

اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية في متابعة القضايا الاقتصادية دولياً

د. أمال سعد الدين حسين حنبي*

ملخص الدراسة

تستهدف الدراسة التعرف على أسباب اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية الصادرة في المملكة العربية السعودية، وقدرتها على القيام بدورها الأساسي المتمثل في تحقيق التأثير المعرفي والوجداني والسلوكي نتيجة متابعة التغطيات الصحفية للمستجدات والأحداث المرتبطة بالشأن الاقتصادي، والوصول إلى مؤشرات حول سمات المضمون الاقتصادي المميز الذي يحقق المتابعة الجماهيرية. واستخدمت الدراسة منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة يبلغ عددها ٢٠٠ مفردة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- تتنوع الوسائل الإعلامية التي يتابعها المبحوثون لمعرفة التأثيرات الاقتصادية الحالية والمحتملة في نشاط رأس المال بالمملكة العربية السعودية وتداعياتها؛ فكانت "النشرات والبرامج الاقتصادية بالقنوات العامة" في المرتبة الأولى بنسبة (٤٠%)، ثم "الصفحات الاقتصادية بالصحف العامة" بنسبة (٢٨%)، ف "القنوات الفضائية الاقتصادية" بنسبة (٢٤%). وفي المرتبة الأخيرة، وردت كل من "الصحف الاقتصادية المتخصصة" و"المواقع الاقتصادية المتخصصة" بنسبة (٨%) لكل منهما.
- تتعدد الأشكال الصحفية التي تحرص على متابعتها عينة الدراسة بالمواقع الاقتصادية؛ فكان "الخبر" بنسبة (٧٢%)، ثم "التقرير" بنسبة (٣٢%)، يلي ذلك كل من "المقال" و"الحديث" بنسبة (٢٤%)، وأخيراً "التحقيق" بنسبة (٢٠%).
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية وانطباعهم عن هذه الصحف. كما توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية ودرجة المصداقية لهذه الصحف. وتوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة الجمهور السعودي للقضايا الاقتصادية ودرجة رضاه عن معالجة هذه الصحف.
- الكلمات الدالة: الجمهور السعودي- مواقع الصحف الاقتصادية- القضايا الاقتصادية الدولية

* أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى.

The Saudi audience relying on economic journals websites content in following the international economic issues

Abstract:

The study aims to investigate the reasons of Saudi audience exposure to the economic content of the economic journals websites. It examines the role of this exposure on the audiences' knowledge and trends. The study uses the survey method and the questionnaire tool applying to a sample of 200 respondents.

Results of the study:

- The Saudi audiences use many news media to know the economic events and their effects. the economic programs in general channels come first with (40%), then the economic pages in general journals by (28%), followed by the economic satellite channels (24%), and finally the specialized economic journals and the specialized economic websites by (8%).
- There are many journalistic forms that the audience follows, the news items are in the first place by (73%), then the report by (32%), followed by the article and the interview by (24%), and finally the investigative report (20%).
- There is a statistical relationship between the audience reliability on the content of economic websites and their trends towards these websites.
- There is a statistical relationship between the audience reliability on the content of economic websites and these websites credibility.
- There is a statistical relationship between the audience reliability on the content of economic websites and the audience satisfaction with this content.

Key words: Saudi audience - economic journals websites - international economic issues.

مقدمة:

شهدت المملكة العربية السعودية تطوراً اقتصادياً في الآونة الأخيرة نجم عنه تعدد المشروعات المرتبطة بتحقيق التنمية الاقتصادية، وأصبحت تهتم الحكومة بتخصيص أموال لمشروعات عملاقة لتحسين بيئة الاستثمار. وقد تأثرت الصحافة العربية -مثلها مثل الصحف في بقية أرجاء العالم- بالتغيرات التي أحدثتها ثورة الإنترنت في صناعة المواد الإعلامية. فمع التطور التكنولوجي الهائل الذي نعيش فيه الآن، أصبح التحكم في وسائل الإعلام بشكل عام وفي الصحافة المكتوبة والإلكترونية بشكل خاص يخلق بيئة جديدة تفاعلية أكثر قدرة على الوصول لجماهيرها لبت الأخبار بشكل أسرع. فأصبحت الأخبار الصحفية المتخصصة للصحف الاقتصادية غير مقصورة على رجال الأعمال أو الاقتصاديين، بل أصبحت لها متابعيها من كل الفئات وقد لعبت الصحف الاقتصادية دوراً مهماً في تهيئة الأجواء اللازمة للحركة الاقتصادية في المجتمع وربط رجال الأعمال والاقتصاد والمؤسسات ببعضها بعضاً وبالجمهور^(١).

