

دور المواقع الإخبارية التلفزيونية فى إمداد الشباب الجامعى بالمعلومات حول قضايا الاقتصاد المصرى

د/ أحمد محمد العميرى^(*)

مقدمة:

أصبحت القضايا الاقتصادية المصرية فى الآونة الأخيرة هى المرتكز الأساسى فى الخطاب الإعلامى المطبوع والمسموع والمرئى والرقمى خاصة بعد اتخاذ الحكومة العديد من الإجراءات الحاسمة؛ لمواجهة الأزمة الاقتصادية التى تمر بها مصر حالياً، وذلك لأنها؛ تلمس حياة المواطن وتؤثر فيه بشكل كبير، لما لذلك من علاقة وطيدة بمنظومة حياتهم، وما يتعلق بها من قرارات شراء، وبيع وسلوكيات استهلاكية وقد ترتب على هذه القرارات الحكومية العديد من النتائج سواء على مستوى الفرد أو مستوى المجتمع ككل.

ونظراً لأن الشباب الجامعى يعد هو مستقبل أى دولة فقد اجتمع الرئيس عبد الفتاح السيسى مع الشباب أكثر من مرة، فقد دعى الرئيس السيسى إلى المؤتمر الوطنى الأول للشباب فى شرم الشيخ فى أكتوبر 2016، وهو الأمر الذى يبرهن على أهمية الشباب فى المرحلة القادمة فى بناء ونهضة مصر .

ونظراً للتزايد فى استخدام شبكة الإنترنت، وخاصة من قبل الشباب الجامعى وزيادة اعتماده عليها؛ للحصول على المعلومات المتنوعة والتعرف على الأخبار والقضايا المختلفة، وذلك طبقاً للعديد من الدراسات العربية والأجنبية، فقد قامت العديد من وسائل الإعلام وخاصة المحطات الإخبارية التلفزيونية بإنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت تتيح لها قدر أكبر من التفاعل والتواصل مع متصفحى تلك المواقع، كما أن هذه المواقع تمكن القناة من عرض القضايا المختلفة وآخر الأخبار لحظة بلحظة فور حدوثها معتمدة فى ذلك على استخدام العناصر المقروءة والمسموعة والمرئية، هذا بالإضافة إلى إنها أتاحت إمكانية اقتراح موضوعات لمناقشتها فى برامج المحطة والتواصل مع الجمهور من خلال تلك المواقع حيث وفرت خاصية الاتصال التفاعلى بين القائمين بالاتصال فى تلك المواقع وجمهورهم، فقد أصبح الاتصال أكثر تفاعلية، وأصبح الجمهور يستطيع أن يعبر عن رأيه بحرية كبيرة دون وجود قيود أو رقيب على هذه الآراء، وأصبح القائمين بالاتصال فى هذه المواقع

(*)مدرس بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية - جامعة بورسعيد

يدركون أهمية التعرف على رأى الجمهور من خلال تواجد مساحة كافية لآرائه وتعليقاته على الموقع الإلكتروني، كما أن هذه المواقع أصبحت تنوع في مضامينها وتقدم خدمات إخبارية متنوعة؛ لكي تجذب الجمهور إلى متابعتها ونظراً لأن معظم مستخدمي هذه المواقع من الشباب، فأصبحت تعمل جاهدة على جذبهم بكافة الوسائل خاصة مع تلاحق الأخبار والقضايا المختلفة داخلياً وخارجياً .

مشكلة الدراسة:

جاء إحساس الباحث بمشكلة الدراسة من خلال ملاحظته مدى اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة قضايا الاقتصاد المصري وجمع معلومات عنها خلال عام 2016 خاصة مع اتجاه الحكومة بالاهتمام بالشباب ومشاركتهم في بناء مستقبل مصر، وذلك من خلال العديد من الإجراءات، فقد أقيم المؤتمر الوطني الأول للشباب في شرم الشيخ في أكتوبر 2016 والذي حضر فيه سيادة الرئيس عبد الفتاح السيسي والذي تحاور فيه مع الشباب بكل شفافية ودعاهم ليكونوا يد واحدة لبناء مصر، ثم تلى ذلك مجموعة من القرارات الاقتصادية الهامة التي اتخذتها الحكومة والتي بدورها تؤثر في حياة المواطن المصري كل تلك الأحداث تمثل مصدراً هاماً للمعلومات للمواقع الإخبارية التلفزيونية خاصة مع تلاحق تلك القضايا والأحداث الاقتصادية فأصبحت بذلك وسائل الإعلام الجديدة تذهب إلى الشباب حيث هم، وتحاول جذبهم بكل المواد الإعلامية المختلفة التي تعرضها على موقعها، كما أنه يصعب التحكم والرقابة في وسائل الإعلام الجديدة فكل الآراء تسير بحرية في جميع الاتجاهات، ونظراً لما تتعرض له القنوات الإخبارية التلفزيونية من مشاكل أهمها ضعف التواصل مع الجمهور، كما أن القائمين على هذه القنوات بحاجة إلى إيصال رسالتهم الإعلامية إلى جميع مناطق العالم في أقل وقت وبأقل تكلفة، كما أن التنافس بين وسائل الإعلام المختلفة في تغطية هذه الأحداث والقضايا الاقتصادية حين وقوعها لكي تصل إلى أكبر عدد من المشاهدين جعلها تنشئ مواقع دائمة لها؛ لتبث برامجها سواء بثاً مباشراً أو غير مباشر، وكذلك نشر أهم الأخبار بشكل فوري على موقعها على شبكة الإنترنت، بجانب ما تتيحه من خدمات تفاعلية، تمكن متصفح الموقع من إبداء رأيه، والتعليق على الأخبار والتواصل مع القائمين على الموقع، ولتحديد المشكلة بشكل علمي، قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية؛ ليتعرف على مدى تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية التلفزيونية ومدى اهتمامهم بمتابعة القضايا الاقتصادية المصرية، حيث تم استطلاع آراء (40) مفردة من الشباب الجامعي وجاءت النتائج كالتالي:

- 90% من عينة الدراسة الاستطلاعية يتعرضون للمواقع الإخبارية التلفزيونية.

- 100% من عينة الدراسة الاستطلاعية يهتمون بمتابعة قضايا الاقتصاد المصري بدرجة كبيرة.

ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على دور المواقع الإخبارية التلفزيونية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الاقتصاد المصري.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة في:

- ندرة الدراسات العربية التي تناولت المواقع الإخبارية التلفزيونية، مما يشير إلى حاجة المكتبة العربية إلى مزيد من البحوث والدراسات، خاصة فيما يتعلق بدور المواقع الإخبارية التلفزيونية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الاقتصاد المصري.

- انتشار استخدام شبكة الإنترنت باعتبارها وسيلة اتصال مؤثرة والتي تعد من أفضل طرق تداول وتبادل المعلومات في الوقت الحالي؛ حيث تلعب حالياً دوراً هاماً في تحويل الإعلام التقليدي إلى إعلام جديد تفاعلي يصل إلى الجمهور في أي مكان وفي أي وقت.

- أهمية المواقع الإخبارية التلفزيونية باعتبارها شكلاً جديداً ظهر على شبكة الإنترنت وحقق جاذبية عالية لدى الجماهير نظراً لما تتيحه من حرية كبيرة في التعبير عن الرأي والتعليق على الأحداث والقضايا المختلفة التي يتم عرضها على الموقع .

- أهمية الدراسة تنبع من تصاعد الأحداث الجارية والقضايا الاقتصادية المصرية في الفترة الأخيرة، نتيجة لبعض قرارات الحكومة، والتي تجعل الجميع يسعى لمعرفة معلومات أكثر عن الحدث وتفاصيله وبصفة خاصة الشباب الجامعي، حيث تعتبر تلك المعلومات إحدى الركائز الأساسية في تشكيل تفكيره؛ لكي تتيح أفقاً واسعة للتعرف على ما يدور حوله في المجتمع.

- أهمية المرحلة العمرية التي تتناولها الدراسة، وهي مرحلة الشباب الجامعي، والذي يمثل عنصراً رئيساً لنهضة أي مجتمع، وهذا ما شهدناه جميعاً من اتجاه الحكومة المصرية لجعل الشباب مشاركاً في كافة المؤتمرات، وإعداده ليتولى مناصب قيادية في الدولة.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى:

- الكشف عن العلاقة بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية التلفزيونية ومستوى معلوماتهم حول قضايا الاقتصاد المصري.
- التعرف على كثافة متابعة الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية التلفزيونية.
- التعرف على أهم المواقع الإخبارية التلفزيونية التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها.
- التعرف على أهم القضايا الاقتصادية التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها.
- التعرف على درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة قضايا الاقتصاد المصري .
- التعرف على الخدمات التفاعلية التي يفضلها الشباب الجامعي بالمواقع الإخبارية التلفزيونية.

الدراسات السابقة:

وتم تقسيمها إلى محورين, هما:

- المحور الأول : دراسات خاصة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية.
- المحور الثاني: دراسات تناولت اعتماد الشباب على وسائل الإعلام لمتابعة القضايا المختلفة.

المحور الأول : دراسات خاصة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية:

-سعيدة فوزي محمود خليف" دور المواقع الإخبارية في التنقيف السياسي وعلاقته بإدراك الشباب المصري في الداخل والخارج للتحويلات السياسية في مصر" (2016) (1).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور المواقع الإخبارية في التنقيف السياسي، وعلاقته بإدراك الشباب المصري في الداخل والخارج للتحويلات السياسية في مصر، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح، كما تم استخدام المنهج المقارن ، ولقد تم أخذ عينة عمدية من مستخدمي الإنترنت قوامها(360) مفردة من الشباب المصري بالداخل والخارج من الذكور والإناث، وقد قامت الباحثة باستخدام أدوات جمع البيانات وهي: صحيفة تحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب المصري في مستوى التعرض للمواقع الإخبارية وفقا للمتغيرات الديموجرافية (النوع – الإقامة – المستوى التعليمي – السن – المستوى الاجتماعي الاقتصادي).

2- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب المصرى من الذكور- الإناث فى مستوى التعرض للموضوعات السياسية بالمواقع الإخبارية.

3- توجد علاقة إرتباطيه دالة بين معدل تعرض الجمهور للمواقع الإخبارية ومستوى التثقيف السياسي لديهم.

-سعيد مفتاح حمد سعيد" اعتماد الشباب الجامعي الليبي على مواقع القنوات الإخبارية العربية في تشكيل معارفه واتجاهاته نحو القضايا السياسية : دراسة تحليلية وميدانية" (2016) (2).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي الليبي على مواقع القنوات الإخبارية العربية محل الدراسة في تشكيل معارفه واتجاهاته نحو القضايا السياسية الليبية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح، ولقد تم أخذ عينة من الشباب الجامعي بجامعة عمر المختار (حكومية)، وجامعة أفريقيا (الخاصة) قوامها (400) مفردة، وتم تحليل عينة من مواقع القنوات الإخبارية العربية والمتمثلة في موقع قناة الجزيرة الإخبارية وموقع قناة العربية الإخبارية وموقع قناة ليبيا الوطنية.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- أن هناك اختلافاً بين معالجة القضايا السياسية الليبية بمواقع الدراسة والمتمثلة في موقع الجزيرة نت، وموقع قناة العربية، وموقع قناة ليبيا الوطنية.

2- أشارت النتائج إلى ارتفاع استخدام مواقع القنوات الإخبارية العربية بين المبحوثين.

3- هناك علاقة بين درجة متابعة المبحوثين لموقع الجزيرة نت، وموقع قناة العربية، وموقع قناة ليبيا الوطنية على شبكة الإنترنت والأطر المعرفية التي يتبناها الجمهور نحو القضايا السياسية الليبية عينة الدراسة.

-ملك محمود محمود اسماعيل"صورة مصر كما تعكسها المواقع الاخبارية الاجنبية: دراسة تحليلية مقارنة " (2016) (3).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على صورة مصر على المواقع الإلكترونية الإخبارية الأجنبية، وتحليل سمات واتجاهات التغطية الصحافية في المواقع الإلكترونية الإخبارية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح، وقد قامت الباحثة باستخدام أداة تحليل المضمون لتحليل سبعة مواقع إخبارية أجنبية.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- تفوقت الموضوعات السياسية على الموضوعات الأخرى من حيث التغطية الصحافية بنسبة 56.6%، ثم الثقافية 9.6%، تلتها الاقتصادية 6.6%، الرياضية 6.2%، الاجتماعية 5.1%، السياحية 3.9%، العسكرية 2.5%.

2- جاءت الصور في مقدمة المواد المدعمة للمادة الصحافية بنسبة 43.6%، تلتها الروابط الإلكترونية 32.4%، ثم مقاطع الفيديو 6.2%، الإحصائيات 1.1%، المقاطع الصوتية والكاريكاتير 0.1%.

3- بالنسبة لقائمة المصادر بالمواقع الإخبارية جاء الاستعانة بالمتخصصين والخبراء في الترتيب الأول بنسبة 40.3%، تلتها المصادر الرسمية للدولة 39%، ثم وكالات الأنباء الآسيوية غير العربية 23.8%، الساسة والنشطاء السياسيين 20.6%، الصحف العربية الورقية أو الإلكترونية 19.3%.

-محمود جمال عبد الرحمن "دور المواقع الإلكترونية للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية في إمداد الجاليات المصرية بالمعلومات حول الأحداث السياسية في مصر" (2015) (4).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور المواقع الإلكترونية للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية في إمداد الجاليات المصرية في الدول العربية بالمعلومات حول الأحداث السياسية في مصر، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح، ولقد تم أخذ عينة من عينة عمدية من أبناء الجالية المصرية بالدول العربية قوامها 450 مفردة، كما تم تحليل مضمون عينة من المادة الخبرية بالمواقع الإلكترونية للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- تمثلت أهم المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية التي يحرص الباحثين على متابعتها وفقاً لدولة الإقامة في (العربية) في المقدمة بنسبة 91.6%، ثم (الجزيرة) في المرتبة الثانية بنسبة 83.4%، ثم (الحررة) في المرتبة الثالثة بنسبة 79.2%، ثم (النيل الإخبارية) في المرتبة الرابعة بنسبة 75%، ثم (الإخبارية) في المرتبة الخامسة بنسبة 71.9%، وأخيراً (الألمانية (DW)) بنسبة 28.1%.

