

مقروئية الصحف الإلكترونية واعتماد الجمهور الأردني عليها في الحصول على المعلومات الاقتصادية

طارق زياد محمد الناصر^{1*}
إشراف: أ د/ نجوى كامل **

مقدمة

تعتبر الصحافة الاقتصادية شكلاً من أشكال الإعلام المتخصص وعنصرًا أساسيًا هامًا من عناصر العمل الصحفي، حيث تقوم المؤسسات الصحفية بتدريب وتأهيل الصحفيين المتخصصين بهذا المجال لضمان جودة الموضوعات التي تقدم من خلالها إلى الجمهور وخاصة المهتمين بالشأن الاقتصادي، وربما كان لطبيعة العمل الاقتصادي في الأردن - ذو البيئة الاقتصادية الجاذبة والنشطة- دور في زيادة أهمية العمل الصحفي الاقتصادي خاصة وأن القطاعين العام والخاص يتشاركان في عملية تنشيط الحياة الاقتصادية وإشراك مختلف فئات الجمهور في فهم العمل الاقتصادي وربطه بمدخلات ومخرجات النظام الاقتصادي محليًا وعالميًا، الأمر الذي ساهم في لجوء المواقع الصحفية الإلكترونية (الصحف الإلكترونية) إلى إيجاد نوافذ متخصصة في الشأن الاقتصادي، إضافةً إلى استقطاب صحفيين اقتصاديين وكتاب متخصصين لمجاراة ما تقدمه وسائل الإعلام الأخرى خاصة التقليدية منها في هذا المجال، بحيث بدأت تتشكل معالم الصحافة الإلكترونية الاقتصادية.

لذلك يجب أن يحظى هذا النمط الصحفي بالتحليل والدراسة لفهم طبيعة العلاقة التي تجمع الجمهور بالمادة الصحفية المتخصصة في الشأن الاقتصادي، وهو ما استند إليه هذا البحث التعرف على طبيعة وشكل متابعة الجمهور الأردني للصحف الإلكترونية وقياس درجة اعتماده عليها في التعرف على القضايا الاقتصادية.

* باحث دكتوراه بقسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

** أستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام - قسم الصحافة - جامعة القاهرة

مشكلة الدراسة :

جاء تطور الصحافة الإلكترونية لتلبي احتياجات الجمهور، وتبلورت مؤسسيًا ومهنيًا وصولًا إلى وجود عدد كبير من الصحفيين والمندوبين الذي يبحثون في الموضوعات والقضايا التي تحاكي احتياجات المجتمعات بما في ذلك التخصص في شأن أو موضوع محدد يتماشى مع هذه التطورات ويسهم في بناء الأطر المعرفية لديهم، وليكمل مسيرة الإعلام المتخصص التي بدأت كتطور طبيعي لوسائل الإعلام الشاملة بما في ذلك الصحافة المتخصصة في الشأن الاقتصادي.

الأمر الذي يثير الإشكاليات والتساؤلات حول طبيعة الدور الذي تلعبه الصحف الإلكترونية الاقتصادية لدى الجمهور الأردني، ومن هنا فإن مشكلة هذه الدراسة تتحدد في الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

درجة مقرونية الصحف الإلكترونية لدى الجمهور الأردني ودرجة اعتماده عليها في الحصول على المعلومات الاقتصادية؟

أهمية الدراسة

تعد هذه الدراسة امتدادًا للجهد العملي العربي الساعي لتأصيل العلوم الصحفية المختلفة بما فيها الصحافة الإلكترونية بشكل عام والصحافة الإلكترونية المتخصصة على وجه التحديد، وتأتي أهميتها استنادًا لندرة الدراسات التي تناولت اعتماد الجمهور الأردني على الصحف الإلكترونية في التعرف على القضايا الاقتصادية .

وقد تساهم نتائج هذه الدراسة في تطوير صناعة الصحافة الاقتصادية الإلكترونية، ودعم العاملين في هذا المجال بما يمكنه أن يساهم في تحديد ما يهتم به الجمهور من معلومات مرتبطة بالقضايا الاقتصادية ومدى اعتماد الجمهور على صحفهم في التعرف على هذه الموضوعات.

أهداف الدراسة :

يتمثل الهدف الرئيسي لهذا البحث في التعرف إلى مقرونية الصحف الإلكترونية لدى الجمهور الأردني ودرجة اعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات الاقتصادية ويتفرع عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل في:

- التعرف على مدى وطبيعة متابعة الصحف الإلكترونية من قبل عينة الدراسة
- التعرف على مصادر تشكيل المعرفة الاقتصادية لدى الجمهور الأردني
- التعرف على أسباب متابعة عينة الدراسة للصحف الإلكترونية
- التعرف على أسباب اختيار الجمهور للصحف الإلكترونية التي يتابع الموضوعات والقضايا الاقتصادية من خلالها
- التعرف على مدى اعتماد عينة الدراسة على الصحف الإلكترونية في الاطلاع على القضايا الاقتصادية

الإطار النظري :

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام و نموذج الاستخدامات والتأثيرات:

تقوم هذه النظرية على أن "العلاقة الارتباطية بين وسائل الإعلام وبقية الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع تؤدي إلى إيجاد العديد من الأحداث والقضايا التي تنقلها تلك الوسائل, وتحاول تشكيل معارف الجمهور بشأنها"¹, وتعنى بشكل رئيس بعلاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام تأثيرات قوية ومباشرة، أو تأثيرات غير مباشرة وضعيفة، كما ان قوة وسائل الإعلام تكمن في سيطرتها على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الجمهور, إضافة إلى أن هذه العلاقة علاقة متنشعبة ومتعددة الاتجاهات.²

فروض النظرية:

تقوم فكرة هذه النظرية التي أسسها Ball Rokeach and Defleur منذ السبعينات على أن الأفراد يعتمدون بصورة متزايدة على المعلومات الواردة من وسائل الإعلام ويفترض أنه كلما زاد اعتماد الأفراد على تلك الوسائل وتأثروا بما تقدمه؛ زاد الدور الذي يُمكن أن تلعبه هذه الوسائل في حياة الأفراد، وكلما زاد المجتمع تعقيداً كلما زاد مجال اتساع الأهداف الشخصية والاجتماعية، ويزداد معها اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام التي تحقق لهم هذه الأهداف⁽³⁾، وأنَّ تغيير حالة الجمهور المعرفية والوجدانية والسلوكية قد ترتد لتغيير بدورها كلاً من وسائل الاتصال والمجتمع⁽⁴⁾.