تحتل وسائل الإعلام الاقتصادية المتخصصة مكانة كبيرة في عالم اليوم، حيث تُمارس الصحافة الاقتصادية دوراً شديداً الأهمية في توفير البيانات والمعلومات المالية والتجارية والاقتصادية للجمهور العادي ورجال الأعمال والمتخصصين في الشأن الاقتصادي بشكل خاص. كما تسلط الضوء على المشروعات الاقتصادية القومية وحالة الاقتصاد الوطني^(٢). فقد ظهرت دراسة أجريت حول موقف الإعلام السعودي من أزمة سوق الأسهم وجود علاقة وطيدة بين رجال المال والأعمال في سوق الأسهم والقائمين على الصفحات والملاحق الاقتصادية بالصحف السعودية^(٣)؛ مما يؤكد أهمية الصحف الاقتصادية في الحياة الاقتصادية لنشر ما تحتويها من أخبار عن الاقتصاد المحلي والدولي. كما توجد عديد من الصحف السعودية الإلكترونية المتخصصة في ذلك منها "الاقتصادية"، و"جريدة العرب الاقتصادية الدولية"، و"المال"، صحيفة "المال الاقتصادية"، وصحيفة "الرياض اليومية"، والنسخة الإلكترونية "الشرق الأوسط"، و"جريدة العرب الدولية".

تعد الصحافة في المجتمعات الحديثة المصدر الأساسي للمعلومات الاقتصادية حول القضايا التي تمس مصالح الجماهير المختلفة^(٤)، لكن الصحافة ليست المصدر الوحيد لهذه الأنباء؛ فقد تزايد دور الإنترنت كمصدر حيوي للمعلومات لكل من أصحاب الشركات والمستثمرين والجمهور العادي^(٥). وتعتبر مواقع الصحف الاقتصادية هي التي تهتم بتتبع التغيرات الاقتصادية التي تحدث في أي مجتمع أو دولة وتسجيلها

وتفسيرها وتحليلها بالصيغة الصحفية التي تسهل على القاريء العادي قراءتها، وبيان مدى تأثير تلك الأخبار والأحداث والتغيرات الاقتصادية والسياسية في اقتصاد الدولة.

بشكل عام، ترجع أهمية الصحافة الاقتصادية وتغطية شئونها إلى أهمية هذا القطاع بالدرجة الأولى لأي دولة وأي مستثمر سواء على القطاع المحلي أو العالمي، حيث يُعد الاقتصاد هو المحرك والدافع الأول لكثير من القرارات السياسية، وإستراتيجيات المستثمرين بالاستثمار في دولة معينة عن غيرها. من هنا، تسعى الدراسة الحالية إلى استكشاف تأثيرات مواقع الصحف الاقتصادية في جذب الجمهور لمتابعة مضمونها الصحفي المتخصص، وكذلك قدرتها على تشكيل معارفه بشأن قضايا المجتمع السعودي الاقتصادية.

أولاً: مشكلة الدراسة

من خلال مطالعة التراث العلمي المتعلق برصد طبيعة العلاقة بين رجال الأعمال وأصحاب المشروعات السعوديين بالصحف والمواقع الإلكترونية الاقتصادية، تبين ارتفاع حجم التأثيرات التي تحدثها هذه الوسائل في الاتجاهات المجتمعية، وبالتالي تتجسد مشكلة الدراسة فيما يلي:

"رصد وتوصيف أسباب اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية الصادرة في المملكة العربية السعودية، ودور ذلك في التأثير في الجمهور معرفياً ووجدانياً وسلوكياً".