2- أن أسباب تفضيل الباحثين استخدام المواقع الإلكترونية وفقاً لدولة الإقامة تمثلت في (انفرادها بتغطية بعض الموضوعات والأحداث) في المقدمة

بنسبة 51.4%، ثم (تخصص مساحة لأعبر عن آرائى وأشارك فيها بحرية) فى المرتبة الثانية بنسبة 48.6%، ثم (لتناولها الموضوعات بحرية وصراحة وجرأة) فى المرتبة الثالثة بنسبة 39.1%، ثم (وجود الصور ومواد فيديو مصورة تلعب دورا فى توضيح الأحداث) فى المرتبة الرابعة بنسبة 32.7%، ثم (لأنها تقدم معالجات متكاملة ومتعمقة لمختلف الموضوعات) فى المرتبة الخامسة بنسبة 31.9%، وأخيراً (أسباب أخرى) بنسبة 9.0%

-أمنية أحمد حامد " المواقع الإلكترونية الموجهة إلي المراهقين ودورها في إشباع احتياجاتهم الإعلامية : دراسة تحليلية وميدانية " (2014) (5).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على التعرف على معدل تعرض المراهقين للمواقع الإلكترونية الموجهة إليهم، والتعرف على دور تلك المواقع في إشباع احتياجاتهم الإعلامية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المقارنة واستخدمت منهج المسح، ولقد تم أخذ عينة حصصية متعددة المراحل قوامها 400 مفردة من المراهقين مستخدمى المواقع الإلكترونية الموجهة إليهم، وتحليل مضمون 10 مواقع موجهة إلى تلك الفئة من المراهقين عينة الدراسة الميدانية .

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- توصلت الدراسة إلى مشاركة المراهقين عينة الدراسة بالتعليق على بعض الموضوعات يحتل المرتبة الأولى بنسبة 66.7 %

2- توصلت الدراسة إلى أن الموضوعات الرياضية احتلت المرتبة الأولى من حيث درجة المتابعة، يليها الموضوعات الترفيهية، ثم الموضوعات الاجتماعية.

-عبد المحسن أحمد عقيله "تأثير استخدام بعض القنوات الفضائية لوسائل الإعلام الجديد على الخدمة الإخبارية" (2014) (6).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على درجة وشكل استخدام بعض القنوات الفضائية الإخبارية لوسائل الإعلام الجديد وتأثير ذلك على الخدمات الإخبارية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح، ولقد تم أخذ عينة من الشباب الجامعي والقائم بالاتصال ولقد تم تحليل مضمون نشرات الأخبار بقنوات (الجزيرة ، مصر الإخبارية ، بي بي سي العربية).

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الإعلام الجديد

وتفاعل الجمهور مع الخدمة الإخبارية.

2- توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيا بين كثافة استخدام الإنترنت كمصدر للأخبار واستخدام التلفزيون كمصدر للأخبار، حيث جاء التلفزيون في المرتبة الأولى كمصدر للحصول على أخبار القضايا بنسبة مئوية بلغت 74. %

3- تنفرد قناة بي بي سي العربية بتقديم تقارير إخبارية كاملة من خلال موقع القناة الإلكتروني وعرضها على شاشة القناة في النشرة الإخبارية، وكذلك استضافة مسؤولين من الموقع لقراءة تعليقات المستخدمين، وكذلك التنويه على أكثر الموضوعات تفضيلا وقراءة وتعليقا على الموقع .

-ني سل ، " Nai-Se Li الرضاء الناتج من البرامج التلفزيونية عبر الانترنت والتلفزيون التقليدي" (2013).⁽⁷⁾

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الاستخدامات والاشباع المتحققة لدى مشاهدي البرامج التلفزيونية عبر الإنترنت مقارنة بمشاهدي التلفزيون التقليدي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات المقارنة، وقد تم أخذ عينة من مشاهدي البرامج التلفزيونية عبر الإنترنت والتلفزيون التقليدي، وقد تم استخدام استمارة استقصاء إلكتروني.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- حقق تلفزيون الإنترنت نسبة اشباع عالية لدى المشاهدين مقارنة بالتلفزيون التقليدي.

2- من أهم ما يميز تلفزيون الإنترنت لدى المشاهدين هو إمكانية مشاهدة برامج القناة في أي وقت ، كما أن الخدمات التفاعلية به حققت له ميزة في التواصل مع الجمهور مقارنة بالتلفزيون التقليدي.

-سعدية فوزي محمود "دور المواقع الإخبارية في حصول شباب المغتربين المصريين علي المعلومات عن أحداث ثورة 25 يناير" (2012)⁽⁸⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المواقع الإخبارية التي تناولت أحداث ثورة 25 يناير والتي يتم زيارتها من قبل أفراد عينة الدراسة كما تسعى إلى التعرف على الخدمات التي تتيحها المواقع الإخبارية، وتعد من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح، وتم أخذ عينة من 101 مفردة من شباب المصريين المغتربين بدولة النمسا وألمانيا.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- 1- اهتمام المواقع الإخبارية بالقضايا السياسية أكثر من القضايا الأخرى داخل الموقع
 - 2- تزداد درجة المعرفة بأحداث ثورة 25 يناير لدى المبحوثين كلما زادت درجة اعتمادهم على المواقع الإخبارية كمصادر للمعلومات.
 - 3- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض المبحوثين للإنترنت ومستويات التعرض المختلفة للمواقع الإخبارية على الإنترنت .
- حلمى محمود محاسب "قياس تفاعلية المواقع التليفزيونية الإخبارية على الإنترنت بالتطبيق على موقعي الجزيرة و CNN (2008) ".⁽⁹⁾
- تهدف هذه الدراسة إلى محاولة تفعيل العلاقة بين التفاعلية من ناحية والمواقع التليفزيونية من ناحية أخرى، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وتستخدم منهج المسح والأسلوب المقارن ، ولقد تم تحليل موقعي الجزيرة و CNN وذلك لقياس التفاعلية بهم وذلك لمدة شهرين من 2007/1/1 إلى 2007/4/1.
- وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- 1- أظهرت النتائج إلى ارتفاع مؤشرات التفاعلية الإجمالية لموقعي الجزيرة و CNN فلقد بلغت نسبة التفاعلية بموقع CNN لنسبة بلغت 88.95% ، بينما وصل موقع الجزيرة إلى نسبة متوسطة من التفاعلية بلغت 53.19% .
 - 2- يتيح موقع CNN التعرف على آراء المستخدمين من خلال التعرف على تعليقاتهم المتصلة بالمادة المنشورة ، أما قناة الجزيرة فتقوم بمحاولة التعرف على آراء المستخدمين من خلال آرائهم حول ما ينشر من أخبار في تقسيمات موقعها.
 - 3- يستخدم موقع CNN النص الفائق بأنواعه الثلاثة وهي النص الفائق الداخلي والخارجي والمحلي وذلك بنسبة 100% ، بينما موقع الجزيرة لم يدعم الروابط الخارجية التي تربط المستخدم بمواقع أخرى خلاف موقع القناة للاستزادة من الموضوعات لذا فقد حصلت على 66.6% .
- دينا فكرى خضر "المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية العربية في مواقع القنوات التليفزيونية العربية على شبكة الإنترنت " (2008) ⁽¹⁰⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الخدمات التي تتيحها المواقع الإلكترونية وتميزها في تحقيق إضافة جديدة ، ولقد تم استخدام منهج المسح حيث تم تحليل أربعة مواقع لقنوات فضائية عربية وذلك على مدار ثلاثة شهور من شهر سبتمبر 2007

إلى نهاية نوفمبر 2007.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- تصدرت الأخبار والقضايا السياسية التي عالجتها المواقع التلفزيونية الإلكترونية بنسبة 42.3% ، تليها في الترتيب الثاني الأخبار الدبلوماسية بنسبة 13.4%.

2- تفوق موقع النيل مصر الإخبارية باحتلاله المرتبة الأولى في تغطية الأخبار والقضايا المختلفة أثناء فترة الدراسة بنسبة 34.6%، وفي الترتيب الثاني يأتي موقع المنار اللبناني بنسبة 26.9%، ثم موقع الجزيرة نت بنسبة 21.2%، وأخيراً في المرتبة الأخيرة يأتي موقع العربية نت بنسبة 17.3%.

3- أثر دور ملكية القناة تأثيراً فاعلاً في أخبارها، فقد احتلت السعودية المرتبة الأولى في موقع قناة العربية رغم عدم تواجد أخبار عنها في مثيلاتها من المواقع الأخرى، كما تصدرت الأخبار المصرية قائمة أخبار موقع النيل وذلك على خلاف نسبة أخبار قطر في موقع الجزيرة والدال على عدم ارتباط الموقع بالدولة واختلاف توجهاته وأهدافه.

-كارولين لين " Carolyn A. Lin , تكنولوجيا التدفق وعملية تبني خدمات البث عبر الإنترنت " (2008)⁽¹¹⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم مستقبل البرامج التي تبث عبر الإنترنت باعتبارها خدمة تفاعلية جديدة بالنسبة للقائمين بالاتصال المحليين (للإذاعة أو التلفزيون) عبر الإنترنت كما سعت لتقييم تفضيلات الجمهور في تبني خدمات البث عبر الإنترنت باعتبارها تكنولوجيا اتصال متدفقة جديدة، تعد هذه دراسة وصفية واستخدمت منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (766) من المستخدمين وزوار عدد من مواقع محطات البث المحلية عبر الإنترنت وعددهم (28) محطة وذلك لمدة شهر.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- يعد البث عبر الإنترنت أو تدفق المواد السمعية والبصرية من أكثر الأنظمة سهولة في عملية الاتصال عبر الإنترنت.

2- يستفيد القائمون بالاتصال من اتساع نطاق البث الجغرافي عبر شبكة الإنترنت، مما يزيد من فرص زيادة الإعلانات عبر مواقعهم وكذلك انتشارها.

3- جاء البث التلفزيوني والإذاعي في المرتبة الأولى من تفضيل عينة الدراسة، تليها في المرتبة الثانية الصحف والمجلات.

- عبد الله أبو راس "معالجة مواقع الإنترنت الإخبارية العربية لعملية الإصلاح السياسي في المملكة العربية السعودية" (2007) (12).

تهدف هذه الدراسة إلى رصد وتحليل مواقف المواقع الإخبارية العربية من عملية الإصلاح السياسي بالمملكة العربية السعودية، وقد تم تحليل 11 موقعاً لمحطات راديو وشبكات تليفزيونية ومواقع صحف عربية إلكترونية.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- تباين مواقف مواقع الإنترنت عينة الدراسة من عمليات الإصلاح السياسي بالمملكة العربية السعودية ما بين مؤيد ومعارض، وذلك في إطار هوية كل موقع وسياسته الإعلامية.

2- أكدت النتائج على أن الإنترنت أصبح مجالاً عاماً للتعبير عن الرأي بحرية تامة في الشؤون الخاصة بالعالم العربي بعيداً عن البيروقراطية التي تفرض على وسائل الإعلام التقليدية.

-فاطمة الزهراء محمد "تأثير استخدام الإنترنت على المنتج الصحفي" (2007) (13).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام الإنترنت على المنتج الصحفي، وقد تم تحليل مضمون عشرة مواقع صحفية وإذاعية وتليفزيونية وبوابات عربية.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- أظهرت النتائج أن المواقع التابعة لمؤسسات صحفية أقل في معدلات تجديد الأخبار نظراً لسياستها في إدارة الموقع بعقلية التجدد اليومي في الصحافة المطبوعة، بينما كان سهلاً على مواقع البوابات ومواقع الإذاعة والتليفزيون أن تقوم بتجديد مادتها الإخبارية باستمرار .

2- وتوصلت الدراسة أيضاً إلى عدم استفادة المواقع من الإمكانيات التقنية للإنترنت، فقد اهتمت ثلاثة مواقع فقط من مواقع الدراسة بإضافة ملفات متعددة الوسائط إلى أخبارها.

3- وأكدت الدراسة إلى تأثير إمكانيات الموقع المادية على مستوى اعتماده على المحررين والمراسلين وعلى تحقيق سمة الانفراد.

المحور الثاني: دراسات تناولت اعتماد الشباب على وسائل الإعلام لمتابعة القضايا المختلفة

داليا كمال عواد، "بناء الأطر الشكلية والموضوعية للخطاب الصحفي أثناء الأزمات بالمواقع الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو هذه الأزمات" (2016) (14).

تهدف هذه الدراسة إلى رصد وتفسير وتحليل محددات أطر مضمون الخطاب الصحفي بالمواقع الإخبارية الإلكترونية أثناء الأزمات وكذلك التعرف على تأثيرات الاعتماد (معرفية - وجدانية - سلوكية) على المواقع الإلكترونية واتجاهات المراهقين نحو الأزمات وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح، وقد تم أخذ عينة عمدية قوامها (600 مفردة) من الشباب الجامعي ممن يعتمدون على المواقع الإخبارية الإلكترونية في الحصول على الأخبار عينة من الشباب الجامعي، تتراوح أعمارهم بين (18-21 سنة) من (طلاب كليات الأعلام، كليات الهندسة) بجامعات القاهرة، الأزهر، الجامعة الحديثة، حيث تمثل فيه جامعة القاهرة نموذجاً للجامعات الحكومية بمحافظة الجيزة، والجامعة الحديثة نموذجاً للجامعات الخاصة بمحافظة القاهرة، كما تمثل جامعة الأزهر نموذجاً للتعليم الديني، وقد قامت الباحثة باستخدام أدوات جمع البيانات وهي: صحيفة تحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- 1- توجد علاقة ارتباطية بين تعرض المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية واتجاهاتهم نحو هذه الأزمات.
 - 2- توجد علاقة ارتباطية بين معدلات تعرض المراهقين للمواقع الإخبارية وتأثيرات الاعتماد عليها أوقات الأزمات (معرفية - وجدانية - سلوكية).
 - 3- توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد المراهقين على المواقع الإخبارية الإلكترونية وتأثيرات استخدامهم المواقع الإخبارية الإلكترونية لمتابعة الأزمات.
- مصطفى قيس العزاوي، "اعتماد الشباب الجامعي العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة النشرات الإخبارية وتأثيراته على متابعة التلفزيون" (2016) (15).

تهدف هذه الدراسة إلى رصد العوامل المؤثرة في اعتماد الشباب الجامعي العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة النشرات الإخبارية وتأثيرته على متابعتهم للتلفزيون، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح، وقد تم

أخذ عينة عمدية قوامها (400 مفردة) من الشباب الجامعي، وقد قام الباحث باستخدام صحيفة الاستقصاء.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- أن أغلب المبحوثين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة النشرات الإخبارية وأنها تؤثر بطريقة جيدة على متابعة الشباب للنشرات الإخبارية وذلك نتيجة لعدة أسباب تتمثل في أن بها معلومات مختلفة عما تنشره وسائل الإعلام الأخرى، وأنها تدفعهم للتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم على الموضوعات السياسية، وكذلك أنها تشغل أوقات فراغهم، وأيضا سهولة الوصول إلى المعلومات في الوقت والمكان الذي ترغب فيه.

2- أسباب حرص المبحوثين على استخدام هذه المواقع هو المساعدة على التواصل مع الآخرين وتشكيل مجموعات من الأصدقاء وكذلك أنها تمنحهم الحرية الأكبر في التحدث عن أنفسهم.

