستوى ثقة المبحوثين بالمحتوى الاقتصادي المقدم على الصفحات (محل الدراسة).

جدول (١٦)

حساب معامل الارتباط بين كثافة التعرض للصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك» ومستوى ثقة المبحوثين بالمحتوى الاقتصادي المقدم بالصفحات (محل الدراسة)

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	مستوى ثقة المبحوثين في القضايا الاقتصادية		كثافة التعرض للصفحات الإخبارية	
		٢ع	٢م	١ع	١م
٠.٠١	**٠.٧٦٩	٠.٧٤٩	٢.١٠٤	٠.٦٠٤	٢.٤٦٢

يتضح من جدول (١٦) أنه توجد علاقة ارتباطية (طردية) دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠١) بين كثافة التعرض للصفحات الإخبارية (محل الدراسة) على موقع «فيسبوك» ومستوى ثقة المبحوثين بالمحتوى الاقتصادي المقدم بالصفحات (محل الدراسة)، وهو ما يحقق صحة الفرض الثاني لهذه الدراسة.

الفرض الثالث: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية ما بين ثقة المبحوثين في المحتوى المقدم على الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك» والصورة الذهنية المكونة لديهم نحو القضايا الاقتصادية بالدولة.

جدول (١٧)

حساب معامل الارتباط بين درجة ثقة المبحوثين في المحتوى المقدم على الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك» والصورة الذهنية المكونة لديهم نحو القضايا الاقتصادية

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الصورة الذهنية المكونة لديهم نحو القضايا الاقتصادية		درجة ثقة المبحوثين بالصفحات الإخبارية	
		٢ع	٢م	١ع	١م

٠.٠١	*٠.٨٧٦	٠.٩٥٨	٢.٨٠٠	٠.٧٤٩	٢.١٠٤
------	--------	-------	-------	-------	-------

يتضح من جدول (١٧) أنه توجد علاقة ارتباطية (طردية) دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠١) بين درجة ثقة المبحوثين في المحتوى المقدم على الصفحات الإخبارية (محل الدراسة) بموقع «فيسبوك» والصورة الذهنية المكونة لديهم نحو القضايا الاقتصادية، وهو ما يحقق صحة الفرض الثالث لهذه الدراسة.

مناقشة نتائج الدراسة:

- 1 - أوضحت نتائج الدراسة ارتفاع كثافة استخدام الشباب (عينة الدراسة) لموقع «فيسبوك» بشكل دائم بنسبة تجاوزت الـ ٤٧% من آراء العينة، مما قد يشير إلى مدى أهمية استخدام الموقع بالنسبة للشباب، ويرجع السبب في ذلك إلى قدرته على توفير احتياجات هذه الفئة العمرية.
- 2 - أكدت نتائج الدراسة على أن الصفحات الثلاثة (اليوم السابع . الوطن . المصري اليوم) من أهم الصفحات الإخبارية التي استطاعت أن تستحوذ على النسبة الأكبر من متابعة الشباب (عينة الدراسة)، ويرجع السبب في ذلك إلى التنوع والجرأة في طرح الموضوعات بما يتوافق مع اهتماماتهم، وهو ما يجعل هذه الصفحات تحظى بعدد كبير من المتابعين.
- 3 - تنوعت أسباب تعرض الشباب (عينة الدراسة) للصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك»، حيث جاءت في مقدمتها الآنية والسرعة في النشر، حيث يعد ذلك من أهم أسباب تفوق مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الإعلامي.
- 5 - أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود محتوى اقتصادي معين يسعى المبحوثين لمتابعته من خلال الصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك»، وأن تعرض المبحوثين لمضامين الصفحات الإخبارية يكون جزء من تعرضهم لجميع المضامين المتاحة على الموقع نفسه، كما جاءت قضية زيادة الأجور والمعاشات بالترتيب الثاني، وجاءت في الترتيب الثالث قضية التضخم وارتفاع الأسعار وذلك لكونه ينعكس بشكل مباشر على الأحوال المعيشية ويمس الحياة اليومية، كما يعد نتيجة للسياسات الاقتصادية التي تتبعها الحكومة؛ مما جعله على قائمة اهتمامات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

6 - كما أظهرت النتائج اعتماد الشباب (عينة الدراسة) على الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك» في الحصول على معلومات؛ لما تمتلكه من عناصر جذب للمتلقي والتغطية الفورية للأحداث مع التوثيق بالصور والفيديوهات؛ مما ساهم في خلق نمط اعلامي جديد ومختلف يتمتع بقدر أكبر من الحداثة في نقل الخبر والحرية في طرحها بالمقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

7 - أشارت النتائج إلى استحواذ الفئتين (اثق إلى حد ما) ثم (اثق جداً) على آراء النسبة الأكبر من المبحوثين بالمعلومات الاقتصادية المقدمة على الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك»، ويرجع السبب في ذلك إلى اعتمادها بأغلب المواد الاخبارية على المصادر الحكومية والمواقع والإحصاءات الرسمية التي تعد مصدر ثقة للمبحوثين، حيث أن وضوح المصدر والاعتماد على مصادر موثوق بها بالمواد الإخبارية يكسبها قدر كبير من المصداقية لدى الجمهور.