يتمثل الفرض الرئيس لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، بفكرة "أن الاعتماد على وسائل الإعلام يزداد بزيادة تحجيم القدرة على استقبال المعلومات المطلوبة من خلال المصادر الشخصية، مع مراعاة وفرة المعلومات المطلوبة وتقييمها، ومقارنتها بالمصادر الشخصية لدى الجمهور، وكلما زادت المجتمعات تعقيداً، ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام⁽⁵⁾.

نموذج الاستخدامات والتأثيرات:

وقد تفرع عن هذه النظرية نموذج جديد يعرف باسم "نموذج الاستخدامات والتأثيرات" أو "الاستخدامات والاعتماد" يجمع بينها وبين نظرية الاستخدامات والإشباع التي تعتبر من أهم المداخل النظرية التي استخدمت في مجال دراسة تأثيرات تكنولوجيا الاتصال والذي وجد قابلية كبيرة لدى الباحثين في هذا المجال باعتباره أنسب المداخل لدراسة هذه الوسائل والظواهر الاتصالية الجديدة، وان نشاط الجمهور الكامن في نظرية الاستخدامات والإشباع للجوانب الثقافية والاقتصادية والاجتماعية يجب ان يؤكد ويكرر في دراسات الاعلام الجديد، بدلا من المبالغة في تبسيط الدور الثنائي للجمهور كنشط او غير نشط طوال الوقت، ففي سياق استخدام المدونات يجب الإشارة الي انها تستخدم بنشاط لإشباع احتياجات خاصة لدي المستخدم⁽⁶⁾.

وأشارت عالمة الاتصال "هيرتا هيرتزوج" تأكيدا على لنموذج الاستخدامات والإشباعات أن خمسة احتمالات رئيسية تدفع الجمهور للمشاركة في برامج المسابقات على سبيل المثال، وهي التنافسية والتربوية والتقدير الذاتي والرياضية، بالإضافة إلى إشباعات مستمعي المسلسلات في الراديو وهي التحرر العاطفي، التفكير المبني على الرغبة، النصح⁷. بما يعبر عن نظرة مختلفة للإعلام تنطلق من توقعات الجمهور وإشباعاته من وسائل الاعلام، ويبين الية تأثير العوامل الخاصة بالفرد وميوله على اختياره لوسائل الاعلام او رسائلها او البدائل الوظيفية الاخرى.

ويقوم نموذج الاستخدامات والاعتماد الذي اسس له العالم الالماني ويند هيل عام 1986 على ان الجمهور يستخدم وسائل الاعلام وفقا للدوافع الفردية بالإضافة الى التأثيرات الكلية، وضمن الاطار الاجتماعي الذي تعمل فيه، بما يساهم في اعتماد الافراد على وسيلة ما وفقا لثلاث علاقات رئيسة بين المجتمع والوسائل من جهة ، والجمهور مع الوسيلة من جهة اخرى، والعلاقة بين الجمهور والمجتمع، ويفترض النموذج ان التفاعل بين مختلف الهياكل الاجتماعية(سياسية واقتصادية وثقافية) ووسائل الاعلام سيؤثر على الاهمية النسبية للوسيلة بالنسبة للفرد مقترنا بالاستخدامات المختلفة والنظم الاعلامية، بما يحدد الاعتماد على الوسيلة بدورها في التأثير، وعليه فان اعتماد الجمهور على وسيلة دون اخرى سيؤثر حكما في طريقة استخدامه لها واسباب اختياره لها بما يطور حكما مدى الاعتمادية على هذه الوسائل. (8)

وقد اثبتت الدراسات التي اعتمدت على هذا النموذج ان مدى الاعتماد على الوسيلة مرتبط ايضا بطريقة استخدامها كاختيار انواع معينة من المحتوى الاخباري، ولأنه من الصعب الحصول على نتائج شاملة وفقا للنموذج اختار صن ومن معه جمهور الصحفيين الصينيين وقاسوا الاعتماد على الصحف الصينية من حيث افضلية قراءة الصحف واي الصحف يشتركون بها او يشترونها اكثر من غيرها ووصلوا الى ان عدم ممارسة السلطة لدور مجتمعي ادى الى تضائل اعتماد الجمهور على الصحف التي تديرها الدولة⁹ بينما درس بنتلي عادات وطقوس قراءة الصحف ومدى تأثير العادة او الحاجة على قراءة

الصحف وتبين دور العوامل المختلفة في هذه المنظومة بما يصب في التأكيد على فرضيات نموذج الاستخدامات والاعتماد.¹⁰

ويأتي هذا النموذج من منطلق ان المواطن يبحث عن ما يسهم في فهم اكبر للأحداث وتشير الدراسات المتعلقة بالاعتماد على وسائل الإعلام إلى أن المواطنين من المرجح أن يتحولوا إلى وسائل الإعلام كمصدر للطمأنينة والمعلومات خلال فترات عدم الاستقرار السياسي وبالتالي يزداد تأثرهم بها¹¹

بما يعزز الفكرة القائلة بأن وسائل الإعلام يمكن أن تكون مصدرا جيدا للمعلومات للمساعدة في فهم السياسة على اختلاف الفترات¹²، وبالتالي فإن أنماط استخدام وسائل الإعلام على المستوى الفردي ستضعف او تقوى كلما توفرت العوامل المساعدة لذلك بما فيها كيفية استخدام الافراد لهذه الوسائل.