3- أهم أسباب متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في التعرف على الثقافات الأخرى، التواصل مع الأصدقاء، متابعة الأخبار الحالية والأحداث السياسية.

-أمنية إبراهيم شبايك " دور المواقع الإلكترونية العربية في توعية الشباب المصري بمجال التنمية البشرية " (2015)⁽¹⁶⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى رصد وتحليل محتوى بعض المواقع الإلكترونية العربية المتوفرة على شبكة الإنترنت التي ينصب اهتمامها كليا أو جزئيا على مجال التنمية البشرية ، وقياس الدور الذي تؤديه هذه المواقع في توعية الشباب المصري بهذا المجال ومدى تأثيرها معرفيا ووجدانيا وسلوكيا على هؤلاء الشباب، وقد تم أخذ عينة قوامها 400 مفردة من الشباب المصري.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- جاءت درجة الاعتماد على المواقع الإلكترونية في الحصول على المعلومات المتعلقة بالتنمية البشرية بالترتيب كالتالي: احتلت (مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت مثل فيسبوك (Facebook) المركز الأول بوزن

2- نسبي 19.8%، تليها (محركات البحث على الإنترنت مثل جوجل Google وياهو (Yahoo) بوزن نسبي 19.61%.

3- أفاد 62.75% من الشباب بأنهم يحرصون على متابعة موضوعات التنمية

البشرية من خلال شبكة الإنترنت (أحياناً)، يليهم من يحرصون على متابعتها عبر الإنترنت (دائماً) بنسبة 34.75%، وأخيراً فئة من (لا يتابعونها عبر الإنترنت مطلقاً) بنسبة 2.5% فقط.

-إسماعيل أحمد برغوت "اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية وقت الأزمات" (2014) (17).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية وقت الأزمات، وأسباب اعتماده عليها ومدى ثقته بها، وتعد من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح ، وقد تم أخذ عينة عمدية من الشباب الفلسطيني قوامها 400 مفردة تتراوح أعمارهم بين (19-35 عام) من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في قطاع غزة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- أشارت الدراسة إلى ارتفاع مقياس مستوى دوافع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمات، حيث كان مستوى الدوافع مرتفع بنسبة 72%، تلاه المستوى المتوسط بنسبة 26.8%، تلاه المستوى المنخفض بنسبة 1.3%.

2- أشارت الدراسة إلى أسباب اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمات جاء بالترتيب، وفقاً للأسباب التالية: لتمييزها بالسرعة في نقل الأخبار حول الأزمات فور وقوعها ، لأنها تشبع فضولى المعرفى، تجعلنى على اطلاع مستمر بكافة تطورات الأزمات.

-مايا أحمد البيضا "التغطية التليفزيونية للقضايا اللبنانية السياسية وعلاقتها باتجاهات الرأي العام اللبناني نحوها" (2013) (18).

تهدف هذه الدراسة إلى رصد وتحليل التغطية الخبرية في نشرات الإخبار والبرامج الإخبارية المقدمة في القنوات الفضائية اللبنانية وهى المنار، المستقبل الإخبارية، وتعد من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح، وقد تم تحليل نشرات الأخبار وبرامج إخبارية في الفترة من مارس 2010 إلى أبريل 2010 ، قسمت إلى 183 نشرة ، وسبعة برامج إخبارية، وتم تطبيق استمارة استقصاء على عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية اللبنانية وبين تأثير اعتمادهم على القنوات اللبنانية.

2-توجد فروق دالة إحصائية بين الباحثين من خلال المجموعات الديموجرافية المختلفة ودرجة الاعتماد على القنوات الفضائية اللبنانية .

-مصطفى هلال محمد " اعتماد النخبة المصرية على المواقع الإلكترونية للصحف العربية والأجنبية في الحصول على المعلومات : دراسة ميدانية " (2011) (19).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد النخبة المصرية على المواقع الإلكترونية للصحف المطبوعة المصرية والعربية والأجنبية في الحصول على المعلومات، وتعد من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح بالعينة. ولقد تم تحليل مضمون المواقع الإلكترونية وعددها 12 موقعاً للصحف المطبوعة المصرية والعربية والأجنبية، كما تم تطبيق الدراسة الميدانية علي عينة من النخبة المصرية قوامها 200 مفردة من الصفوة السياسية و الفكرية تم اختيارها بطريقة العينة العمدية العارضة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- أهم دوافع الباحثين من استخدام شبكة الإنترنت هي : معرفة الأخبار المحلية والعربية والدولية، وقراءة الصحف الإلكترونية، واستخدام البريد الإلكتروني، واكتساب معارف ومهارات جديدة، والاستفادة من الإنترنت في مجال العمل.

2- أهم المضامين التي يقبل الباحثون على قراءتها في المواقع الإلكترونية للصحف المصرية هي :الموضوعات السياسية، الموضوعات الاقتصادية، الموضوعات الرياضية، الموضوعات الثقافية والأدبية، الموضوعات العلمية، الموضوعات الفنية.

-أمني محمد السيد " مدى اعتماد الشباب المصري على شبكة الإنترنت في متابعة القضايا العربية مع التطبيق على القضية الفلسطينية" (2010) (20).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على شبكة الإنترنت في متابعة القضايا العربية، وتعد من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح بالعينة. ولقد تم أخذ عينة عمدية من الشباب المصري المعتمد على الإنترنت في متابعة القضايا العربية، وقد بلغت حوالي 315 مبحوثاً، وقد تم استخدام صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات، تم تصميمها على شبكة الإنترنت، بحيث تملأ. Online

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- أن نحو 54.5% من الشباب المصري يستخدمون الإنترنت في متابعة

القضايا العربية بشكل دائم، و31.8% منهم أحياناً، و13.7% لا يستخدمون الإنترنت مطلقاً في متابعة القضايا العربية .

2- تمثلت أهم دوافع استخدام الشباب المصري للإنترنت في الحصول على المعلومات في المرتبة الأولى، ثم متابعة الأخبار السياسية، ثم تبادل رسائل البريد الإلكتروني، ثم لأغراض علمية، ثم لمعرفة وجهات النظر المختلفة عن قضية ما، ثم للدخول على المواقع الدينية والفتاوى، ثم للتسلية والترفيه، ثم للتعرف على المواقع الجديدة، ثم للتعرف على ثقافات متنوعة.

3- تصدرت الإنترنت ترتيب أهم مصادر المعلومات لدى الشباب المصري لمتابعة القضايا العربية، ثم التليفزيون الفضائي، ثم الصحف والمجلات، ثم التليفزيون الأرضي.

-إلهام يونس أحمد " العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري واتجاهاته نحوها : دراسة مسحية " (2010) (21).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير الاعتماد على الفضائيات الإخبارية العربية على مستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري و اتجاهاته نحو هذه القضايا، وذلك من خلال اختبار فروض نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام و فجوة المعرفة . وتعد من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح

بالعينة، وقد تم تحليل المضمون الإخباري لقنوات الجزيرة الإخبارية و النيل الإخبارية باستخدام استمارة تحليل مضمون للبرامج الإخبارية و أخرى للنشرات الإخبارية التي تناولت القضايا موضع الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- أثبتت الدراسة أن القنوات الفضائية الإخبارية تمد الجمهور المصري بمعرفة القضايا (السياسية ، الاقتصادية ، الاجتماعية الداخلية).

2- أثبتت الدراسة أن قناة الجزيرة للأخبار أكثر اعتماداً للحصول على معلومات عن القضايا الداخلية.

3- أهم القنوات التي يشاهدها عينة الدراسة بالترتيب هي: قناة الجزيرة، قناة النيل للأخبار ، قناة العربية، قناة BBC.

-عبد الحكيم عمر مكارم " دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي " (2009) (22).

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي اليمني، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد تم أخذ عينة قوامها 400 مبحوث من الشباب الجامعي من أربع جامعات: ثلاث منها حكومية وجامعة خاصة، في ثلاث محافظات رئيسية، وحاول الباحث في اختياره للعينة أن تكون متوافقة إلى حد ما مع التنوع الجغرافي للمجتمع اليمني بين سواحلية جنوبية ومناطق وسطى ومناطق شمالية، بحيث تكون العينة أقرب إلى واقع تمثيلها لمجتمع الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- اتفقت نتائج الدراسة مع مدخل الاعتمادية على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات السياسية خاصة وقت الأزمات مثل قضية فلسطين والاعتداءات الإسرائيلية، وموقف الولايات المتحدة الأمريكية من العراق وفلسطين وليبيا والسودان، وعلاقة الحزب الحاكم بأحزاب المعارضة، والصراع الباكستاني الهندي.

2- جاءت القنوات التلفزيونية في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها شباب الجامعات اليمنية في التعرف على القضايا السياسية العربية والدولية والمحلية، يليه الصحف، ثم الراديو، ثم الإنترنت.

-ماتيو لوفليس " Mathew Luveless , الاعتماد على وسائل الإعلام : الإعلام كمصدر للمعرفة في المجتمعات الديمقراطية في شرق ووسط أوروبا " (2008) (23).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير الإعلام الجماهيري على المواطنين في المعرفة بأصول الديمقراطية وكيف يقوم بدور توجيه المواطنين في الدول الديمقراطية التي تستخدم وسائل الإعلام وتعتمد عليها بهدف الحصول على معلومات سياسية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة.

ولقد أجريت هذه الدراسة على ستة من بلدان وسط وشرق أوروبا وهي دول متحولة إلى الديمقراطية (بلغاريا- التشيك- المجر- بولندا- رومانيا- سلوفاكيا) حيث تم تحليل مضمون وسائل الإعلام (الإذاعة والتلفزيون والصحف).

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- ازدياد الاعتماد على وسائل الإعلام (الإذاعة والتلفزيون والصحافة) وذلك على اعتبار أن الاعتماد على وسائل الإعلام يقلل حالة عدم الاستقرار من خلال الحصول على المعلومات.

2- بالنسبة للمجموعة التي فضلت التلفزيون عندها تفاصيل أكثر من المجموعة التي فضلت الإذاعة، وذلك لكون الصورة التلفزيونية تعطي إبهامات للمشاهدين تساعدهم على فهم غموض معين .

-محمد هلال "دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية" (2007) (24).

تهدف هذه الدراسة إلى اختبار فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بالنسبة لدور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية، وكذلك رصد أهم القضايا والموضوعات التي تطرح من خلال نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية في قناتي الجزيرة والعربية، ولقد اعتمدت على تحليل مضمون نشرات الأخبار وعددها 122 نشرة، كما تم استخدام استمارة استقصاء للدراسة الميدانية على عينة من الجمهور قوامها 420 مفردة من أبناء الدول العربية الأكثر تواجداً في جمهورية مصر العربية.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين معدل التعرض للقنوات الفضائية ودرجة الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات.

2- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين الذين يعتمدون على القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات السياسية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي يحدثها الاعتماد.

-أيمن أبو زيد "اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية خلال الأزمات" (2006) (25).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع المشاهدين للاعتماد على القنوات الفضائية في أوقات الأزمات ، كما تهدف إلى التعرف على التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية التي يحدثها الاعتماد على القنوات الفضائية ، وتعد من

الدراسات الوصفية ، ولقد تم أخذ عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من الجمهور المصري تتراوح أعمارهم ما بين 18- 60 سنة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- وجود علاقة طردية بين فورية تغطية القنوات الفضائية الإخبارية العربية للأزمات وكثافة اعتماد المشاهد المصري على هذه القنوات.

2- وجود علاقة بين اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية الإخبارية العربية وحوث تأثيرات معرفية وسلوكية ووجدانية.

-أماندا "Amanda", استخدام شبكة الإنترنت بين طلاب الجامعة من الذكور والإناث" (2005) (26).

تهدف هذه الدراسة إلى اختبار متغير النوع على استخدام طلاب الجامعات للإنترنت ونوع المواقع التي يزورونها على الشبكة ، وتعد من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح ، ولقد تم أخذ عينة قوامها 92 مفردة من طلاب الجامعة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- وجود تأثير لمتغير النوع على أنواع المواقع التي يزورها الطلاب حيث يزور الذكور مواقع الترفيه والرياضة، بينما يزور الإناث المواقع الأكاديمية ومواقع الصحف الإلكترونية.

2- إن استخدام الطلاب لمواقع الإنترنت المختلفة كان له صلة بإشباع اهتماماتهم واحتياجاتهم الشخصية في المقام الأول.

-محمود أحمد مزيد "اعتماد المراهقين على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية " (2005) (27).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على القنوات الإخبارية من حيث متابعة الأحداث والقضايا السياسية ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية ، ولقد تم أخذ عينة عمدية قوامها 350 مفردة من المراهقين الذين لديهم أطباق استقبال القنوات الفضائية ويتعرضون للقنوات الإخبارية.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- أهم مصادر معلومات الباحثين عينة الدراسة عن الأحداث والقضايا المختلفة بالترتيب هي: القنوات الأرضية والقنوات الفضائية العامة والقنوات الإخبارية المتخصصة وشبكة الإنترنت.

2- تتراوح معدلات مشاهدة القنوات الفضائية العربية ما بين : المشاهدة الدائمة 61% والمشاهدة أحياناً 21% والمشاهدة نادراً 9% لدى

المراهقين عينة الدراسة.

-ميشيل شابيرو ، ومكانا شوك " Micheal Shapiro and Makana Choch ،
الاعتماد على وسائل الإعلام وتأثيره على إدراك الواقع والخيال في الأخبار
" (2004) (28).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور في الولايات المتحدة
الأمريكية والبرازيل على وسائل الإعلام في إدراك واقع الأخبار والخيال ، ومدى
الارتباط بين واقعية ما تعرضه وسائل الإعلام على جمهور معين، وتعد هذه الدراسة
من الدراسات التي استخدمت المنهج التجريبي، وقد تم أخذ عينة مكونة من 149
مفردة من المتطوعين وتتكون من ثلاث مجموعات مجموعتان تجريبيتان والثالثة
ضابطة مع مراعاة متغير النوع (ذكر- أنثى).

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- 1- يُقيم الفرد ما يقدم من خلال وسائل الإعلام بشكل واقعي باعتباره أكثر تعبيراً
عن الواقع الحقيقي.
- 2- كلما زادت قدرة الدراما التلفزيونية على تصوير الواقع كما هو زادت قدرة
الفرد على رؤية الواقع على نحو أدق، خاصة إذا كان هذا الواقع مألوفاً.