8 - كما اوضحت أن من أهم أسباب عدم ثقة بعض الشباب (عينة الدراسة) بالمعلومات الاقتصادية المقدمة عبر الصفحات الاخبارية بموقع «فيسبوك» هو (إبراز الجانب الإيجابي فقط وتجاهل السلبيات)، مما يشير إلى عدم التغطية الموضوعية والحيادية بهذه الصفحات من وجهة نظر عدد من المبحوثين

9 - أوضحت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من الشباب (عينة الدراسة) يروا أن الصورة المقدمة حول القضايا الاقتصادية بالصفحات الإخبارية بموقع فيسبوك (تجمع بين الواقع والتضليل)، وهو ما يفسر نسبة ثقة الشباب (عينة الدراسة) بهذه الصفحات جاءت متوسطة، ومن ثم عدم التصديق الكامل لكل ما تنشره هذه الصفحات.

10 - وأوضحت نتائج الدراسة وجود صورة ذهنية إيجابية لدى المبحوثين تجاه قضية (زيادة الأجور والمعاشات)، ووجود صورة ذهنية سلبية لدى النسبة الأكبر من المبحوثين تجاه القضايا الاقتصادية الأخرى؛ كالتعامل مع التضخم وارتفاع الأسعار وارتفاع سعر العملة الأجنبية مقابل الجنيه المصري وربما يرجع السبب في ذلك إلى اعتراض المبحوثين على بعض القرارات والسياسات الاقتصادية والتي تنعكس بشكل مباشر على ارتفاع الاسعار وانخفاض المستوى المعيشي وارتفاع سعر العملة الاجنبية والتي تفرض عليهم المزيد من الالتزامات المادية.

نتائج اختبار الفروض:

- 1 - اثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة احصائية ما بين كثافة تعرض الباحثين للصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك»، والصورة الذهنية المكونة لديهم نحو القضايا الاقتصادية بالدولة.
- 2 - كما أوضحت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية ما بين كثافة التعرض للصفحات الإخبارية على موقع «فيسبوك» ومستوى ثقة الباحثين بالمحتوى الاقتصادي المقدم بالصفحات (محل الدراسة).
- 3 - أكدت الدراسة على وجود علاقة ذات دلالة احصائية ما بين ثقة الباحثين في المحتوى الاقتصادي المقدم على الصفحات الإخبارية بموقع «فيسبوك» والصورة الذهنية المكونة لديهم نحو القضايا الاقتصادية بالدولة.

أهم المقترحات:

تشير الدراسة الحالية إلى بعض المقترحات والتي جاءت على النحو التالي:

- 1- تعمق الدراسات البحثية لتشمل كافة مواقع التواصل الاجتماعي ك اكس ويوتيوب وانستغرام وغيرهم.
- 2- إجراء دراسات تتبعية يمكن من خلالها التعرف على التأثيرات المتراكمة المتغيرة لمواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور باختلاف المراحل العمرية.
- 3- الالتزام بمعايير المهنية الإعلامية ووضع ضوابط واضحة لتطبيقها بالصفحات الاخبارية بما يضمن دقة المادة الإخبارية قبل نشرها.

قائمة المراجع (وفقاً لترتيبها بالمتن)

(¹) إحصائية توضح عدد مستخدمي موقع «فيسبوك» في العالم في ٢٠٢٤، متاح على هذا الرابط، تاريخ الدخول ٢٥ يونيو ٢٠٢٤

<https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users>

٢) إحصائية توضح عدد مستخدمي موقع «فيسبوك» في مصر خلال الربع الأول من عام ٢٠٢٤، تاريخ الدخول ٢٥ يونيو ٢٠٢٤

<https://datareportal.com/reports/digital-2024-egypt?rq=egypt>

٣) تقرير: مصر الأولى عربياً و ١٩ عالمياً استخداماً موقع فيسبوك خلال الربع الأول من ٢٠٢٤، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، رئاسة مجلس الوزراء، تاريخ الدخول ٢٥ يونيو ٢٠٢٤