الدراسات السابقة

1. دراسة (رانيا زكريا سيد، 2019) بعنوان: معالجة الصحافة الإلكترونية لقرار تحرير سعر صرف الجنيه المصري وتأثيرها علي اتجاهات الجمهور المصري نحو أداء الحكومة: دراسة تطبيقية.⁽¹³⁾

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير الدور الذي تقوم به الصحافة الإلكترونية في معالجة قرار تحرير سعر الجنيه وتأثير تناول الصحف الإلكترونية للقرار علي اتجاهات الجمهور المصري نحو أداء الحكومة من خلال تحليل مجموعة من الصحف الإلكترونية (الأهرام-اليوم السابع-الوفد) وتأثيرها من خلال عينة قوامها مجموعة من الجمهور المصري في أربع محافظات مصرية (القاهرة -دمياط -الدقهلية-أسيوط)، واستعانت الدراسة بعينة تحليلية لعدد من الصحف الإلكترونية وعينة ميدانية قوامها (600) مفردة من الجمهور المصري، وتوصلت الدراسة إلى: وجود تأثير لمعالجة الصحف الإلكترونية لقرار تحرير سعر الصرف، حيث كانت اتجاهات عينة الدراسة سلبية حيال قرار الحكومة المصرية بهذا الشأن.

2. دراسة (فرح هاني البدرى 2019) بعنوان اعتماد النخب الأردنية على قناة المملكة في الحصول على المعلومات المتعلقة بالشأن المحلي¹⁴

سعت الدراسة إلى رصد درجة اعتماد النخب الأردني على قناة المملكة في متابعة الشأن المحلي واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام طريقة المسح الميداني على عينة تكونت من 150 مفردة من النخب الأردنية وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة يتابعون القناة وأن (48%) منهم يعتمدون عليها كمصدر للمعلومات حول الشأن المحلي بدرجة منخفضة وأن درجة ثقة (36%) منهم عالية في معلومات القناة وأن أسباب الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات تمثلت سرعة نقل الحدث بالصوت والصورة والحيادية في عرض الرأي والرأي الآخر

3. دراسة (ماطر حمدي 2019) بعنوان اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات¹⁵

هدفت الدراسة لمعرفة درجة اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي للتزود بالمعلومات والأخبار ومعرفة طبيعة المعلومات التي يبحث عنها واستخدمت المنهج الوصفي من خلال الاستبانة كأداة بحثية طبقت على عينة من (401) مفردة وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب السعودي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتسلية والترفيه ثم الحصول على الأخبار والمعلومات وأن طبيعة المعلومات والأخبار يبحث عنها الشباب تتمحور حول شؤون المجتمع السعودي والأخبار الترفيهية مع انخفاض نسبة الاهتمام بالموضوعات السياسية والدولية والإقليمية

4. دراسة (رامي جمال محمد، 2017)، بعنوان: "معالجة الصحف المصرية للقضايا الاقتصادية بعد 30 يونيو 2013 وعلاقتها باتجاهات الجمهور"⁽¹⁶⁾

هدفت الدراسة إلى رصد وتصنيف وتحليل المعالجة الصحفية لقضايا الاقتصاد المصري خلال فترة الدراسة في عينة من الصحف المصرية القومية والحزبية والخاصة متمثلة في (الأهرام / الوفد / الشروق) من ناحية الشكل والمضمون، وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الجمهور نحوها، وذلك من

خلال قياس معدل قراءة الجمهور للصحف المصرية وما فيها من قضايا اقتصادية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن قضية الأسعار جاءت في مقدمة القضايا التي يحرص القراء على متابعتها بالصحف حيث حازت على المرتبة الأولى في حين جاءت قضية القروض المحلية والأجنبية في المرتبة الثامنة ثم قضية سعر الصرف.

5. دراسة (قيس رحمان علي، 2016م)، بعنوان: "دور الصحافة الإلكترونية الخليجية في تنمية الوعي الاقتصادي للشباب الخليجي: دراسة تحليلية ميدانية."⁽¹⁷⁾

سعت هذه الدراسة للتعرف على دور الصحافة الإلكترونية الخليجية في تنمية الوعي الاقتصادي للشباب الخليجي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة عشوائية مكونة من 420 مبحوثاً من طلاب الجامعات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: أن 68.3% من المبحوثين موافقين بشدة على عبارة "معرفة الأخبار المحلية وجديد أخبار الوطن والمواطنين"، من بين عدد من العبارات التي توضح موقف المبحوثين من أسباب ودوافع استخدامهم للصحافة الإلكترونية.

أسئلة الدراسة:

1. ما مدى متابعة الصحف الإلكترونية من قبل عينة الدراسة
2. ما طبيعة متابعة الجمهور الأردني للصحف الإلكترونية
3. ما هي مصادر تشكيل المعرفة الاقتصادية لدى الجمهور الأردني
4. ما هي أسباب متابعة عينة الدراسة للصحف الإلكترونية
5. ما أسباب اختيار الجمهور للصحف الإلكترونية التي يتابع الموضوعات والقضايا الاقتصادية من خلالها

6. ما مدى اعتماد عينة الدراسة على الصحف الإلكترونية في الاطلاع على القضايا الاقتصادية

فروض الدراسة:

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الجمهور الأردني في درجة اعتمادهم على الصحف الإلكترونية في الاطلاع على القضايا والمعلومات الاقتصادية وفق متغيرات (النوع، مجال العمل، مكان الإقامة داخل وخارج الأردن، مستوى دخل الأسرة).

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الجمهور الأردني في أسباب اختيارهم للصحف الإلكترونية التي يتابعون من خلالها الموضوعات الاقتصادية وفق متغيرات (النوع، مجال العمل، مكان الإقامة داخل وخارج الأردن).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة: تُعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة الظواهر والأحداث والقضايا، من أجل توفير المعلومات الكافية لتفسيرها، وتقديم الحقائق المرتبطة بها، إلى جانب تقديم توصيف لاتجاهات ومعتقدات وآراء مجموعة من الأفراد الذين تربطهم صفات وخصائص شخصية أو مهنية مشتركة نحو الظاهرة أو القضية أو الموضوع محل الدراسة؛ بطريقة تتيح التعرف على طبيعتها، والعلاقات التي ترتبط بين متغيراتها.

ويهدف الباحث من خلال استخدام هذا النوع من الدراسات إلى درجة مقروئية الصحف الإلكترونية لدى الجمهور الأردني ومدى اعتماده عليها في الحصول على المعلومات الاقتصادية، وتوفير مادة علمية بهدف الإفادة منها في تطوير الصحافة الاقتصادية الإلكترونية في الأردن، وتحديد الجوانب مقوماتها بهدف تطويرها.