التعليق على الدراسات السابقة:

- ارتفاع معدل متابعة المواقع الإخبارية التلفزيونية حيث أصبحت مجالاً هاماً
للتعبير عن الرأي بحرية، وهذا ما أكدته دراسة كل من: عبد الله أبو راس: 2007
، حلمي محمود عباس: 2008.
- أشارت نتائج معظم الدراسات إلى ارتفاع معدل اعتماد الشباب الجامعي على
شبكة الإنترنت للحصول على معلومات حول الأحداث والقضايا المختلفة، وهذا ما
أكدته دراسة كل من: ماثيو لوفيس: 2008، عبد الحكيم مكارم: 2009 ، أماني
محمد السيد: 2010 ، إسماعيل أحمد برغوت: 2014.
- ركزت معظم الدراسات على تناول عينة الشباب الجامعي نظراً لأهمية الدور
الفعال لهذه الفئة في بناء أي مجتمع.
- ندرة الدراسات التي تناولت القضايا والمعلومات الاقتصادية بالرغم من أهمية
دورها في التأثير على أي مجتمع حيث ركزت معظم الدراسات على القضايا
السياسية، فقد أظهرت دراسة كل من: عبد الحكيم مكارم: 2009 ، إلهام يونس

أحمد: 2010 بأن هذه القضايا تأتي في المرتبة الأولى من تفضيل الشباب.

- اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على منهج المسح واستخدام العينة العمدية، كما اعتمدت العديد من الدراسات السابقة في دراستها للجمهور وخاصة الشباب على استمارة الاستبيان وخاصة الاستبيان الورقي.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- أفادت الدراسات السابقة الباحث في تحديد المشكلة البحثية وفي وضع فروض الدراسة وفي اختيار الأدوات المناسبة للبحث وكذلك صياغة مقاييس الدراسة.
- تم الاستفادة من الدراسات السابقة في تأكيد حداثة الدراسة الحالية وجدارة دراستها.
- اختيار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري لاختبار الفروض والمقاييس المستخدمة في الدراسة.
- تصميم ووضع أسئلة استمارة الاستقصاء الخاصة بالشباب الجامعي عينة الدراسة.
- تفسير بعض نتائج الدراسة الحالية في ضوء ما خرجت به نتائج الدراسات السابقة.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام : Media Dependency Theory

يستخدم الباحثون نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بوصفها الإطار النظري القادر على تفسير الظواهر الاجتماعية في علاقتها بوسائل الإعلام حيث تهتم النظرية برصد العلاقات والتفاعلات بين الأنظمة الفرعية في المجتمع.

وقد طرح "روكينش" و "ديفلير" نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عام 1976 ، وينطلق من فكرة محورية مفادها أن تعقد المجتمعات ومحدودية الخبرات المباشرة بالواقع الاجتماعي ، فضلاً عن أن تراجع شبكات الاتصال الشخصي قد جعل من وسائل الإعلام المصدر الأول والأبرز الذي يعتمد عليه الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث والقضايا التي يفرزها هذا الواقع الاجتماعي.

تعتمد فكرة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش داخله وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر

ومكثف. فعندما ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام ملأ الفراغ الذي خلقه نموذج الاستخدامات و الاشباعات، الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام وركز على المتلقي وأسباب استخدامه لوسائل الإعلام .

وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قل التفاعل بين أفراد المجتمع، مما يتيح للإعلام مجالاً واسعاً لملاء الفراغ، فيصبح الفرد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام لاستقاء المعلومات، وعلى هذا فالجمهور عنصر فاعل وحيوي في الاتصال (29).

ولذلك تحاول هذه النظرية فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور، وترتكز في هذا على إجابة سؤال : لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام ؟ وتسعى النظرية إلى اختبار العلاقة بين الأجزاء الصغيرة والكبيرة في النظام الاجتماعي؛ لمحاولة فهم سلوك كل جزء وتوضيحه في ضوء وطبيعة

العلاقة بين عناصر النظام ككل، وبما أن الإعلام جزء من هذا النظام الاجتماعي، فإن النظرية تنظر إليه من منطلق العلاقة التي يبينها الأفراد مع وسائل الإعلام (30).
تعريف الاعتماد:

هو العلاقة التي توجد عندما تكون قدرة الأفراد على تحقيق أهدافهم في الحصول على المعلومات اعتماداً على مصادر المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام ، كما أنه العلاقة التي يتم فيها إشباع الحاجات أو تحقيق الأهداف (31).

وتعرف أيضاً نظرية الاعتماد على أنها نظرية شاملة ، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقات بين الاتصال والرأي العام ، وتتجنب الأسئلة اليسيرة ذات العلاقة بتأثير وسائل الإعلام في المجتمع ، كما يذكر أن أهم إضافة للنظرية هي أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام ، وهذا يعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة وهو الميل إلى الحياة على أنها منظومة مركبة من العناصر المتفاعلة ، وليست نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج (32).

ويرى الباحث أن نظرية الاعتماد قائمة على اختيار الفرد الوسيلة الإعلامية الأكثر إشباعاً لحاجاته، والتي تمده بالمعلومات الفورية عن الأحداث الجارية في المجتمع.

الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

الهدف الرئيس لنظرية الاعتماد تفسير: لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً آثار قوية ومباشرة وأحياناً تأثيرات ضعيفة غير مباشرة (33).

تركز النظرية على التساؤل الخاص : ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام؟ (34).

تهدف النظرية إلى تحليل أنواع المعلومات وتفسيرها لتوضيح لماذا يعتمد عليها الأفراد دون سواها؛ فعلاقات الاعتماد على وسائل الإعلام عموماً وعلى أشكال وسائل الإعلام خصوصاً تُستمد جزئياً من تطوير توقعات الأفراد، بأن معلومات النظام الإعلامي تستطيع مساعدتهم لتحقيق أهدافهم الخاصة (35).

تحاول نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بالمفهوم الشامل شرح وكشف دور وسائل الإعلام في المجتمع، من خلال فحصها لعلاقات الاعتماد عبر مستويات تحليل متباينة.

تهدف النظرية لقياس التعرض لوسيلة إعلامية كمتنبأ لتأثيرات تلك الوسيلة، وذلك كبديل كفي، يرى أن التعرض لوسيلة ما أكثر التزاماً بالبيئة والعوامل المضافة من الاعتماد على تلك الوسيلة (36).

تقوم هذه النظرية على عدة افتراضات هي:

- تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة ، وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام في حالة عدم الاستقرار (37).

- أنه كلما زادت التغيرات والأزمات في مجتمع ما زادت حاجة الجمهور إلى المعلومات، وبالتالي تزيد درجة الاعتماد على وسائل الاتصال وما تقدمه من معلومات في هذا المجتمع .

- يقل اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال الجماهيرية كلما كان لديه بدائل ومصادر أخرى بديلة للمعلومات أو مصادر إعلام خارجية.

- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية، فجمهور الصفة من المفترض أن يكون لديه مصادر أخرى متعددة للمعلومات تجعله يتفاوت في درجة اعتماده على وسائل الإعلام (38).

- ترسم النظرية الفروق بين المستخدم والمعتمد معرفياً ووجدانياً وسلوكياً وهذا يمكننا من صياغة الفروض التالية:

- هناك اختلاف في حجم التأثير المعرفي بين المعتمد على وسائل الإعلام والمستخدم لها ، فكلما كان الاعتماد مركز وقوى فالآثار المعرفية مؤثرة.

- يظهر المستخدم لوسائل الإعلام أعراض القلق والخوف والإحباط أكثر من المعتمد

على تلك الوسائل (39).

6- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام عند وجود مشكلة ناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقصها أو عدم كفايتها أو الصعوبة في تحديد التفسيرات الممكنة أو الصحيحة للأحداث.

7- ينتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام عدد من التأثيرات المختلفة المعرفية والوجدانية والسلوكية تمثل اتجاهات متباينة للتغيير في المعرفة أو الشعور أو السلوك .

8- تزداد احتمالية أن تحقق الرسائل الإعلامية نطاقا واسعا من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية وتزداد احتمالية التأثير إلى درجة كبيرة عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع بسبب الصراع والتغير (40).

9- وتزداد أيضاً التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية عندما توجد درجة عالية من عدم الاستقرار في المجتمع، والذي يؤدي بدوره إلى الصراع والتغير، ومع هذا فإن فكرة تغير حالة الجمهور المعرفية والعاطفية والسلوكية يمكن أن تترد بدورها لتغير كلاً من وسائل الاتصال والمجتمع، وهذا ما نعبه بالعلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع (41).

تساؤلات الدراسة:

- ما أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التلفزيونية ؟
- ما أكثر المواقع الإخبارية التلفزيونية التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها؟
- ما أكثر القضايا المصرية التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها بالمواقع الإخبارية التلفزيونية ؟
- ما الخدمات التفاعلية الأكثر تفضيلاً من قبل الشباب الجامعي بالمواقع الإخبارية التلفزيونية ؟
- ما درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة قضايا الاقتصاد المصري ؟
- ما مستوى معلومات الشباب الجامعي بقضايا الاقتصاد المصري من خلال المواقع الإخبارية التلفزيونية ؟

فروض الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لاختبار صحة الفروض التالية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التليفزيونية ومستوى معلوماتهم عن قضايا الاقتصاد المصري.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التليفزيونية والمتغيرات الديموغرافية (النوع- نوع التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإخبارية التليفزيونية والمتغيرات الديموغرافية (النوع- نوع التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام الشباب الجامعي بقضايا الاقتصاد المصري ومستوى معلوماتهم نحوها.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على متابعة المواقع الإخبارية التليفزيونية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة نحو قضايا الاقتصاد المصري.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى معلومات الشباب الجامعي عن قضايا الاقتصاد المصري والمتغيرات الديموغرافية (النوع- نوع التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

المواقع الإخبارية التليفزيونية:

هي المواقع التي تمتلكها محطات تليفزيونية إخبارية، فتقوم ببث برامجها سواء بثاً مباشراً أو بثاً غير مباشر وذلك على موقع دائم لها على شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى عرض أهم المعلومات والأحداث الجارية والقضايا المختلفة بصفة مستمرة مستخدمة في ذلك العناصر المقروءة والمسموعة والمرئية، وهذا الموقع يتيح لها إمكانية التواصل مع الجمهور بسهولة عن طريق بعض أدوات التفاعل بالموقع.

المعلومات: هي كل ما يعرفه الفرد من بيانات ومعارف والتي يتم اكتسابها من خلال الاتصال أو البحث أو التعليم أو الملاحظة.

القضايا الاقتصادية: هي كل التغيرات الاقتصادية اليومية التي تحدث في المجتمع أو في العالم وتنشر في وسائل الإعلام ويكون لها أثر على الأفراد والجماعات.

كما إنها هي الأحداث التي تتعلق بحياة المواطن والمجتمع المصري والتي تأثرت

فى الفترة الاخيرة بالقرارات التى اتخذتها الحكومة لتحسين الاقتصاد المصرى.

الشباب الجامعي: يتمثل فى هذه الدراسة فى طلاب الجامعات الآتية (بورسعيد، سيناء، عين شمس، 6 أكتوبر) وهى المرحلة الدراسية التى تقابل مرحلة المراهقة المتأخرة من سن 18- 21 سنة.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تسعى للتعرف على دور المواقع الإخبارية التلفزيونية فى إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الاقتصاد المصرى، وذلك من خلال دراسة عدة متغيرات منها: مستوى المعلومات، والاهتمام، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، النوع، نوع التعليم .

منهج الدراسة:

وفى إطار الدراسة الوصفية، استخدم الباحث منهج المسح من خلال مسح آراء عينة من الشباب الجامعي حول مدى متابعتهم المواقع الإخبارية التلفزيونية؛ لاكتساب معلومات عن قضايا الاقتصاد المصرى .

مجتمع الدراسة الميدانية:

ويتمثل فى الشباب الجامعي ممن تتراوح أعمارهم بين (18:21) سنة وهى الفترة المقابلة لمرحلة المراهقة المتأخرة.

عينة الدراسة:

وتتمثل فى عينة عمدية من الشباب الجامعي (ذكوراً- إناثاً) المستخدمين للمواقع الإخبارية التلفزيونية بكلٍ من (جامعة بورسعيد- جامعة سيناء – جامعة عين شمس - جامعة 6 أكتوبر) قوامها 400 مفردة (200 مفردة للتعليم الجامعي الحكومى – 200 مفردة للتعليم الجامعي الخاص) فى المرحلة العمرية من (18:21) سنة ، وتم توزيعها بتكرار بلغ (100) مفردة على كل جامعة من الجامعات الأربع بحيث تكون عينة الدراسة (50) من الذكور (50) من الإناث .

اختيار العينة:

وقد راعى الباحث فى اختيار العينة تمثيلها لثلاثة متغيرات أساسية هي:

- تمثيل الفرق الدراسية: وروعى فيها تنوع السنوات الدراسية لمرحلة الشباب الجامعي (الفرقة الأولى – الفرقة الثانية- الفرقة الثالثة – الفرقة الرابعة).
- تمثيل النوع: (ذكوراً- إناثاً).

- تمثيل نوع التعليم: حيث تمثل جامعتي (سيناء- 6 أكتوبر) التعليم الجامعي الخاص، بينما تمثل جامعتي (بورسعيد- عين شمس) التعليم الجامعي الحكومي، وقد تم اختيار هذه الجامعات لاعتبارات عديدة منها: السهولة النسبية في الوصول إليهم، علاوة على تشابه خصائص الشباب الجامعي، وإمكانية تمثيل العينة لفئات النوع داخل تلك الجامعات.

توصيف عينة البحث:

جدول رقم (1)

التوزيع العددي والنسب المئوية للنوع

النوع	العدد	النسبة %
ذكر	200	%50
أنثى	200	% 50
الإجمالي	400	%100

جدول رقم (2)

التوزيع العددي والنسب المئوية للجامعات عينة الدراسة

الجامعة	العدد	النسبة %
جامعة عين شمس	100	% 25
جامعة 6 أكتوبر	100	% 25
جامعة بورسعيد	100	% 25
جامعة سيناء	100	% 25
الإجمالي	400	%100

وتم اختيار هذه الجامعات حتى تكون ممثلة لجامعات مصر الحكومية والخاصة.

أدوات جمع البيانات :

أولاً: استمارة الاستقصاء:

قام الباحث بإعداد استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات الخاصة بالشباب الجامعي عن المواقع الإخبارية التليفزيونية، ودوافع الاستخدام، ومدى الاعتماد عليها، ومستوى معلوماتهم بقضايا الاقتصاد المصري.

اختبار الصدق:

للتأكد من صدق استمارة الاستقصاء وصلاحياتها للتطبيق ومدى تمثيلها لمحاور المقياس، تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال دراسات الإعلام.*

وبلغت نسبة الاتفاق بين المحكمين على وضوح الأسئلة وحسن ترتيبها وتغطيتها

لموضوع ومحاور الدراسة 92%، بعدها أجرى الباحث بعض التعديلات المطلوبة في ضوء آراء المحكمين لتصبح الاستمارة في شكلها النهائي.