ثانياً: أهمية الدراسة

تكتسب الدراسة أهميتها من الاعتبارات التالية:

- على المستوى المجتمعي:

أصبح الملف الاقتصادي يتصدر الاهتمام العام، خاصة لأن الصحافة الإلكترونية تُعد أحد المصادر الرئيسية التي يمكن الاعتماد عليها في اتخاذ القرار الاقتصادي وتوصيل المعلومات الاقتصادية للجمهور.

تعد اتجاهات الجمهور السعودي أحد العناصر المؤثرة في توجهات رجال الأعمال في المجتمع، سواء على المستوى الاقتصادي أو الاجتماعي بل والسياسي، ولهذا فإنه من المهم دراسة العلاقة بين اعتماد الجمهور السعودي على وسائل الإعلام لمعرفة الأخبار الاقتصادية وسلوك البحث عن المعلومة الاقتصادية من جهة، واتجاهاتهم المجتمعية من جهة أخرى.

- على المستوى الأكاديمي:

تضيف الدراسة الحالية رصيّدًا معرفيًا حول علاقة الجمهور السعودي بالصحف الاقتصادية، خاصة في ظل قلة الدراسات العربية التي اهتمت بدراسة اعتماد الجمهور على الصحف الإلكترونية المتخصصة في مجال الاقتصاد. كما أن أغلبية الدراسات الأجنبية التي تناولت المواقع الاقتصادية الإلكترونية ركزت على دراسة استخدامات أفراد الجمهور العام.

توفر الدراسة الحالية معلومات وبيانات حول استخدامات الصحف والمواقع الاقتصادية، خاصة في ظل قلة الدراسات العربية التي تناولت الصحف الاقتصادية المتخصصة، وندرة الدراسات العربية التي تناولت المواقع الاقتصادية الإلكترونية.

ثالثًا: أهداف الدراسة

- في ضوء التحديد السابق للمشكلة البحثية؛ تتحدد أهداف الدراسة في:
- التعرف على كيفية اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية.
 - تحديد أساليب متابعة القضايا الاقتصادية دوليًا.
 - التعرف على طبيعة التغطية الصحفية للقضايا الاقتصادية على مواقع الصحف الاقتصادية السعودية.
 - تحديد سمات المضمون الخبري للصحف الاقتصادية وخصائصها.
 - تحديد حجم التغطيات الصحفية بالنسبة لمختلف القضايا الاقتصادية.
 - معرفة نوع القضايا الاقتصادية التي تتناولها مواقع الصحف الاقتصادية السعودية.
 - تحديد مصادر الأخبار والمعلومات التي يبحث عنها الجمهور السعودي بالصحف الاقتصادية.
 - الكشف عن علاقة استخدام الجمهور السعودي للمواقع الاقتصادية والمضمون الإخباري لمتابعته للقضايا الاقتصادية دوليًا.

رابعًا: الدراسات السابقة

تم مسح التراث العلمي الخاص برسائل الماجستير والدكتوراه، وكذلك البحوث المنشورة بالدوريات العلمية العربية والأجنبية، المعنية بقضايا الاقتصاد وعلاقتها

بالصحافة؛ لتحقيق مزيد من الاقتراب من الموضوع. وسيتم عرض أهم نتائج الدراسات التي ارتبطت بشكل ومضمون الصحافة الاقتصادية، وكذلك نتائج الدراسات التي اهتمت بتحديد العوامل المؤثرة في جمهور الصحافة الاقتصادية، وذلك كما يلي:

المحور الأول: نتائج الدراسات التي ارتبطت بشكل ومضمون الصحافة الاقتصادية

اهتم عدد من الدراسات بالتعرف على ماهية الإعلام الاقتصادي والتطور التاريخي له، ويعد التراث العلمي العربي هو الأكثر في هذا المحور، منها دراسة **نجوى كامل (١٩٩٠)** عن الصفحات الاقتصادية في جريدتي الأهرام والوفد^(٦) التي استهدفت التعرف على مضمون ما تقدمه الصفحات الاقتصادية اليومية ومدى ملاءمة هذا المضمون لاحتياجات القارئ وتحديد العوامل المؤثرة في هذا المضمون، خاصة فيما يتعلق بالسياسة الاقتصادية للدولة وشخصية الصحيفة وتأثير ثقافة واتجاهات القائم بالاتصال في المضمون عن طريق تحليل مضمون تلك الصحف خلال عام ١٩٨٩. كما اهتمت دراسة أخرى لـ **Lorimor وآخرون (١٩٨٦)** بالتعرف على معالجة القضايا الاقتصادية في الصحف الهندية^(٧)، والتعرف على فنون التحرير الصحفي المستخدمة في معالجة القضايا الاقتصادية من خلال تحليل مضمون تلك الصحف. ودراسة **Jin Guo Shen (١٩٩٥)** عن التطور التاريخي والفني لجريدة الهيرالد الاقتصادية الصينية^(٨)، حيث حاولت تحليل مضمون الصحيفة في الفترة من ١٩٨٠ حتى ١٩٨٩ والتعرف على رؤية القائمين بالاتصال في العمل في جريدة مستقلة في بلد شيوعي.

اهتمت بعض الدراسات بالتعرف على الخطاب الاقتصادي المقدم في وسائل الإعلام المختلفة، ويعد التراث الأمريكي الأبرز في هذا المجال، وقد اهتم باستخدام أداة تحليل المضمون، ومن ذلك دراسة **Klaus Bruhn (١٩٨٧)** عن الخطاب الاقتصادي المقدم في الشبكات الأمريكية^(٩) من خلال تحليل الخطاب المقدم في شبكة ABC و CBS الأمريكية خلال أسبوع من شهر سبتمبر ١٩٨١. ودراسة **محمد حسام (٢٠٠١)** عن التغطية الغربية لشئون العالم الإسلامي^(١٠) بالتطبيق على مجلة الإيكونوميست. ودراسة **عزة علي عزت (١٩٨٨)** عن صورة مجلس التعاون الخليجي في الصحافة البريطانية^(١١) التي استهدفت التعرف على الصورة الذهنية لدى البريطانيين عن عرب الخليج بالمقارنة بالصورة المقبولة أو النمطية كما تقدمها صحيفة الفايننشال تايمز، وذلك في الفترة من ١٩٧٣ إلى ١٩٨١. ودراسة عبد الجواد سعيد ربيع (٢٠٠٣) التي استهدفت التعرف على مدى التزام صحف الأهرام والوفد والأسبوع كماً وكيفاً في معالجة القضايا الاقتصادية في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية^(١٢). ودراسة **David E. Harrington (١٩٨٩)** عن أسلوب معالجة القضايا الاقتصادية في شبكة CBS الأمريكية^(١٣) من خلال تحليل مضمون مواد تلك الشبكة في الفترة من ١٩٧٣ إلى

١٩٨٤، وهي تمثل ثلاث فترات انتخابية وأوقات زيادة معدلات التضخم والبطالة. ودراسة **David waterman & Everett M. Rogers** (١٩٩٤) التي قارنت بين الشبكات التليفزيونية لـ ٣٤ دولة آسيوية والشبكات الأمريكية^(١٤)؛ وذلك للتعرف على مدى تأثير الحالة الاقتصادية للدولة في اعتماد الشبكات على البرامج المستوردة أو المنتجة محلياً ومدى استقلالية تلك الشبكات، وذلك من خلال تحليل مضمون تلك الشبكات في الفترة من ١ إلى ١٤ نوفمبر ١٩٨٩. وكان أبرز ما توصلت إليه هذه الدراسات أن القنوات تميل إلى عرض الأخبار من خلال تفسير سياسي يبتعد عن الموضوعية وهو ما أسماه الباحثون (الأيديولوجية الإخبارية) وذلك حتى يصل للقارئ إلى تفسيرات معينة.