منهج الدراسة: تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي باعتباره المنهج الأكثر ملائمةً لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها عبر جمع البيانات الرئيسية من مجتمع الدراسة المتمثل في قراء الصحف الإلكترونية .

مجتمع الدراسة: يمثل مجتمع الدراسة جمهور الصحف الإلكترونية الأردنيين المقيمين داخل وخارج الأردن .

عينة الدراسة: تم اختيار عينة عشوائية بسيطة قوامها (400) مفردة، وتوزيع أداة الدراسة بأسلوب الكرة الثلجية

أداة جمع البيانات: بهدف تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها، تم استخدام أداة صحيفة الاستقصاء "الاستمارة" لجمع البيانات اللازمة لإتمام الدراسة وقد احتوت الاستمارة على مجموعة من المحاور تمثلت في

- السمات الديموغرافية للمبحوثين: اشتمل على مجموعة من الأسئلة التي تتناول خصائص المبحوثين الشخصية والمهنية (النوع، المؤهل الأكاديمي، مكان الإقامة، طبيعة العمل، العمر، مستوى الدخل ... وغيرها).
- مدى مقرونية الصحف الإلكترونية وطبيعة متابعتها: اشتمل المحور على الأسئلة (مدة متابعة الصحف الإلكترونية على اختلاف أنواعها، أسباب المتابعة، معدل المتابعة اليومي، ما هي الصحف الإلكترونية الأردنية المتابعة).
- الصحافة الإلكترونية والحصول على المعلومات الاقتصادية: وتضمنت اسئلة حول تفضيل الجمهور لمصدر على آخر في الحصول على المعلومات الاقتصادية، ومدى اعتماد الجمهور على الصحف الإلكترونية في الحصول على المعلومات الاقتصادية و أسباب اختيار الجمهور للصحف الإلكترونية التي يتابع الموضوعات والقضايا الاقتصادية من خلالها.
- اختبارات الصدق: تم استخدام الأساليب التالية لاختبار صدق أدوات الدراسة:

- صدق المحتوى أو المضمون: من خلال عرض أداة الدراسة (استمارة الاستقصاء) على مجموعة من المحكمين المختصين من أساتذة الصحافة والإعلام ذوي الخبرات الطويلة بالممارسات البحثية الإعلامية في كلٍ من مصر والأردن، من أجل مراجعتها، والتأكد من أنها تقيس فعلاً كافة أبعاد المشكلة البحثية، وتحقق أهداف الدراسة، وتجب عن أسئلتها، وتصلح لاختبار فروضها، إضافةً إلى التأكد من سلامتها ووضوحها اللغوي، وبأن جميع فقراتها متسقة مع المحور الذي تنتمي إليه، وبأنها صالحة للتطبيق الميداني بعد الأخذ بملاحظات وتوجيهات الأساتذة المحكمين). (*18
 - الاختبار القبلي (:Pre-Test) تم إجراء الاختبار القبلي من خلال توزيع استمارة الاستقصاء على عينة جزئية عمدية جمهور الصحف الإلكترونية قوامها (40) مفردة، بهدف التعرف على ردودهم واستجاباتهم وملاحظاتهم، لمعالجة عيوب الاستمارة وتعديلها قبل إجراء التطبيق الميداني بصورته النهائية.
 - إجراءات ثبات الاستبيان: والثبات يشير إلى إمكانية الوصول إلى النتائج نفسها بتكرار تطبيق الاستبيان على الأفراد أنفسهم في المواقف والظروف نفسها، وللتأكد من ذلك قام الباحث بحساب ثبات الاستبيان بالتطبيق على عينة استطلاعية قوامها (40) مبحوثاً، وباستخدام معادلة ألفا كرونباخ فضاء الثبات مساوياً (0.96) وهي درجة تؤكد تمتع الاستبيان بدرجة ثبات عالية.
 - الصدق الذاتي: تم حساب الصدق الذاتي كمؤشر لصدق الاستبيان وذلك بحساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وقد جاء مساوياً (0.98) مما يدل على تمتع الاستبيان بدرجة عالية من الصدق.
- وهي نسب تشير إلى ثبات الاستمارة، ووضوح محاورها وعباراتها بالنسبة للمبحوثين، وأنها صالحة للتطبيق النهائي.

نتائج الدراسة:

1- مدى متابعة الصحف الإلكترونية من قبل عينة الدراسة

جاء في المرتبة الأولى متابعة الصحف الإلكترونية بشكل عام وبنسبة (83.75%) وتلتها متابعة الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصل ورقي بنسبة (75.16%) بينما جاءت متابعة الصحف الإلكترونية ذات الأصل الورقي أخيراً بنسبة (58.58%).

وجاءت نسبة الذي قالوا أنهم يتابعون الصحف الإلكترونية بشكل دائم (58.7%) بينما الذين يتابعونها أحياناً (33.7%) وجاءت نسبة الذين نادراً ما يتابعونها بنسبة (7.6%)، بينما يتابع الصحف الإلكترونية ذات الأصل الورقي بشكل دائم ما نسبته (17.2%) بينما يتابعها أحياناً (41.2%) من العينة ونادراً (41.6%)، بينما يتابع الصحف الإلكترونية التي ليست لها أصل ورقي بشكل دائم (42.2%) وأحياناً (41%) وما نسبته (16.8%) يتابعونها نادراً.

ويمكن تفسير هذه النتائج على أن الصحف الإلكترونية باتت جزءاً أساسياً من حياة جمهور وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها، إلا أن الجمهور يفضل الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصل ورقي على ذات الأصل الورقي، وربما يعود هذا التفضيل لكون الجمهور اعتاد الفصل بين الصحف الورقية والصحف الإلكترونية، وأنه يعتبر مواقع الصحف الورقية استكمالات أو تكراراً للصحافة الورقية أكثر من كونها شكلاً من أشكال الصحف الإلكترونية، ما يمكن أن يعود لعادات الجمهور في التعامل مع النسخ الورقية من هذه الصحف، أو أن الصحف الإلكترونية غير ذات الأصل الورقي استطاعت بناء هوية خاصة مقبولة لدى الجمهور الأردني.