اختبار الثبات :

للتأكد من ثبات الاستمارة قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة مصغرة من الشباب الجامعي قوامها (40) مفردة ثم أعاد التطبيق بعد أسبوع من التطبيق الأول على نفس أفراد العينة، فقد حصل الباحث على نتائج متسقة بين التطبيقين بنسبة ثبات 96% وهي نسبة ثبات عالية تدل على مدى وضوح الأسئلة وقابليتها للتطبيق.

كيفية التطبيق:

بدأ الباحث في جمع المعلومات من خلال تطبيق الاستمارة ميدانياً على عينة الدراسة، في الفترة من 2016/11/20 إلى 2016/12/10.

ثانياً : مقاييس الدراسة

استخدم الباحث عدداً من المقاييس لقياس متغيرات الدراسة والتي تتمثل في التالي:

1- مقياس مستوى معلومات الشباب الجامعي:

وفيه قام الباحث بإعداد مجموعة من الفقرات لقياس معلومات الشباب الجامعي حول قضايا الاقتصاد المصري الأكثر وضوحاً وظهوراً وتناولاً على الساحة الإعلامية، ولقد تم عرض المقياس على المحكمين لاستبعاد الفقرات غير الصالحة للاستخدام.

ولقد اشتمل المقياس على 6 عبارات، وقد قدرت إجابات المبحوثين عن كل إجابة صحيحة بدرجة، وكل إجابة خاطئة بصفر، ثم تم تجميع الدرجات فيكون لدينا مقياس تتراوح درجاته من صفر إلى 6 درجات، وتم تقسيم المبحوثين إلى ثلاثة مستويات وفقاً لمستوى معلوماتهم عن قضايا الاقتصاد المصري كالتالي:

- مستوى مرتفع ويحصل فيها المبحوث على 5 إلى 6 درجات.

- مستوى متوسط ويحصل فيها المبحوث على 3 إلى 4 درجات.

- مستوى منخفض ويحصل فيها المبحوث على صفر إلى 2 درجة.

2- مقياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية:

وتم قياسها من خلال مقياس يشمل ست عبارات عن التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام، على النحو التالي:

-موافق : ويحصل فيها المبحوث على ثلاث درجات.

-إلى حد ما : ويحصل فيها المبحوث على درجتين.

-معارض : ويحصل فيها المبحوث على درجة واحدة.

3- مقياس المستوى الاقتصادي والاجتماعي:

تم قياس المستوى الاقتصادي والاجتماعي من خلال مقياس مكون من عدة فقرات يعطى لكل منها درجة معينة، ثم تم حساب الدرجة الكلية للمبحوثين من خلال جمع الدرجات التي حصل عليها في هذا المقياس وتحديد مستواه .

أساليب المعالجة الإحصائية:

لاستخراج نتائج البحث، قام الباحث باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية spss" لتحليل البيانات التي تم إدخالها إلى الكمبيوتر، حيث تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- استخراج الجداول التكرارية البسيطة (العد والنسب المئوية) لاستجابات المبحوثين.

- استخدام معامل الارتباط لبيرسون.

- استخدام اختبار "T-Test" للتعرف على دلالة الفروق بين متوسط مجموعتين مختلفتين مثل المقارنة بين الذكور والإناث من حيث متابعة المواقع الإخبارية التلفزيونية.

- استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way Analysis Of Variance (ANOVA) .

- استخدام اختبار شيفيه. " Scheffe "

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية

جدول (3)

مدى متابعة المواقع الإخبارية التلفزيونية

المتابعة	العدد	النسبة %
دائماً	207	51.8 %
أحياناً	145	36.2 %
نادراً	48	12 %
الإجمالي	400	100 %

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى ارتفاع نسبة متابعة الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية التلفزيونية حيث تبلغ نسبة 88% مقسمة إلى 51.8% من الشباب الجامعي يتابعونها بصفة دائمة، 36.2% من الشباب الجامعي يتابعونها أحياناً، في حين أن هناك 12% من عينة الدراسة من الشباب الجامعي نادراً ما يتابعون المواقع الإخبارية التلفزيونية. ويدل ذلك على أن المواقع الإخبارية التلفزيونية أصبحت وسيلة إعلامية جذابة توفر العديد من الخدمات التي تجذب الجمهور عامة والشباب خاصة في متابعتها؛ لأنها تمدد بالمعلومات فور حدوثها حيث أنها تجعل المستخدم في أرض الحدث وزيادة المعايضة للواقع لديه كما أنها تتيح له الوصول إلى أي معلومة يريدتها ببسط الطرق وفي ثواني معدودة، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة سعيد مفتاح حمد (2016) والتي تشير إلى ارتفاع استخدام مواقع القنوات الإخبارية العربية بين المبحوثين، كما تتفق أيضاً مع دراسة هند السيد حجازي (2016)(42).

جدول (4)

أهم أسباب متابعتك المواقع الإخبارية التلفزيونية

الأسباب	العدد	النسبة %
الانفرادات التي يقدمها الموقع الإخباري التلفزيوني	371	92.8%
التعرف بسهولة على الآراء المختلفة حول موضوع ما لتكوين رؤية شمولية حوله	340	85%
تستخدم أشكالاً متنوعة لعرض المحتوى (نص- صورة- مقاطع فيديو حية)	307	76.8%
متابعة القضايا المختلفة والأحداث الجارية	298	74.5%
نشر تعليقات زوار الموقع على القضايا والأحداث المختلفة ببرامج القناة التلفزيونية	289	72.3%
إمكانية الاتصال بمقدمي البرامج والتفاعل معهم بسهولة	283	70.8%
الفورية في نشر الأخبار وتحديث محتوى الموقع باستمرار	276	69%
إتاحة التعليق على الأخبار مع عدم حذف شيء منها	216	54%
الموضوعية في تناول الأحداث	166	41.5%
توافر أبواب خدمية مثل أسعار العملات والذهب	125	31.3%

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى أسباب متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التلفزيونية، فنجد أن الانفرادات التي يقدمها الموقع الإخباري التلفزيوني جاءت في الترتيب الأول بنسبة 92.8% بإجمالي تكرارات (371)، ثم

جاء التعرف بسهولة على الآراء المختلفة حول موضوع ما لتكوين رؤية شمولية حوله في الترتيب الثاني بنسبة 85 % بإجمالي تكرارات (340)، وجاء استخدام أشكالاً متنوعة لعرض المحتوى (نص- صورة- مقاطع فيديو حية) في الترتيب الثالث بنسبة 76.8% بإجمالي تكرارات (307)، ثم جاء متابعة القضايا المختلفة والأحداث الجارية في الترتيب الرابع بنسبة 74.5 % بإجمالي تكرارات (298)، ثم نشر تعليقات زوار الموقع على القضايا والأحداث المختلفة ببرامج القناة التلفزيونية في الترتيب الخامس بنسبة 72.3 % بإجمالي تكرارات (289)، وفي

الترتيب السادس جاء إمكانية الاتصال بمقدمي البرامج والتفاعل معهم بسهولة بنسبة 70.8% بإجمالي تكرارات (283)، ثم الفورية في نشر الأخبار وتحديث محتوى الموقع باستمرار في الترتيب السابع بنسبة 69 % بإجمالي تكرارات (276) ، إتاحة التعليق على الأخبار مع عدم حذف شيء منها في الترتيب الثامن بنسبة 54 % بإجمالي تكرارات (216)، ثم جاء الموضوعية في تناول الأحداث في الترتيب التاسع بنسبة 41.5% بإجمالي تكرارات (166)، وفي الترتيب العاشر جاء توافر أبواب خدمية مثل أسعار العملات والذهب بنسبة 31.3 % بإجمالي تكرارات (125)، وبدل ذلك على الانفرادات التي يقدمها الموقع الإخباري التلفزيوني جعلت منه وسيلة إعلامية هامة تحظى باقبال الشباب الجامعي على متابعتها خاصة أن الموقع الإخباري قد ينشر أخبار ومعلومات أكثر مما يعرض بالقناة التلفزيونية مما يحقق خدمة سبق الصحفي والإعلامي للعديد من القضايا، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة محمود جمال عبد الرحمن (2015) حيث جاءت الانفرادات التي يقدمها الموقع في تغطية بعض الموضوعات والأحداث في الترتيب الأول من تفضيل الباحثين متابعة المواقع الإخبارية.

جدول (5)

الأوقات التي يزيد فيها معدل متابعتك المواقع الإخبارية التلفزيونية

النسبة %	العدد	أوقات الاستخدام
89.5 %	358	في وقت تعرض فيه أحداث مرتبطة باهتماماتي
78 %	312	في أوقات الأحداث المهمة والأزمات الطارئة
21.5 %	86	في وقت الفراغ أو الإجازات

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى الأوقات التي يزيد فيها معدل متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التلفزيونية ، فنجد أن في وقت تعرض فيه أحداث مرتبطة باهتماماتي جاء في الترتيب الأول بنسبة 89.5% بإجمالي تكرارات (358)، ثم جاء في في أوقات الأحداث المهمة والأزمات الطارئة في الترتيب الثاني بنسبة 78 % بإجمالي تكرارات (312) ، وجاء في وقت الفراغ أو

الإجازات في الترتيب الثالث بنسبة 21.5% بإجمالي تكرارات (86). ويدل ذلك على أن المواقع الإخبارية التلفزيونية يزداد استخدامها في الأوقات الهامة التي ترتبط بأحداث وقضايا ترتبط باهتمامات الشباب الجامعي خاصة وأن مصر خلال عام 2016 أصبحت مصدراً هاماً لصناعة الأخبار نظراً للأحداث المتلاحقة على الساحة المصرية، وأصبح الشباب يبحث دائماً عن المعلومات حول الأحداث التي ترتبط باهتماماته لكي يكون وجه نظر تجاهها.

جدول (6)

أكثر المواقع الإخبارية التلفزيونية التي يتابعها الشباب الجامعي

النسبة %	العدد	أكثر المواقع الإخبارية التلفزيونية متابعه
81%	324	موقع قناة النيل للأخبار
73.8%	295	موقع قناة cbc إكسترا
72%	288	موقع قناة العربية
69%	276	موقع قناة روسيا اليوم
65.5%	262	موقع قناة BBC بالعربية
15.3%	61	موقع قناة DW بالعربية
13.5%	54	موقع قناة فرنسا24

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى أكثر المواقع الإخبارية التلفزيونية متابعه من قبل الشباب الجامعي، فجد أن موقع قناة النيل للأخبار جاء في الترتيب الأول بنسبة 81% بإجمالي تكرارات (324)، ثم جاء موقع قناة cbc إكسترا في الترتيب الثاني بنسبة 73.8% بإجمالي تكرارات (295)، وجاء موقع قناة العربية في الترتيب الثالث بنسبة 72% بإجمالي تكرارات (288)، وفي الترتيب الرابع جاء موقع قناة روسيا اليوم بنسبة 69% بإجمالي تكرارات (276)، ثم جاء موقع قناة BBC بالعربية في الترتيب الخامس بنسبة 65.5% بإجمالي تكرارات (262)، وفي الترتيب السادس جاء موقع قناة DW بالعربية بنسبة 15.3% بإجمالي تكرارات (61)، وأخيراً جاء موقع قناة فرنسا24 في الترتيب السابع بنسبة 13.5% بإجمالي تكرارات (54). ويدل ذلك على أن المواقع الإخبارية التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة جاءت في المراتب الأولى من حيث تفضيل الشباب الجامعي متابعتها وذلك لأنها أكثر تغطية للقضايا الاقتصادية المصرية عن غيرها من المواقع الإخبارية العربية والأجنبية، وهذا ما أكدته دراسة دينا فكرى خضر (2008) والتي تشير إلى تفوق موقع قناة النيل مصر الإخبارية باحتلاله المرتبة الأولى في تغطية الأخبار والقضايا المختلفة أثناء فترة الدراسة ومتابعته من قبل الباحثين.

جدول (7)
معدل كثافة المتابعة المواقع الإخبارية التلفزيونية

النسبة %	العدد	كثافة المتابعة
42 %	168	مرة واحدة يوميا
28 %	112	عدة مرات فى الأسبوع
20.8 %	83	عدة مرات فى اليوم
9.2 %	37	مرة واحدة كل أسبوع
100 %	400	الإجمالي

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى ارتفاع كثافة متابعة الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية التلفزيونية حيث جاء فى الترتيب الأول مرة واحدة يوميا تبلغ نسبة 42% وفى الترتيب الثانى جاءت عدة مرات فى الأسبوع بنسبة 28 % وفى الترتيب الثالث جاء متابعتها عدة مرات فى اليوم بنسبة 20.8% وفى الترتيب الرابع والأخير جاء المتابعة مرة واحدة كل أسبوع بنسبة 9.2% . ويدل ذلك على أن المواقع الإخبارية التلفزيونية أصبحت وسيلة إعلامية مهمة لدى الشباب الجامعي خاصة مع تلاحق الأحداث والقضايا المصرية والتي يحاول الشباب بشتى الطرق الوصول الى أكبر قدر من المعلومات عنها ليكون وجهة نظر تجاه تلك القضايا.

جدول (8)

الخدمات التفاعلية التي يفضلها الشباب الجامعي فى المواقع الإخبارية التلفزيونية

النسبة %	العدد	الخدمات التفاعلية
86.5 %	346	بحث داخل الموقع
80.5 %	322	إمكانية بث وإنتاج مضامين ومحتويات إعلامية
78 %	312	خدمة الاشتراك ونشر الموضوع الذى ترغبه على صفحتك الخاصة على الـ Face book أو الـ Twitter
65.8 %	263	وجود بريد إلكتروني لاستقبال رسائل زوار الموقع
53.5 %	214	خدمة RSS
30.8 %	123	وجود استطلاع للرأى
14.8 %	59	إمكانية تحميل مضامين ومواد منها

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى الخدمات التفاعلية التي يرغب الشباب الجامعي في وجودها بالمواقع الإخبارية التلفزيونية، فنجد أن خدمة بحث داخل الموقع جاء في الترتيب الأول بنسبة 86.5 % بإجمالي تكرارات (346)، ثم جاء إمكانية بث وإنتاج مضامين ومحتويات إعلامية في الترتيب الثاني بنسبة 80.5 % بإجمالي تكرارات (322) ، وجاءت خدمة الاشتراك ونشر الموضوع الذي ترغبه على صفحتك الخاصة على ال Face book أو ال-Twitter في الترتيب الثالث بنسبة 78 % بإجمالي تكرارات (312) ، ثم جاء وجود وجود بريد إلكتروني لاستقبال رسائل زوار الموقع في الترتيب الرابع بنسبة 65.8 % بإجمالي تكرارات (263) ، ثم خدمة RSS في الترتيب الخامس بنسبة 53.5 % بإجمالي تكرارات (214) ، ثم وجود استطلاع للرأى في الترتيب السادس بنسبة 30.8 % بإجمالي تكرارات (123) ، وأخيراً جاءت إمكانية تحميل مضامين ومواد منها في الترتيب السابع بنسبة 14.8 % بإجمالي تكرارات (59). ويدل ذلك على أن الشباب الجامعي أصبح أكثر اهتماماً بالبحث عن المعلومات المختلفة التي يريدها على الموقع الإخباري التلفزيوني.