<https://www.idsc.gov.eg/InfoGraph/details/1746>

٤) طاهر محمد محمد أمين، تفاعل الجمهور مع الاحداث الجارية على صفحات التواصل الاجتماعي للصحف المصرية: دراسة في إطار تحليل البيانات الضخمة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٢٤

٥) هاجر أصيل محمد، التغطية الإخبارية لقضايا الرأي العام الاجتماعية عبر صفحات البث المباشر بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٢٤

٦) أحمد محمد صالح، دور صفحات البرامج الحوارية التلفزيونية بالفيسبوك في امداد الشباب بالمعلومات الاقتصادية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (٧١) الجزء الأول، يوليو ٢٠٢٤

٧) تامر كمال عثمان، البرامج الاقتصادية بالتلفزيون والمواقع الالكترونية وعلاقتها بمستوى الثقة لدى الجمهور بالاستثمار في المشاريع الحكومية: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٢٣

8)Gilbert Kipkoech: connections Social Media News, Economic crises and Political Participation in Kenya, **Social Science Computer Review**, Vol (41), No (3), 2022.

9) Jurgen Habermas: public sphere and political communication in media society”, plenary address for the **international communication Association conference**, Dresden, Germany, 2006

Available at: www.lcahdg.org/speech_by_Habermas.pdf online in 18 July 2024

10) Nathaniel Poor: Mechanisms of an online public sphere: The website Slashdot, **Journal of Computer – Mediated Communication**,

Vol (10), No (2), January 2005

<http://onlinelary.wiley.com/doi/10.1111/j.10836101.2005.tb00241.x/full>
br

11) Asimina Michailidou: Europeanisation of the electronic publicSphere:
theory, institutional culture and inline reality, **political perspectives**

EPRU, Vol (2), No (4), 2007 ,p:152

١٢) بركات عبد العزيز، **مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق**، ط (١)
(القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٢) ص ١٥١

١٣) ابراهيم عبد الله المسلمي، **اتجاهات حديثة في مناهج البحث الإعلامي**، ط (١) (القاهرة:
دار الفكر العربي، ٢٠١٨) ص ١٢٩

١٤) إحصائية توضح عدد مستخدمي موقع «فيسبوك» في مصر خلال الربع الأول من عام
٢٠٢٤، **موقع سابق**

١٥) علي ليلة، **الشباب والمجتمع: أبعاد الاتصال والانفصال**، ط (٣)، (القاهرة: المكتبة
المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١١) ص ٤٣

١٦) السادة المحكمين الذين قاموا بتحكيم استمارة الاستبيان

١. د. ابراهيم عبدالله المسلمي: أستاذ الإعلام ورئيس قسم الإعلام الأسبق بكلية الآداب -
جامعة الزقازيق

١. د. ا هويدا السيد مصطفى: أستاذ الإذاعة والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

١. د. عبد الجواد سعيد ربيع: أستاذ الصحافة والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة المنوفية

١. د. محمد سعد ابراهيم: أستاذ الاعلام والعميد السابق لأكاديمية الشروق الدولية للإعلام
بالقاهرة

١. د. محمد غريب: أستاذ ورئيس قسم الإعلام السابق بكلية الآداب - جامعة الزقازيق

١. م. د. أبوبكر الصالحي: أستاذ الاعلام ووكيل كلية الإعلام جامعة النهضة - بني سويف

١. م. د. محمود عبد الحليم: أستاذ مساعد الإذاعة والتلفزيون بكلية الدراسات العليا للطفولة -

جامعة عين شمس

د. فاطمة الأحمدى: مدرس بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الزقازيق

17)Ali Rafeeq :Breaking News of disasters: How Stuff co.nz and Nzherald.co used Facebook and twitter in the 2016 Kailoura earthquake coverage in Zealand, **cogent social science**, Vol (6),No (1), 2020

)18 Natalie Pang & Debbie pei chin: are we all here for the same purpose? Social media and individualized collective action, **online information review**, Vol (40), No (4), 2019.

- ١٩) سالي ماهر نصار، اتجاهات النخبة الإعلامية نحو مصداقية الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، ٢٠١٧
- ٢٠) نرفانا محمد عبد الكريم، دور الصفحات الاخبارية بمواقع التواصل الاجتماعي تجاه الوعي بالقضايا السياسية لدى الجمهور المصري: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، ٢٠٢٢
- ٢١) ماجد إبراهيم المنزلاوي، علاقة إيديولوجيات مواقع الصحف اليومية المصرية والأجنبية بتحرير وتصميم صفحاتها الرئيسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٢٠
- ٢٢) عيسى يونس درويش، اعتماد الشباب الجامعي السوري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية في المنطقة العربية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٢٠.
- ٢٣) ياسمين محمد ابراهيم، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاه نحو أداء الحكومة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٦