2- درجة متابعة الصحف الإلكترونية حسب النطاق الجغرافي

حلت الصحف الإلكترونية المحلية في المرتبة الأولى بنسبة مئوية (86.41%) وفقاً لمقياس الوزن النسبي وجاءت الصحف الإلكترونية العربية والدولية بنسبة (72.75%) بينما وزعت درجات متابعة الصحف الإلكترونية المحلية بنسبة (66.5%) للذين يتابعونها دائماً و(26.2%) لمن يتابعونها أحياناً و(7.3%) لمن يتابعونها نادراً، بينما تصدرت درجة المتابعة أحياناً للصحف

العربية والدولية بنسبة (48.2%) وجاءت الدرجة دائما بنسبة (35%) بينما يتابعها بدرجة نادرا (16.8%) من عينة الدراسة .

وتؤكد هذه النتائج ما جاء في تفسير نتائج الجدول رقم(2) بأن الصحف الإلكترونية باتت جزءا من ممارسات الجمهور الأردني على اختلاف طبيعتها بما في ذلك النطاق الجغرافي لهذه الصحف، وبينما تقدمت الصحف المحلية بفارق بسيط نسبيا على الصحف العربية والدولية الأمر الذي ربما يعود إلى أن القضايا المحلية التي تغطي على الصحف الإلكترونية تأتي في سلم الأولويات لدى الجمهور الأردني أو أن الموضوعات التي تقدمها الصحف الأردنية المحلية تلبى متطلبات الجمهور المختلفة.

وفيما يتعلق بالصحف الإلكترونية العربية والدولية فقد تعود درجات متابعة الجمهور الكبيرة لها لطبيعة الجمهور الأردني واهتمامه بتنوع مصادر المعلومات، أو أن هذه الصحف الإلكترونية تهتم بالقضايا الأردنية القضايا التي تهم الجمهور الأردني.

3- أسباب متابعة عينة الدراسة للصحف الإلكترونية

تقدمت هذه الأسباب متابعة الأحداث والقضايا الداخلية بنسبة (90.5%) تلاه متابعة الأحداث والقضايا الخارجية بنسبة (72%) ثم بنسبة (60.8%) تكوين معرفة جديدة و(50%) بسبب الاستخدام الدائم للإنترنت وتعزيز المعارف الموجودة بنسبة (43.5%) وتشكيل رأي حول قضية معينة بنسبة (37.3%) وتعزيز رأي حول قضية ما بنسبة (36.8%) ثم التعود على متابعة المعلومات من خلال الصحف الإلكترونية بنسبة (36%) والتسلية والترفيه بنسبة (17.5%) في حين جاء اعتبارها وسيلة للتعبير عن الرأي أخيرا بنسبة (17%).

ويمكن تفسير هذه النتائج بأهمية الأحداث المحلية بالنسبة للجمهور كونها ترتبط بمجتمعه وتتعلق بعضها بحياته اليومية بشكل مباشر بالإضافة إلى أن اهتمام الصحف الإلكترونية بالقضايا المحلية على اختلافها وكثرتها ربما يكون السبب الذي جعلها تنصدر أسباب المتابعة، وربما جاءت متابعة القضايا

الخارجية في المركز الثاني لكون الجمهور الأردني يميل للقضايا العروبية وعلى رأسها القضية الفلسطينية التي تشغل الرأي العام العالمي والعربي خصوصا بعد إعلان الخطة الأمريكية المسماة بصفقة القرن وقد يكون ذلك عائدا للعلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية للأردن بدول المنطقة العربية خصوصا والعالم بشكل عام، مع وجود جاليات أردنية مقيمة في الكثير من دول العالم.

ويضاف إلى ذلك أن الساحة العالمية والعربية خلال فترة تطبيق الدراسة وما سبقها كانت مليئة بالأحداث التي شكلت موقعا مهما في اهتمام الجمهور مثل الحرب في اليمن وخروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي وحرائق استراليا وأخيرا أزمة كورونا.

أما فيما يتعلق بالتسلية والترفيه التي جاءت بالمرتبة قبل الأخيرة فقد يعود ذلك إلى عدم تقديم الصحف الإلكترونية لمواد ترفيهية أو خفيفة أو عدم الاستفادة من إضافة الألعاب ووسائل الترفيه والتسلية المختلفة لموقع الصحيفة، وقد يعود مجيء التعبير عن الرأي في المرتبة الأخيرة لعدم سماح معظم الصحف الإلكترونية للقراء بالتعليق على المواد الصحفية خوفا من المسؤولية القانونية أو عدم قيام المواقع الإلكترونية بفتح المجال لنشر الآراء التي يرسلها القراء لها.

4- معدل المتابعة اليومية للصحف الإلكترونية لدى عينة الدراسة

ظهر أن (46.2%) من الجمهور يقضي ساعة واحدة يوميا في متابعتها بينما (40%) يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات و(13.8%) يقضون أكثر من ثلاث ساعات.

وتشير هذه النتائج إلى اختلاف انماط المتابعة اليومية الأمر الذي قد يعود إلى طبيعة اهتمام الجمهور بما تقدمه هذه الصحف، أو طبيعة أعمال الجمهور وأنماط حياتهم، بالإضافة إلى اختلاف المحتوى والخدمات من موقع إلى آخر فقد تحقق بعض المواقع أثرا أو إشباعا لدى الجمهور دون الحاجة لمدد زمنية كبيرة .

5- درجة متابعة الجمهور للصحف الإلكترونية الأردنية

جاء موقع عمون في المرتبة الأولى تلاه موقع خبرني ثم موقع صحيفة الغد وموقع سرايا في المرتبة الثالثة ثم موقع صحيفة الرأي ثم موقع صحيفة الدستور ثم موقع سواليف ثم موقع الوكيل في المركز السابع وجو 24 في المرتبة الثامنة والحقيقة الدولية في المرتبة التاسعة والسوسنة في المرتبة العاشرة.