جدول (9)

أكثر القضايا التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها في المواقع الإخبارية التلفزيونية

نوع القضايا	العدد	النسبة %
اقتصادية	387	96.8 %
سياسية	354	88.5 %
رياضية	352	88 %
فنية	316	79 %
دينية	198	49.5 %
ثقافية	63	15.8 %

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى أكثر القضايا التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها في المواقع الإخبارية التلفزيونية، فنجد أن القضايا الاقتصادية جاءت في الترتيب الأول بنسبة 96.8 % بإجمالي تكرارات (387)، ثم جاءت القضايا السياسية في الترتيب الثاني بنسبة 88.5 % بإجمالي تكرارات (354)، وجاءت القضايا الرياضية في الترتيب الثالث بنسبة 88% بإجمالي تكرارات (352)، ثم جاءت القضايا الفنية في الترتيب الرابع بنسبة 79 % بإجمالي تكرارات (316)، ثم القضايا الدينية في الترتيب الخامس بنسبة 49.5 % بإجمالي تكرارات (198)،

وأخيراً جاءت القضايا الثقافية فى الترتيب السادس بنسبة 15.8% بإجمالى تكرارات (63). ويدل ذلك على أن الشباب الجامعى أصبح أكثر اهتماماً بمتابعة القضايا الاقتصادية المصرية نتيجة لمجموعة الإجراءات التى اتخذتها الحكومة لتحسين الاقتصاد المصرى خاصة مع كثافة التغطية الإعلامية لهذه القضايا بكافة وسائل الإعلام ولما تحدثه من آثار كبيرة على المجتمع المصرى. وهذه النتيجة تختلف مع نتيجة دراسة مصطفى هلال محمد (2011) حيث جاءت القضايا السياسية فى الترتيب الأول من تفضيل المتابعة تلاها فى الترتيب الثانى القضايا الاقتصادية.

جدول (10)

مدى الاعتماد على المواقع الإخبارية التليفزيونية للحصول على معلومات عن قضايا الاقتصاد المصرى

النسبة %	العدد	درجة الاعتماد
45.3%	181	اعتمد بدرجة كبيرة
40%	160	اعتمد بدرجة متوسطة
14.7%	59	اعتمد بدرجة ضعيفة
100%	400	الإجمالى

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى مدى اعتماد الشباب الجامعى على المواقع الإخبارية التليفزيونية للحصول على معلومات عن قضايا الاقتصاد المصرى، فنجد أن اعتمد بدرجة كبيرة جاء فى الترتيب الأول بنسبة 45.3% بإجمالى تكرارات (181)، ثم جاء اعتمد بدرجة متوسطة فى الترتيب الثانى بنسبة 40% بإجمالى تكرارات (160)، وجاء اعتمد بدرجة ضعيفة فى الترتيب الثالث بنسبة 14.7% بإجمالى تكرارات (59). ومن الجدول السابق يرى الباحث ارتفاع مستوى اعتماد الشباب الجامعى على المواقع الإخبارية التليفزيونية للحصول على معلومات عن قضايا الاقتصاد المصرى وذلك نظراً لأن الشباب أصبح أكثر استخداماً لشبكة الأنترنت ولل مواقع الإخبارية لمتابعة كل ما يدور حوله من أحداث وقضايا خاصة وأن هذه المواقع أصبحت تحاول جذب المستخدمين لمتابعتها سواء عن طريق عرض معلومات بشكل حصرى على موقعها أو عن طريق الحرية فى أبداء الرأى والتعليق على الأخبار والقضايا التى تعرض بالموقع أو عن طريق الخدمات التفاعلية المتنوعة التى يتيحها الموقع.

جدول (11)

أسباب اهتمام الشباب الجامعى بمتابعة القضايا الاقتصادية بالمواقع الإخبارية التليفزيونية

أسباب الاهتمام	العدد	النسبة %
كثافة التغطية الإعلامية لهذه القضايا	196	49 %
الأثار الكبيرة التى تتركها على جميع شرائح المجتمع	131	32.8 %
أسباب شخصية متعلقة بالمبحوث	73	18.2 %
الإجمالى	400	100 %

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى أسباب اهتمام الشباب الجامعى بمتابعة القضايا الاقتصادية بالمواقع الإخبارية التليفزيونية، فنجد أن كثافة التغطية الإعلامية لهذه القضايا جاء في الترتيب الأول بنسبة 49% بإجمالى تكرارات (196)، ثم جاءت الأثار الكبيرة التى تتركها على جميع شرائح المجتمع فى الترتيب الثانى بنسبة 32.8% بإجمالى تكرارات (131) ، وجاءت أسباب شخصية متعلقة بالمبحوث فى الترتيب الثالث بنسبة 18.2% بإجمالى تكرارات (73) . ومن الجدول السابق يرى الباحث أن ارتفاع كثافة التغطية الإعلامية للقضايا الاقتصادية أحد أهم الأسباب لمتابعة الشباب الجامعى لهذه القضايا حيث أنها أصبحت تشغل الرأى العام وتلمس جميع فئات وطبقات المجتمع المصرى.

جدول (12)

أهم معلومات قضايا الاقتصاد المصرى التى يفضل الشباب الجامعى متابعتها فى المواقع الإخبارية التليفزيونية

معلومات قضايا الاقتصاد	العدد	النسبة %
الإجراءات التى اتخذتها البنوك المصرية لمواجهة الأزمة الاقتصادية المصرية	379	94.8 %
قرارات المجلس الأعلى للاستثمار برئاسة الرئيس عبد الفتاح السيسى	368	92 %
متابعة تحركات الحكومة لضبط الفساد والأسعار بالأسواق	342	85.5 %
أخبار دعم السلع الغذائية لضمان وصولها لمحدودى الدخل	303	75.8 %
أخبار تمويل مشروعات المنطقة الاقتصادية لقناة السويس	216	54 %
قرض صندوق النقد الدولى	128	32 %

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى أهم معلومات قضايا الاقتصاد

المصرى التى يفضل الشباب الجامعى متابعتها فى المواقع الإخبارية التليفزيونية، فنجد أن الإجراءات التى اتخذتها البنوك المصرية لمواجهة الأزمة الاقتصادية المصرية جاءت فى الترتيب الأول بنسبة 94.8 % بإجمالى تكرارات (379)، ثم جاءت قرارات المجلس الأعلى للاستثمار برئاسة الرئيس عبد الفتاح السيسى فى الترتيب الثانى بنسبة 92 % بإجمالى تكرارات (368)، وجاءت متابعة تحركات الحكومة لضبط الفساد والأسعار بالأسواق فى الترتيب الثالث بنسبة 85.5% بإجمالى تكرارات (342)، ثم جاءت أخبار دعم السلع الغذائية لضمان وصولها لمحدودى الدخل فى الترتيب الرابع بنسبة 75.8 % بإجمالى تكرارات (302)، ثم أخبار تمويل مشروعات المنطقة الاقتصادية لقناة السويس فى الترتيب الخامس بنسبة 54% بإجمالى تكرارات (216)، وأخيراً جاء قرض صندوق النقد الدولى فى الترتيب السادس بنسبة 32 % بإجمالى تكرارات (128). ومن الجدول السابق يرى الباحث أن تصدر الإجراءات التى اتخذتها البنوك المصرية لمواجهة الأزمة الاقتصادية الترتيب الأول من حيث تفضيل الشباب الجامعى جمع المعلومات عنها يؤكد على أن تحرير سعر الصرف كان هو الأساس فى التأثير على جميع السلع والمنتجات التى بدورها تؤثر على الحالة الاقتصادية للمواطن المصرى.

جدول (13)

مدى الاهتمام بمتابعة معلومات عن قرارات المجلس الأعلى للاستثمار

مدى الاهتمام	العدد	النسبة %
دائماً	328	82 %
أحياناً	72	18 %
الإجمالى	400	100 %

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى مدى اهتمام الشباب الجامعى بمتابعة معلومات عن قرارات المجلس الأعلى للاستثمار ، فنجد أن أهتم دائماً جاء فى الترتيب الأول بنسبة 82% بإجمالى تكرارات (328) ثم جاء أهتم أحياناً فى الترتيب الثانى بنسبة 18% بإجمالى تكرارات (72). ومن الجدول السابق يرى الباحث إن أسباب ارتفاع اهتمام الشباب بمتابعة معلومات عن قرارات المجلس الأعلى للاستثمار يرجع إلى أهمية هذه القرارات فى تاريخ مصر وتأثيرها المباشر على الاقتصاد المصرى ونظراً أيضاً للتغطية الإعلامية المكثفة من كافة وسائل الإعلام.

جدول (14)

ترتيب الوسائل التي اعتمدها الشباب الجامعي لمعرفة معلومات عنقرارات المجلس الاعلى للاستثمار

م	الوسائل	الترتيب						الوزن النسبي
		الأول		الثاني		الثالث		
		ك	%	ك	%	ك	%	
1	المواقع الإخبارية التلفزيونية	278	69.5	157	39.3	98	24.5	3.1
2	القنوات الإخبارية الفضائية	47	11.8	83	20.8	219	54.7	1.3
3	الصحف الإلكترونية	28	7	102	25.5	18	4.5	0.76
4	شبكات التواصل الإجتماعي (فيس بوك)	31	7.7	51	12.7	62	15.5	0.64
5	الصحف الورقية	16	4	7	1.7	3	0.8	0.16

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى ترتيب الوسائل التي اعتمدها الشباب الجامعي لمعرفة معلومات عن قرارات المجلس الاعلى للاستثمار، فنجد أن المواقع الإخبارية التلفزيونية جاءت في الترتيب الأول بوزن نسبي (3.1)، ثم جاءت القنوات الإخبارية الفضائية في الترتيب الثاني بوزن نسبي (1.3)، وجاءت الصحف الإلكترونية في الترتيب الثالث بوزن نسبي (0.76)، ثم جاءت شبكات التواصل الإجتماعي (فيس بوك) في الترتيب الرابع بوزن نسبي (0.64)، ثم الصحف الورقية في الترتيب الخامس بوزن نسبي (0.16).

ويرى الباحث أن نتائج الجدول السابق تتفق مع نتائج دراسة هند السيد حجازي (2016) من اعتماد الشباب الجامعي على استخدام المواقع الإخبارية بينما لا تتفق مع نتائج دراسة إلهام يونس أحمد (2010) حيث تصدرت القنوات الفضائية المرتبة الأولى من اعتماد الشباب عليها في الحصول على معلومات عن الأحداث والأزمات والقضايا الجارية.

جدول (15)

مدى الاهتمام بمتابعة معلومات عن الإجراءات التي اتخذتها البنوك لمواجهة

المستوى	العدد	النسبة %
دائماً	352	88 %
أحياناً	48	12 %
الإجمالي	400	100 %

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى مدى اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة معلومات عن الإجراءات التي اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التي تمر بها مصر ، فنجد أن أهتم دائماً جاء في الترتيب الأول بنسبة 88% بإجمالي تكرارات (352) ثم جاء أهتم أحياناً في الترتيب الثاني بنسبة 12% بإجمالي تكرارات (48). ومن الجدول السابق يرى الباحث إن أسباب ارتفاع اهتمام الشباب بمتابعة معلومات عن الإجراءات التي اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التي تمر بها مصر يرجع إلى أهمية هذه الإجراءات خاصة مع تحرير سعر الصرف في البنوك الأمر الذي بدوره يؤثر على المجتمع المصري بكل فئاته وطبقاته.

جدول (16)

ترتيب الوسائل التي اعتمدت عليها لمعرفة معلومات عن الإجراءات التي اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التي تمر بها مصر

م	الوسائل	الترتيب							
		الأول		الثاني		الثالث			
		ك	%	ك	%	ك	%		
1	المواقع الإخبارية التلفزيونية	142	35.5	173	43.3	246	61.5	2.6	1020
2	الصحف الإلكترونية	174	43.5	28	7	41	10.3	1.5	619
3	شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك)	20	5	191	47.7	23	5.7	1.2	465
4	القنوات الإخبارية الفضائية	53	13.3	2	0.5	86	21.5	0.62	249
5	الصحف الورقية	11	2.7	6	1.5	4	1	0.12	49

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى ترتيب الوسائل التي اعتمد عليها الشباب الجامعي لمعرفة معلومات عن الإجراءات التي اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التي تمر بها مصر، فوجد أن المواقع الإخبارية التليفزيونية جاءت في الترتيب الأول بوزن نسبي (2.6)، ثم جاءت الصحف الإلكترونية في الترتيب الثاني بوزن نسبي (1.5)، وجاءت شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك) في الترتيب الثالث بوزن نسبي (1.2)، ثم جاءت القنوات الإخبارية الفضائية في الترتيب الرابع بوزن نسبي (0.62)، ثم الصحف الورقية في الترتيب الخامس بوزن نسبي (0.12).

يرى الباحث إن نتائج الجدول السابق تتفق مع دراسة رباب رأفت الجمال (2012) (43) حيث تصدرت المواقع الإخبارية المرتبة الأولى من اعتماد عينة الدراسة عليها لمتابعة الأحداث الجارية. بينما تختلف مع نتيجة دراسة عبد الخالق إبراهيم (2012) (44) حيث ترتفع نسبة الشباب الجامعي الذين يعتمدون علي الصحف الورقية و الإلكترونية معاً.

ويلاحظ بوجه عام تراجع الصحف الورقية في المراكز الأخيرة وهي نتيجة تدل على الصعوبة في منافسة وسائل الإعلام الجديدة ، وأيضاً صعوبة منافسة الإنترنت بكل إمكاناته من مواقع إخبارية تليفزيونية و صحف إلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي.

ثانياً: نتائج اختبار صحة الفروض:

*اختبار الفروض:

اختبار صحة الفرض الأول:

لاختبار صحة الفرض الأول والذي ينص على أنه " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التليفزيونية ومستوى معلوماتهم عن قضايا الاقتصاد المصري" استخدم الباحث معامل الارتباط Correlation Coefficient التتابعي لبيرسون بواسطة الحزمة الإحصائية المعروفة اختصاراً ب Spss.V.20 لمعرفة قيمة معامل الارتباط بين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التليفزيونية ومستوى معلوماتهم عن قضايا الاقتصاد المصري. يوضح جدول (17)، (18) نتائج هذا الفرض:

جدول (17)

قيم معاملات الارتباط بين كثافة متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التليفزيونية ومستوى معلوماتهم عن قرارات المجلس الأعلى للاستثمار

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
كثافة متابعة الشباب الجامعي مستوى المعلومات	**0.258	0.01

(**) دالة إحصائياً عند مستوى 0.01

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى 0.01 بين كثافة متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التليفزيونية ومستوى معلوماتهم عن قرارات المجلس الأعلى للاستثمار.

جدول (18)

قيم معاملات الارتباط بين كثافة متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التليفزيونية ومستوى معلوماتهم عن الإجراءات التي اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التي تمر بها مصر

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
كثافة متابعة الشباب الجامعي مستوى المعلومات	**0.254	0.01

(**) دالة إحصائياً عند مستوى 0.01

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى 0.01 بين كثافة متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التليفزيونية ومستوى معلوماتهم عن الإجراءات التي اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التي تمر بها مصر.

ومن نتائج الفرض السابق يرى الباحث إنه عندما تزيد كثافة متابعة الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية التليفزيونية زاد بالتالي مستوى معلوماتهم عن القضايا الاقتصادية المصرية نظراً للتغطية المستمرة على مدار اليوم بتلك المواقع والانفرادات التي تقدمها تلك المواقع بجانب التنوع في أشكال عرض المحتوى (نص- صورة- مقاطع فيديو).

اختبار صحة الفرض الثاني:

لاختبار صحة الفرض الثاني والذي ينص على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التلفزيونية والمتغيرات الديموغرافية (النوع- نوع التعليم الجامعي - المستوى الاقتصادي الاجتماعي)." استخدم الباحث اختبار "T Test" " للمجموعات المستقلة غير متساوية العدد وأسلوب تحليل التباين Analysis of Variance (ANOVA) وتوضح الجداول (19) ، (20) ، (21) نتائج هذا الفرض:

جدول (19)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم "ت" ومستوى دلالتها للذكور والإناث من الشباب الجامعي في كثافة متابعة المواقع الإخبارية التلفزيونية

مستوى الدلالة	قيمة "ت"	النوع						المتغير
		الإناث			الذكور			
		الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
0.01	5.132	.654	2.57	200	.690	2.23	200	كثافة المتابعة

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ت" دالة إحصائياً عند مستوى 0.01 ؛ مما يشير إلى وجود فرق بين الذكور والإناث من الشباب الجامعي في كثافة متابعة المواقع الإخبارية التلفزيونية.

ونجد أن الفروق هنا تتجه لصالح الإناث، ويرجع الباحث أسباب هذه النتيجة إلى التفرغ لمتابعة هذه المواقع من قبل الإناث مقارنة بالذكور الذين يكونون مشغولين معظم أوقاتهم.

جدول (20)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم "ت" ومستوى دلالتها لنوع التعليم الجامعي للشباب في كثافة متابعة المواقع الإخبارية التلفزيونية

مستوى الدلالة	قيمة "ت"	نوع التعليم الجامعي						المتغير
		خاص			حكومي			
		الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
0.01	6.926	.480	2.64	183	.774	2.19	217	كثافة المتابعة

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ت" دالة إحصائياً عند مستوى 0.01 ؛ مما

يشير إلى وجود فرق بين نوع التعليم الجامعي الحكومي والخاص للشباب الجامعي في كثافة متابعة المواقع الإخبارية التلفزيونية.

جدول (21)

نتائج تحليل التباين للكشف عن الفروق بين الشباب الجامعي ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المرتفع والمتوسط والمنخفض فى كثافة متابعة المواقع الإخبارية التلفزيونية.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة " ف "	مستوى الدلالة
كثافة المتابعة	بين المجموعات	12.818	2	6.409	14.216	0.01
	داخل المجموعات	178.980	397	.451		
	المجموع	191.798	399	-		

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ف" دالة إحصائياً عند مستوى 0.01 ، مما يشير إلى وجود فروق بين الشباب الجامعي ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المرتفع والمتوسط والمنخفض فى كثافة متابعة المواقع الإخبارية التلفزيونية، وباستخدام اختبار Scheffe لمعرفة اتجاه الفروق كانت لصالح ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المرتفع.

وتتفق نتائج هذا الفرض مع نتيجة دراسة سعدية فوزي خليف (2016) حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب المصرى في مستوى التعرض للمواقع الإخبارية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية. اختبار صحة الفرض الثالث:

لاختبار صحة الفرض الثالث والذي ينص على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإخبارية التلفزيونية والمتغيرات الديموغرافية (النوع- نوع التعليم الجامعي - المستوى الاقتصادى الاجتماعى)". استخدم الباحث اختبار "T Test" " للمجموعات المستقلة غير متساوية العدد وأسلوب تحليل التباين (ANOVA) Analysis of Variance وتوضح الجداول (22) ، (23) ، (24) نتائج هذا الفرض:

جدول (22)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم "ت" ومستوى دلالتها للذكور والإناث من الشباب الجامعي في درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية التلفزيونية

مستوى الدلالة	قيمة "ت"	النوع					العينة المتغير	
		الإناث			الذكور			
		الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط		العدد
غير دالة	.191	.702	3.07	200	.859	3.08	200	درجة الاعتماد

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ت" غير دالة إحصائياً؛ مما يشير إلى عدم وجود فرق بين الذكور والإناث من الشباب الجامعي في درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية التلفزيونية.

جدول (23)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم "ت" ومستوى دلالتها لنوع التعليم الجامعي للشباب في درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية التلفزيونية

مستوى الدلالة	قيمة "ت"	نوع التعليم الجامعي						العينة المتغير
		خاص			حكومي			
		الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
0.01	2.615	.666	2.96	183	.861	3.17	217	درجة الاعتماد

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ت" دالة إحصائياً عند مستوى 0.01؛ مما يشير إلى وجود فرق بين نوع التعليم الجامعي الحكومي والخاص للشباب الجامعي في درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية التلفزيونية.

جدول (24)

نتائج تحليل التباين للكشف عن الفروق بين الشباب الجامعي ذوى المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع والمتوسط والمنخفض في درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية التلفزيونية.

مستوى الدلالة	قيمة "ف"	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير
غير دالة	.410	.252	2	.504	بين المجموعات	درجة الاعتماد
		.616	397	244.393	داخل المجموعات	
		-	399	244.898	المجموع	

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ف" غير دالة إحصائياً؛ مما يشير إلى عدم وجود

فروق بين الشباب الجامعي ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المرتفع والمتوسط والمنخفض فى درجة اعتمادهم على المواقع الإخبارية التليفزيونية. تختلف نتيجة هذا الفرض من حيث النوع والمستوى الاقتصادى الاجتماعى مع دراسة مايا أحمد البيضا (2013) حيث أشارت إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين الباحثين من خلال المتغيرات الديموجرافية ودرجة الاعتماد على القنوات الفضائية اللبنانية.

اختبار صحة الفرض الرابع:

لاختبار صحة الفرض الأول والذي ينص على أنه " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام الشباب بقضايا الاقتصاد المصري ومستوى معلوماتهم نحوها" استخدم الباحث معامل الارتباط Correlation Coefficient التتابعى ليبرسون بواسطة الحزمة الإحصائية المعروفة اختصاراً ب Spss.V.20 لمعرفة قيمة معامل الارتباط بين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام الشباب بقضايا الاقتصاد المصري ومستوى معلوماتهم نحوها. يوضح جدول (25)، (26) نتائج هذا الفرض:

جدول (25)

قيم معاملات الارتباط بين درجة اهتمام الشباب بمتابعة القضايا الاقتصادية المصرية ومستوى معلوماتهم عن قرارات المجلس الأعلى للاستثمار

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
درجة اهتمام الشباب الجامعى ومستوى المعلومات	.095	غير دالة

يتضح من الجدول السابق عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين درجة اهتمام الشباب بمتابعة القضايا الاقتصادية المصرية ومستوى معلوماتهم عن قرارات المجلس الأعلى للاستثمار.

جدول (26)

قيم معاملات الارتباط بين درجة اهتمام الشباب بمتابعة قضايا الاقتصاد المصري ومستوى معلوماتهم عن الإجراءات التى اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التى تمر بها مصر

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
درجة اهتمام الشباب الجامعى ومستوى المعلومات	.116	0.05

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى 0.05 بين درجة اهتمام الشباب بمتابعة القضايا الاقتصادية المصرية ومستوى معلوماتهم عن الإجراءات التى اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التى تمر بها مصر.

ومن نتائج الفرض السابق يرى الباحث إنه عندما تزيد درجة اهتمام الشباب بالمواقع الإخبارية التليفزيونية زاد بالتالي مستوى معلوماتهم عن قضايا الاقتصاد المصري نظراً للتغطية المستمرة وتقديم معلومات عن تلك القضايا على مدار اليوم معتمدة في ذلك على استخدام أشكالاً متنوعة لعرض المحتوى (نص- صورة- مقاطع فيديو حية).

اختبار صحة الفرض الخامس:

لاختبار صحة الفرض الخامس والذي ينص على أنه " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على متابعة المواقع الإخبارية التليفزيونية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة نحو قضايا الاقتصاد المصري" استخدم الباحث معامل الارتباط Correlation Coefficient التتابعي لبيرسون بواسطة الحزمة الإحصائية المعروفة اختصاراً ب Spss.V.20 لمعرفة قيمة معامل الارتباط بين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التليفزيونية ومستوى معلوماتهم عن قضايا الاقتصاد المصري. يوضح جدول (27)، (28) نتائج هذا الفرض:

جدول (27)

قيم معاملات الارتباط بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على متابعة المواقع الإخبارية التليفزيونية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو قرارات المجلس الأعلى للاستثمار

الوسيلة	التأثيرات	المعرفية	الوجدانية	السلوكية
المواقع الإخبارية التليفزيونية	**0.230	**0.369	**0.162	

(**) دالة إحصائية عند مستوى 0.01

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية عند مستوى 0.01 بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على متابعة المواقع الإخبارية التليفزيونية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو قرارات المجلس الأعلى للاستثمار.

جدول (28)

قيم معاملات الارتباط بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على متابعة المواقع الإخبارية التليفزيونية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو الإجراءات التي اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التي تمر بها مصر

الوسيلة	التأثيرات	المعرفية	الوجدانية	السلوكية
المواقع الإخبارية التليفزيونية	*0.127	**0.225	**0.155	

(*) دالة إحصائية عند مستوى 0.05

(**) دالة إحصائية عند مستوى 0.01

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى 0.05 بالنسبة للتأثيرات المعرفية ودالة إحصائياً عند مستوى 0.01 بالنسبة للتأثيرات الوجدانية والسلوكية.

ومن نتائج الفرض السابق يرى الباحث إنه عندما تزيد درجة اعتماد الشباب على متابعة المواقع الإخبارية التليفزيونية زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية تجاه قضايا الاقتصاد المصري .

وتتفق نتيجة هذا الفرض مع دراسة أيمن أبو زيد (2006) حيث توجد علاقة بين اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية الإخبارية العربية وحدث تأثيرات معرفية وسلوكية ووجدانية، وتتفق أيضاً مع دراسة مريم محمد الشهاوى (2017) (45) حيث توجد علاقة دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين على الصحف

الإلكترونية المصرية فيما يتعلق بالعلاقات المصرية الأمريكية بعد ثورة 30 يونيه وبين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد. اختبار صحة الفرض السادس:

لاختبار صحة الفرض السادس والذي ينص على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى معلومات الشباب الجامعي عن قضايا الاقتصاد المصري والمتغيرات الديموغرافية (النوع- نوع التعليم الجامعي- المستوى الاقتصادي الاجتماعي). " استخدم الباحث اختبار "T Test" " للمجموعات المستقلة غير متساوية العدد وأسلوب تحليل التباين (ANOVA) Analysis of Variance وتوضح الجداول (29)، (30)، (31)، (32)، (33)، (34) نتائج هذا الفرض:

جدول (29)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم "ت" ومستوى دلالتها للذكور والإناث من الشباب الجامعي في مستوى معلوماتهم عن قرارات المجلس الأعلى للاستثمار

مستوى الدلالة	قيمة "ت"	النوع						العينة المتغير مستوى المعلومات
		الإناث			الذكور			
		الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
0.01	7.866	.977	5.22	178	.519	5.86	194	

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ت" دالة إحصائياً عند مستوى 0.01 ؛ مما يشير إلى وجود فرق بين الذكور والإناث من الشباب الجامعي في مستوى معلوماتهم عن قرارات المجلس الأعلى للاستثمار.

ونجد أن الفروق هنا لصالح الذكور ويرجع الباحث أسباب هذه النتيجة إلى طبيعة الذكور التي تتميز دائماً بالبحث عن العمل وعن التفكير في بناء حياته فكانت قرارات المجلس الأعلى للاستثمار شئ مهم له لأنها قد تؤثر على قراراته في بناء مستقبله وعلى اختيار طبيعة عمله.

جدول (30)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم "ت" ومستوى دلالتها لنوع التعليم الجامعي للشباب في مستوى معلوماتهم عن قرارات المجلس الأعلى للاستثمار

مستوى الدلالة	قيمة "ت"	نوع التعليم الجامعي					العينة المتغير	
		خاص			حكومي			
		الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط		العدد
0.01	2.548	.899	5.44	183	.752	5.66	189	مستوى المعلومات

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ت" دالة إحصائياً عند مستوى 0.01؛ مما يشير إلى وجود فرق بين نوع التعليم الجامعي الحكومي والخاص للشباب الجامعي في مستوى معلوماتهم عن قرارات المجلس الأعلى للاستثمار.

جدول (31)

نتائج تحليل التباين للكشف عن الفروق بين الشباب الجامعي ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المرتفع والمتوسط والمنخفض فى مستوى معلوماتهم عن قرارات المجلس الأعلى للاستثمار

مستوى الدلالة	قيمة "ف"	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير
0.01	43.173	24.455	2	48.910	بين المجموعات	مستوى المعلومات
		.566	369	209.015	داخل المجموعات	
		-	371	257.925	المجموع	

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ف" دالة إحصائياً عند مستوى 0.01؛ مما يشير إلى وجود فروق بين الشباب الجامعي ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المرتفع والمتوسط والمنخفض فى مستوى معلوماتهم عن قرارات المجلس الأعلى للاستثمار، وباستخدام اختبار Scheffe لمعرفة اتجاه الفروق كانت لصالح ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المتوسط.

ويرجع الباحث أسباب هذه النتيجة إلى أن الطبقة المتوسطة ستكون الأكثر تأثراً بهذه القرارات لذلك كانت هي الطبقة الأكثر بحثاً عن معلومات حول قرارات المجلس الأعلى للاستثمار لكي تكون وجهة نظر متكاملة حول نتائج هذه القرارات على حياتهم.