وهو ما يشير غالباً إلى اختلاف نوعية الجمهور واهتمامهم بالصحافة الإلكترونية لكن في ذات الوقت حصلت الصحف الإلكترونية ذات الأصل الورقي على درجات متقدمة في المتابعة ما يمكن أن يعزى لارتباط الجمهور بالصحافة الورقية وثقته بها بالإضافة إلى وجود عدد كبير من المراسلين والصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية الناشرة لهذه المواقع ما يعني أنها غنية بالمعلومات المتنوعة التي تهتم الجمهور.

أما الصحف الإلكترونية غير ذات الأصل الورقي التي حصلت على المراكز الأولى في المتابعة فقد يعود الأمر لكون هذه الصحف من الصحف الإلكترونية القديمة التي استطاعت بناء تأثير على الجمهور لسبب أو لآخر أو أنها تتميز بمواد صحفية قادرة على جذب الجمهور أكثر من غيرها

6- مصادر الحصول على المعلومات الاقتصادية التي يفضلها الجمهور الأردني

جاءت الصحافة الإلكترونية بالمرتبة الأولى بنسبة (80.2%) ثم التلفزيون بنسبة (51%) والاتصال الشخصي بنسبة (34.5%) تلاه الأنشطة الاقتصادية المجتمعية بنسبة (30.8%) والإذاعة بنسبة (22%) ثم الصحافة الورقية بنسبة (15.5%)

وهو ما يؤكد على كون الصحافة الإلكترونية تحتل أهمية خاصة لدى الجمهور الأردني بين مصادر تشكيل معرفته نحو القضايا الاقتصادية وهو ما يعود غالباً للسمات التي حددها الجمهور للصحافة الإلكترونية، أو لكون

الصحف المتابعة من قبل الجمهور استطاعت تقديم محتوى اقتصادي يلبي احتياجات الجمهور، كما أن مجيء التلفزيون في المرتبة الثانية يمكن أن يفسر لكون هاتين الوسيلتين أثر ثراءً من الوسائل الأخرى، وتقدم الصحافة الإلكترونية في الثراء على التلفزيون والوسائل الأخرى وهو ما ينسجم مع مجيء الصحافة الورقية في المرتبة الأخيرة وهي أكثر هذه الوسائل تقليدية وأقلها ثراء من حيث الشكل والتفاعلية

7- مدى اعتماد عينة الدراسة على الصحف الإلكترونية في الحصول على المعلومات الاقتصادية

تبين أن الاعتماد بشكل قليل حصل على نسبة (42.8%) بينما جاءت الدرجة المتوسطة بنسبة (41.8%) ودرجة الاعتماد الكبيرة بنسبة (15.4%)، وحصول درجة الاعتماد المتوسطة والكبيرة على النسبة الأكبر مجموعتين من الجمهور تؤكد أهمية الصحف الإلكترونية وقدرتها على تقديم ما يريده الجمهور من معلومات اقتصادية، إلا أن التفاوت في النسب قد يعود لطبيعة الصحف التي يتابعونها حيث أن اختلاف الصحف في تصميمها ومحتواها المعرفي سيؤثر حكماً على درجة الاعتماد، لكن يمكن أن يعزى ذلك أيضاً لمدى أهمية القضايا الاقتصادية التي تعرضها الصحف الإلكترونية بالنسبة للجمهور ما يسبب حكماً تفاوتاً في درجة الاعتماد.

8- أسباب اختيار الجمهور للصحف الإلكترونية التي يتابع الموضوعات والقضايا الاقتصادية من خلالها

جاء تنوع الموضوعات الاقتصادية التي تتناولها الصحف الإلكترونية وبنسبة (82.41%) تلاها عرض الصحف لوجهات نظر مختلفة وبنسبة (80.83%) بينما جاءت تساعدني هذه الصحف في التعرف على القطاعات الاقتصادية المحلية المختلفة بنسبة (80.33%) وجاء في المرتبة الرابعة لأنها تقدم ما يهم شرائح واسعة من المجتمع والقطاعات الاقتصادية وبنسبة (80%) وفي المرتبة الخامسة لأن القضايا الاقتصادية تؤثر بشكل كبير

على حياتي ويجب ان اكون على اطلاع بها وبنسبة (79.25%) بينما جاء في المركز قبل الأخير الأخيرة اهتمام هذه الصحف في مجالات اقتصادية لا تهتم بها وسائل الاعلام الأخرى بنسبة (68.16%) وأخيرا أنها تساهم في تقديم حلول للمشكلات الاقتصادية بنسبة(64.83%)

وربما تعزى هذه النتائج إلى أن الجمهور الأردني يميل بشكل أكبر نحو الثراء المعرفي كما ونوعا والمتاح من خلال تصميم مواقع هذه الصحف الإلكترونية على الشبكة العنكبوتية وطبيعة النشر فيها، يضاف لذلك تنوع مصادر الصحف الإلكترونية الاقتصادية واهتمامها في المجال الاقتصادي تحديدا كونها تعتمد على الإعلان التجاري وقد تسعى من خلال الموضوعات الاقتصادية للوصول إلى أكبر كم ممكن من القطاعات الاقتصادية التي تجلب الإعلانات كما أن الوصول إلى جمهور مهتم بالقضايا والقطاعات الاقتصادية المختلفة هو أحد عوامل جذب المعطن.

وقد يكون تأخير ترتيب بعض الأسباب رغم تحقيقها نسب مئوية جيدة هو عدم هيكلية المؤسسات الصحفية الإلكترونية بشكل واضح وخصوصا أقسام الاقتصاد فيها حيث تقوم معظم الصحف الإلكترونية على عدد قليل من الصحفيين والمحريين والذين هم غالبا غير متخصصين في مجال ما يعني أن طبيعة المحتوى في الصحف الإلكترونية التي يتابعها الجمهور متفاوتة من حيث الأهمية والنوع والطبيعة.

نتائج اختبار فروض الدراسة

● الفرض الأول :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الجمهور الأردني في درجة اعتمادهم على الصحف الإلكترونية في الاطلاع على القضايا والمعلومات الاقتصادية وفق متغيرات (النوع، ، مجال العمل، مكان الإقامة داخل وخارج الأردن، مستوى دخل الأسرة).