جدول (32)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم "ت" ومستوى دلالتها للذكور والإناث من الشباب الجامعي في مستوى معلوماتهم عن الإجراءات التي اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التي تمر بها مصر

مستوى الدلالة	قيمة "ت"	النوع						العينة المتغير
		الإناث			الذكور			
		الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
0.01	2.581	.858	5.52	178	1.502	5.19	194	مستوى المعلومات

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ت" دالة إحصائياً عند مستوى 0.01؛ مما يشير إلى وجود فرق بين الذكور والإناث من الشباب الجامعي في مستوى معلوماتهم عن الإجراءات التي اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التي تمر بها مصر.

جدول (33)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم "ت" ومستوى دلالتها لنوع التعليم الجامعي للشباب في مستوى معلوماتهم عن الإجراءات التي اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التي تمر بها مصر

مستوى الدلالة	قيمة "ت"	نوع التعليم الجامعي						العينة المتغير
		خاص			حكومي			
		الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
غير الة	1.503	1.156	5.44	183	1.324	5.25	189	مستوى المعلومات

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ت" غير دالة إحصائياً؛ مما يشير إلى عدم وجود فرق بين نوع التعليم الجامعي الحكومي والخاص للشباب الجامعي في مستوى معلوماتهم عن الإجراءات التي اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التي تمر بها مصر.

جدول (34)

نتائج تحليل التباين للكشف عن الفروق بين الشباب الجامعي ذوى المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع والمتوسط والمنخفض في مستوى معلوماتهم عن الإجراءات التي اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التي تمر بها مصر

مستوى الدلالة	قيمة "ف"	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير
غير دالة	.585	.910	2	1.819	بين المجموعات	كثافة المتابعة
		1.556	369	574.138	داخل المجموعات	
		-	371	575.957	المجموع	

يتضح من الجدول السابق أن قيم "ف" غير دالة إحصائياً مما يشير إلى عدم وجود فروق بين الشباب الجامعي ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المرتفع والمتوسط والمنخفض فى مستوى معلوماتهم عن الإجراءات التى اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التى تمر بها مصر.

ويرجع الباحث أسباب هذه النتيجة إلى أن جميع طبقات المجتمع المصرى ستتأثر بهذه الإجراءات التى اتخذتها البنوك لمواجهة الأزمة الاقتصادية التى تمر بها مصر لذلك كانت جميع الطبقات تهتم بجمع معلومات عن هذه الإجراءات.

النتائج:

-تشير النتائج إلى ارتفاع نسبة متابعة الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية التلفزيونية حيث تبلغ نسبة 88% مقسمة إلى 51.8 % من الشباب الجامعي يتابعونها بصفة دائمة، 36.2 % من الشباب الجامعي يتابعونها أحياناً، في حين أن هناك 12% من عينة الدراسة من الشباب الجامعي نادراً ما يتابعون المواقع الإخبارية التلفزيونية .

-يتضح من النتائج أن أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التلفزيونية هو الانفرادات التي يقدمها الموقع الإخباري التلفزيوني حيث جاءت في الترتيب الأول، ثم يأتي في الترتيب الثاني التعرف بسهولة على الآراء المختلفة حول موضوع ما لتكوين رؤية شمولية حوله، وجاء تستخدم أشكالاً متنوعة لعرض المحتوى (نص- صورة- مقاطع فيديو حية) في الترتيب الثالث.

-أظهرت النتائج أن أهم الخدمات التفاعلية التي يرغب الشباب الجامعي في وجودها بالمواقع الإخبارية التلفزيونية هي خدمة البحث داخل الموقع حيث جاءت في الترتيب الأول، ثم جاء إمكانية بث وإنتاج مضامين ومحتويات إعلامية في الترتيب الثاني، وجاءت خدمة الاشتراك ونشر الموضوع الذي ترغبه على صفحتك الخاصة على الـ Face book أو الـ Twitter في الترتيب الثالث.

-تشير النتائج إلى أكثر القضايا التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها في المواقع الإخبارية التلفزيونية، فنجد أن القضايا الاقتصادية جاءت في الترتيب الأول، ثم جاءت القضايا السياسية في الترتيب الثاني، وجاءت القضايا الرياضية في الترتيب الثالث.

-أوضحت النتائج أهم أسباب اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة القضايا الاقتصادية بالمواقع الإخبارية التلفزيونية، فنجد أن كثافة التغطية الإعلامية لهذه القضايا جاء في الترتيب الأول، ثم جاءت الآثار الكبيرة التي تتركها على جميع شرائح المجتمع في الترتيب الثاني، وجاءت أسباب شخصية متعلقة بالمبحوث في الترتيب الثالث.

-أظهرت النتائج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التلفزيونية ومستوى معلوماتهم عن قضايا الاقتصاد المصري.

-بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التلفزيونية والمتغيرات الديموغرافية (النوع- نوع التعليم الجامعي - المستوى الاقتصادي الاجتماعى).

-أوجدت النتائج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على متابعة المواقع الإخبارية التلفزيونية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة نحو قضايا الاقتصاد المصري.

التوصيات:

1. ضرورة تحديث محتوى المواقع الإخبارية التلفزيونية أكثر من مرة فى اليوم والتنوع فى المحتوى المقدم حتى تجذب المستخدم لمتابعة الموقع.
2. يجب أن تتيح المواقع خاصية البحث داخل الموقع وذلك ليتمكن مستخدمى الموقع من البحث على المعلومات والموضوعات والقضايا المختلفة التى يريدها بسهولة.
3. ضرورة تدريب القائمين على المواقع الإخبارية التلفزيونية على كيفية استخدام التكنولوجيا الحديثة وخاصة المرتبطة بالإعلام الجديد.
4. أهمية استفادة القائمين على المواقع الإخبارية التلفزيونية من الخدمات التفاعلية التى تتيحها شبكة الإنترنت وخاصة فى مجال الإعلام.
5. ضرورة تدعيم الموضوعات التى تنشر بالمواقع الإخبارية التلفزيونية بالوسائط المتعددة المختلفة حتى تكون أكثر قدرة على جذب المستخدم والتأثير فيه.

- 1-سعدية فوزي محمود خليف" دور المواقع الإخبارية في التنقيف السياسي وعلاقته بإدراك الشباب المصري في الداخل والخارج للتحويلات السياسية في مصر " رسالة دكتوراه غير منشورة،(جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2016.
- 2-سعيد مفتاح حمد سعيد" اعتماد الشباب الجامعي الليبي على مواقع القنوات الإخبارية العربية في تشكيل معارفه واتجاهاته نحو القضايا السياسية : دراسة تحليلية وميدانية" رسالة دكتوراه غير منشورة،(جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2016.
- 3-ملك محمود محمود اسماعيل"صورة مصر كما تعكسها المواقع الإخبارية الأجنبية : دراسة تحليلية مقارنة " رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام ، 2016).
- 4-محمود جمال عبد الرحمن، "دور المواقع الإلكترونية للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية في إمداد الجاليات المصرية بالمعلومات حول الأحداث السياسية في مصر"، رسالة دكتوراه غير منشورة ،(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون،2015).
- 5-أمنية أحمد حامد،" المواقع الإلكترونية الموجهة إلي المراهقين ودورها في إشباع إحتياجاتهم الإعلامية : دراسة تحليلية وميدانية " رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الإعلام،2014).
- 6-عبد المحسن أحمد عقيله،" تأثير استخدام بعض القنوات الفضائية لوسائل الإعلام الجديد على الخدمة الإخبارية "رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2014).
- 7- Nai-Se Li,(2013) " Gratifications Obtained from Television Shows on Internet TV and Conventional TV" master's thesis,(Iowa State University)
- 8-سعدية فوزي محمود، " دور المواقع الإخبارية في حصول شباب المغتربين المصريين علي المعلومات عن أحداث ثورة 25 يناير " رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2012).
- 9-حلمى محمود محسب ،" قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت بالتطبيق على موقعي الجزيرة و"CNN ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد التاسع والعشرون (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، يناير - مارس 2008) ص ص 221- 264.
- 10-دينا فكرى خضر، " المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية العربية في مواقع القنوات التلفزيونية العربية على شبكة الإنترنت"رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2008).
- 11-Carolyn A. Lin(2008) , " Technology fluidity and on-demand webcasting adoption " Journal of Telematics and Informatics, Vol.25, Issue 2, pp. 84-98
- 12-عبد الله أبو راس، "معالجة مواقع الإنترنت الإخبارية العربية لعملية الإصلاح السياسي في المملكة العربية السعودية " رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم

(الصحافة، 2007).

13-فاطمة الزهراء محمد،" تأثير استخدام الإنترنت على المنتج الصحفي" رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، 2007).

14-داليا كمال عواد،"بناء الأطر الشكلية والموضوعية للخطاب الصحفي أثناء الأزمات بالمواقع الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو هذه الأزمات" رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2016).

15-مصطفى قيس العزاوي،" اعتماد الشباب الجامعي العراقي على مواقع التواصل الإجتماعي في متابعة النشرات الإخبارية وتأثيراته على متابعة التلفزيون" رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2016).

16-أمينة إبراهيم شبايك." دور المواقع الإلكترونية العربية في توعية الشباب المصري بمجال التنمية البشرية"، رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة الأزهر: كلية الإعلام،2015).

17-إسماعيل أحمد برغوت." اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية وقت الأزمات"، رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، 2014).

18-مايا أحمد البيضا." التغطية التلفزيونية للقضايا اللبنانية السياسية وعلاقتها باتجاهات الرأي العام اللبناني نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2013).

19-مصطفى هلال محمد." اعتماد النخبة المصرية على المواقع الإلكترونية للصحف العربية والأجنبية في الحصول على المعلومات : دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا : كلية الآداب، قسم الإعلام، 2011).

20-أماني محمد السيد."مدى اعتماد الشباب المصري على شبكة الإنترنت في متابعة القضايا العربية مع التطبيق على القضية الفلسطينية"،رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2010).

21-إلهام يونس أحمد." العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري واتجاهاته نحوها : دراسة مسحية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2010).

22-عبد الحكيم عمر مكارم." دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية على طلاب الجامعات اليمنية"، رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات، 2009).

23-Mathew Luveless (2008), " Media Dependency: Mass Media as Sources of information in the Democratizing Countries of Central and Eastern Europe", Journal of Democratization, Vol.15, No.1, pp.162- 183.

24-محمد هلال." دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية" رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2007).

25-أيمن أبو زيد." اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية خلال الأزمات"، رسالة

- دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2006).
- 26- Amanda Mitra (2005) "Exploring Wep usage and Selection Criteria among Male and Female students " Tournal of computer- Mediated communication, Vol.10 , pp.42- 66.
- 27-محمود أحمد مزيد . " اعتماد المراهقين على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية " ،المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السادس ، العدد الثاني (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، يوليو - ديسمبر ، 2005).
- 28- Micheal Shapiro and Makana Choch (2004) , " Media Dependency and Perceived Reality Fiction and News", Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol.48 ,Issue. 4, pp.675- 692
- 29-آمال الغزاوى ، دينا عرابي . " دور وسائل الإعلام فى تشكيل معارف وتكوين اتجاهات المصريين بالخارج نحو قضايا الوطن : دراسة ميدانية على عينة من العمالة المصرية بجدة بعد ثورة يناير" ، المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر ، " الإعلام وبناء الدولة الحديثة " (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، الجزء الأول ، 1-2 يوليو 2012)، ص540.
- 30-محمد منير حجاب . نظريات الاتصال ، ط1 (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2010) ص301.
- 31-جمال عبد العظيم احمد ، " اتجاهات جمهور وسائل الإعلام في البحرين نحو المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية : دراسة مقارنة لجمهور الوسائل التقليدية والشبكات الاجتماعية " ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد العاشر، العدد الرابع (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، يوليو- ديسمبر 2011)، ص67.
- 32-محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، ط1(القاهرة : الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003)ص282.
- 33- Yoonwhan Cho(2009)," New Media Uses and Dependency Effect Model: Exploring the Relationship Between New Media Habit, Dependency Relation, and Possible Outcomes", Ph.D (The State University of New Jersey) p.13
- 34- Grant, August E.; Guthrie, K. Kendall; Ball-Rokeach, Sandra J.(Dec 1991)"Television Shopping, A Media System Dependency Perspective", Communication Research , Vol 18.No.6 ,p. 775
- 35-William E.Loles and Sandra J.Ball Rokeach(1993)."Dependency Rebellions and Newspaper Readership", Journalism Quarterly, vol.70,No.3 , ,p.603
- 36- Grant, August E.; Guthrie, K. Kendall; Ball-Rokeach, Sandra J(Dec 1991).,Op.cit p. 775
- 37-محمد منير حجاب ، نظريات الاتصال ، مرجع سابق ، ص302.
- 38-سوزان يوسف القليني، الاتصال ووسائله ونظرياته، (القاهرة : دار النهضة العربية ، 1998) ص190.

39- McQuail, Denis & Sven Windahl.(1995)" Communication Models For The Study of Mass Communication" ,2nd Edition ,London and New York : Longman,P.114

40- ليلي محمود فرج "العلاقة بين استخدام المكفوفين لإذاعة ومستوى معرفتهم بالأحداث الجارية " رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2012) ص 96 .

41- عبد الرحمن درويش ، مقدمة إلى علم الاتصال ، ط1 (القاهرة : عالم الكتب ، 2012) ص 205 .

*السادة المحكمين لصحيفة الاستقصاء:

أ.د/ اعتماد خلف معبد: أستاذ الإعلام وثقافة الطفل - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.

أ.د/ خالد صلاح الدين: أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

أ.د/ محمد معوض: أستاذ الإعلام وثقافة الطفل - معهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.

42- هند السيد حجازي، " تقنيات إنتاج النصوص الفائقة بالمواقع الإخبارية واستخدامات الشباب الجامعي لها " رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوي ، 2016).

43- رباب رأفت الجمال . "دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل معارف وتكوين اتجاهات المصريين نحو قضايا التحول السياسي في مصر للفترة ما بعد ثورة 25 يناير دراسة في إطار نظرية المجال العام "، المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر ، " الإعلام وبناء الدولة الحديثة " (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، الجزء الأول ، 1-2 يوليو 2012) ص ص 465-530.

44- عبدالخالق إبراهيم، "العلاقة بين الأساليب الإخراجية والتحريرية الورقية والإلكترونية المستخدمة في الصحافة المصرية ومستوى المعرفة لدى الشباب الجامعي بالأحداث الجارية" رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنصورة : كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2012).

45- مريم محمد الشهاوى ، " دور الصحافة الإلكترونية المصرية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو العلاقات المصرية الأمريكية بعد ثورة 30 يونيه " رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2017).