(أ) الفروق وفق للنوع:

- يوجد فروق غير دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في درجة اعتمادهم على الصحف الإلكترونية في الاطلاع على القضايا والمعلومات الاقتصادية، ويمكن تفسير ذلك وفقا لطبيعة المجتمع الأردني الذي يمارس الأردنيون والأردنيات فيه النشاط الاقتصادي بدرجات متقاربة رغم وجود بعض الاختلافات، ويتابعون وسائل الإعلام بما فيها الصحف الإلكترونية بحرية كاملة تسمح لهم باختيار الصحيفة والمحتوى الذين يرغبون به وبما يخدم اهتماماتهم واحتياجاتهم ولكون الموضوعات الاقتصادية في هذه الصحف متنوعة ومتفاوتة في الدرجات والقطاعات والمجالات التي تهتم الجمهور فإن هذا التنوع يخدم الجمهور حسب طبيعته وبعيدا عن النوع الاجتماعي.

يضاف إلى ذلك أن الإناث والذكور يشكلون جمهورا واحدا للصحف الإلكترونية خاصة أن مجتمع هذه الدراسة هو من متابعي الصحف الإلكترونية من الجنسين وبالتالي يمكن أن تنشأ ما بين الجمهور والصحف علاقة اعتماد غير مرتبطة بالنوع الاجتماعي.

(ب) الفروق وفق مجال العمل:

- يوجد فروق دالة إحصائيًا بين العاملين في المجال الاقتصادي والعاملين في المجالات الأخرى في درجة اعتمادهم على الصحف الإلكترونية في الاطلاع على القضايا والمعلومات الاقتصادية لصالح العاملين في المجال الاقتصادي؛ بمعنى أن العاملين في المجال الاقتصادي أكثر اعتمادا على الصحف الإلكترونية في الاطلاع على القضايا والمعلومات الاقتصادية، وجاءت الفروق دالة عند مستوى 0.05.

ويمكن تفسير ظهور هذا الفرق لصالح المتخصصين في المجال الاقتصادي باعتبارهم صناع الأحداث الاقتصادية والمتأثرون بها ما يجعلهم حريصين دائما على متابعة هذه المعلومات والحصول عليها بدرجة أكبر من غير المتخصصين.

(ج) الفروق وفق مكان الإقامة:

- يوجد فروق غير دالة إحصائياً بين المقيمين (داخل الأردن، خارج الأردن) في درجة اعتمادهم على الصحف الإلكترونية في الاطلاع على القضايا والمعلومات الاقتصادية.

وهو ما يعتبر مؤشراً إلى أن الجمهور الأردني المغترب خارج الأردن مهما اختلفت أماكن إقامتهم فإن مجال اهتمامهم بالموضوعات الاقتصادية مرتبط بالموضوعات التي تهتم الجمهور ما جعل الفروق في درجة اعتمادهم على الصحف الإلكترونية غير دالة إحصائياً.

كما يمكن أن تكون الصحف المحلية التي يتابعونها تقدم محتوى يخدم الجمهور خارج الأردن بذات الدرجة التي تقدم فيها موضوعات تخدم الجمهور داخل الأردن.

(د) الفروق وفق لمستوى دخل الأسرة:

- توجد فروق غير دالة إحصائياً بين مستويات الدخل الأسرية المختلفة في درجة اعتمادهم على الصحف الإلكترونية في الاطلاع على القضايا والمعلومات الاقتصادية.

وهو ما يتفق مع نتائج الفروق غير الدالة في الجداول السابقة، وربما يعود لذات الأسباب المتعلقة بطبيعة المحتوى المتنوع وطريقة اختيار الجمهور للصحف التي يتابعها والمحتوى الذي يتعرض له.

● الفرض الثاني :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الجمهور الأردني في أسباب اختيارهم للصحف الإلكترونية التي يتابعون من خلالها الموضوعات الاقتصادية وفق متغيرات (النوع، مجال العمل، مكان الإقامة داخل وخارج الأردن).

(أ) الفروق وفق للنوع:

- توجد فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في أسباب اختيارهم للصحف الإلكترونية التي يتابعون من خلالها الموضوعات الاقتصادية لصالح الإناث، بمعنى الإناث أكثر تحديداً للأسباب التي يستندن لها في اختيار الصحف الإلكترونية التي يتابعون القضايا الاقتصادية من خلالها مقارنة بالذكور.

وقد تفسر الدلالة العامة لأسباب المتابعة بأن اختلاف نوع الجمهور وطبيعته تؤثر على الأسباب التي تدفعه لاختيار صحيفة دون أخرى، إلا أن قوة الدلالة لصالح الإناث قد تعود لكون طبيعة الحياة اليومية التي تمارسها الإناث ومسؤولياتهن الأسرية في المجتمعات المختلفة تجعلهن أقل فرصة في الحصول على المعلومات الاقتصادية من مصادر مختلفة ما يجعل اختيار الصحيفة الإلكترونية التي يتابعون هذه القضايا من خلالها أكثر أهمية من الذكور الذين يمكنهم الحصول على هذه المعلومات من مصادر مختلفة، وربما يعود ذلك إلى تركيز النساء عموماً في مساحة محددة من الوظائف تسهم في تحديد مصادر المعلومات، كما قد تعزى هذه الفروق إلى طبيعة المعلومات التي تهتم بها النساء واختلافها عن التي يهتم بها الرجال، مع ميل النساء إلى أسباب ومحددات مختلفة عن الرجال تعود لطبيعة المحتوى والصحيفة والشكل الذي تقدم به هذه المعلومات.

(ب) الفروق وفق مجال العمل:

توجد فروق غير دالة إحصائيًا بين العاملين في المجال الاقتصادي والعاملين في المجالات الأخرى في أسباب اختيارهم للصحف الإلكترونية التي يتابعون من خلالها الموضوعات الاقتصادية.

وهو ما يمكن تفسيره على أن طبيعة الصحف ومحتواها المتنوعين والمختلفين بين عدد الصحف الإلكترونية محل المتابعة ليسا مرتبطين بطبيعة العمل إطلاقاً، وربما يرتبط ذلك أيضاً بأن كل فرد من أفراد الجمهور يختار الوسيلة التي تناسبه وفقاً لمعايير مرتبطة بشكل وطبيعة الصحيفة ومحتواها، ووفقاً لطبيعته الشخصية بعيداً عن طبيعة عمله، خاصة أن هذه الصحف الإلكترونية

تميل للشمول وليس للتخصص فيختار القارئ الصحيفة التي تحقق أكبر قدر من الإفادة له ووفق أسبابه الخاصة بعيدا عن طبيعة العمل (ج) الفروق وفق مكان الإقامة:

- توجد فروق غير دالة إحصائياً بين المقيمين (داخل الأردن، خارج الأردن) في أسباب اختيارهم للصحف الإلكترونية التي يتابعون من خلالها الموضوعات الاقتصادية، وهو ما يمكن أن يعزى لتقارب اهتمامات المقيمين داخل الأردن واهتمامات المقيمين في الخارج وهو ما يؤثر حكماً على أسباب المتابعة، أو أنه يعود لتنوع المحتوى المقدم من خلال الصحف الإلكترونية وتنوع الصحف المتابعة بما الذي ينعكس على تقارب أسباب الاختيار واختلاف الصحف.

التوصيات

- تطوير المحتوى الاقتصادي في الصحف الإلكترونية الأردنية ليتناسب مع الاختلافات الديموغرافية بين عموم جمهور الصحف
- هيكلة الأقسام الاقتصادية في الصحف الإلكترونية غير ذات الأصل الورقي وزيادة عدد العاملين فيها
- الاستفادة من الصحف الإلكترونية عموماً وذات الأصل الورقي تحديداً من الميزات المتاحة من خلال الإنترنت كوسيلة اتصالية مثل التفاعلية والوسائط المتعددة
- التركيز على القضايا الاقتصادية المحلية والمرتبطة بأحوال الجمهور واهتماماته
- تبسيط لغة الموضوعات الاقتصادية وتدريب وتأهيل الصحفيين القائمين على الأقسام الاقتصادية في الصحف الإلكترونية

الهوامش

- 1 Defleur and Sandra, ball rokeach Milven, **Theories of Mass Communication**,4th ed. (new York London: Longman, 1982, p.
- 2 حسن مكاوي، نظريات الإعلام، (القاهرة: العربية للنشر والتوزيع،2009)، ص: 202.
- 3 شعراوي خليفة شعراوي، "استخدامات جماعات الضغط لشبكة الانترنت، دراسة تطبيقية على أعضاء المنظمة المصرية لحقوق الإنسان"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2006) ، ص 125
- 4 عبد الرحمن درويش "مقدمة إلى علم الاتصال"، (دمياط: مكتبة نانسي، 2005)، ص153.
- 5 عادل صادق، الصحافة المصرية وإدارة الأزمات: مدخل نظري تطبيقي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع،2007)، ص ص 60-62
- 6 Lie Dan., why do you blog - **Master thesis**, Wisconsin: Marquette university , 2005.
- 7 مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والإشباع، (القاهرة: دار الفجر، 2004.) ، ص 8
- 8 see Bentley, C. H. , Make my day: Ritual, dependency, and the habit of newspaper reading ,Doctoral dissertation, (University of Oregon, 2001). Dissertation Abstracts International, 61,2502.
- 9 Sun, T., Chang, T-K., & Yu, G. , Social structure, media system, and audiences in China: Testing the uses and dependency model, **Mass Communication and Society**,Vol. 4, 2001, pp: 199–217.
- 10 Taylor, D. S. E. , Application of the uses and dependency model of mass communication to development communication in the Western area of Sierra Leone ,Doctoral dissertation, Kent State University, Dissertation Abstracts International, Vol.52, 1991, 4134.
- 11 Sun, T., Chang, T-K., & Yu, G. , Social structure, media system, and audiences in China: Testing the uses and dependency model, **Mass Communication and Society**,Vol. 4, 2001, pp : 199–217.
- 12 Bentley, C. H. , Make my day: Ritual, dependency, and the habit of newspaper reading ,**Doctoral dissertation**, University of Oregon: 2001), Dissertation Abstracts International, 61,2502
- 11 (Defleur and Sandra, ball rokeach Milven,**Theories of Mass Communication** ,4th ed (New York London: Longman,1982)

12 Lucian Pye, **Communication and Political Development**, (Princeton: NJ: Princeton University Press, 1963)

13 رانيا زكريا سيد، معالجة الصحافة الإلكترونية لقرار تحرير سعر صرف الجنيه المصري وتأثيرها علي اتجاهات الجمهور المصري نحو أداء الحكومة: دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2019).

14 فرح البدري، اعتماد النخب الأردنية على قناة المملكة في الحصول على المعلومات المتعلقة بالشأن المحلي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام، 2019)
15 ماظر حمدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام 2019)

16 رامي جمال محمد : "معالجة الصحف المصرية للقضايا الاقتصادية بعد 30 يونيو 2013 وعلاقتها باتجاهات الجمهور"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام 2017).

17 قيس رحمان علي : "دور الصحافة الإلكترونية الخليجية في تنمية الوعي الاقتصادي للشباب الخليجي: دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام 2016).

(*)118. أ.د. حاتم علاونة / أستاذ الصحافة - قسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة اليرموك.

2. أ.د. عزت حجاب/ أستاذ الإعلام - عميد كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط
3. أ.د. تيسير أبو عرجة / أستاذ الإعلام - عميد كلية الإعلام جامعة البتراء
4. أ.د. عزام عنانزة / أستاذ الصحافة - قسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة اليرموك
5. أ.د. أمل السيد / أستاذ الصحافة - عميد كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية
6. أ.د. محرز غالي / أستاذ الصحافة - قسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة
7. د. عبد الباسط شاهين / أستاذ مساعد - كلية الإعلام - جامعة الزرقاء الأهلية.
8. د. خالد زكي / أستاذ مساعد - قسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة
9. د. ياسر عبد العزيز / مدير مكتب صحيفة الشرق الأوسط في القاهرة
10. أ.د. رلى الطروانة / كبير المذيعين في قناة cnbc عربية