توجد دراسات اهتمت بالتعرف على معالجة الصحافة لقضايا الإصلاح الاقتصادي، منها دراسة **إبراهيم عبد اللطيف** (١٩٩٨) عن معالجة الصحافة الحزبية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر^(١٥)، حيث استهدفت التعرف على أسلوب معالجة الصحف الحزبية مايو والوفد والأهالي والشعب لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر في الفترة من ١٩٨٧ إلى ١٩٩٤، وذلك من خلال تحليل مضمون تلك الصحف للتعرف على مدى تأثير الأيديولوجية الحزبية في الاختلاف في المعالجة ومدى تأثير ثقافة واتجاهات القائم بالاتصال وإيمانه بالمبادئ الحزبية في الصحيفة التي يعمل بها. ودراسة **نوال عبد العزيز الصفتى** (١٩٩٨) عن معالجة الصحافة الحزبية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر^(١٦) خلال عام ١٩٩٧ من خلال تحليل مضمون صحف الوفد، والأهالي، والشعب، ومايو. ودراسة **سامي طابع** (١٩٨٥) عن أثر سياسة الانفتاح الاقتصادي في مصر في السياسات الإعلانية^(١٧)، حيث استهدفت التعرف على المتغيرات التي طرأت على السياسات الإعلانية في مصر بعد اتباع الحكومة لسياسة الانفتاح الاقتصادي كسياسة اقتصادية جديدة، وذلك من خلال تحليل مضمون الإعلانات في صحف الأهرام، والأخبار، وحواء، وآخر ساعة، وأكتوبر خلال الفترة من ١٩٧٤ إلى ١٩٨٠. ودراسة **محمد المرسي** (١٩٨٨) عن تأثير سياسة الانفتاح الاقتصادي في الموضوعات والشخصيات التي تعالجها الدراما السينمائية^(١٨)، حيث استهدفت الدراسة التعرف على شكل رجل الأعمال والأنشطة الاقتصادية التي يمارسها في الدراما السينمائية المصرية بعد تطبيق الحكومة المصرية سياسات الانفتاح الاقتصادي في السبعينيات وأوائل الثمانينيات. ودراسة **سها فضل** (٢٠٠٠) عن العوامل المؤثرة في تشكيل الخطاب الاقتصادي المتعلق بقضية الخصخصة^(١٩)، حيث اهتمت تلك الدراسة بالتعرف على العوامل التي تدخلت في تشكيل الخطاب الصحفي المتعلق بقضايا

الخصخصة من خلال تحليل خطاب صحف الأهرام والعربي والأسبوع خلال عام ١٩٩٩. وكان أبرز ما توصلت إليه هذه الدراسات هو أن كل صحيفة تعالج قضايا الإصلاح الاقتصادي حسب رؤيتها السياسية.

دراسات اهتمت بالتعرف على تأثير الإطار الإعلامي في معالجة الشئون الاقتصادية، ومنها دراسة أمل السيد (٢٠٠٧) عن أطر معالجة قضايا الاقتصاد المصري في الصحف الاقتصادية الخاصة "عالم المال" و"الاقتصادية"^(٢٠)، خلال الفترة الزمنية من مايو إلى نهاية يوليو ٢٠٠٧؛ بهدف استطلاع ورصد وتحليل مكونات الخطاب الصحفي إزاء قضايا المجتمع والتعرف على اتجاهات هذه الصحف نحو القضايا ومدى ملاءمة الخطاب الصحفي للمرحلة التنموية التي يمر بها المجتمع. ودراسة Regina G.lawerence (٢٠٠٠) عن التغطية الإخبارية للصحافة الأمريكية لقضية الرعاية الاجتماعية^(٢١)، حيث استهدفت الدراسة التعرف على الأطر المستخدمة في معالجة قضية الرعاية الاجتماعية الأمريكية من خلال تحليل مضمون صف لوس أنجلوس تايمز والواشنطن بوست ومجلة النيوزويك والتايم وأخبار الولايات المتحدة وتقرير العالم خلال عام ١٩٩٦.

اهتمت مجموعة من الدراسات الأمريكية باستخدام المقارنة بين مجتمعات متباينة، منها دراسة Claes H. Devreese وآخرون (٢٠٠١) عن الأطر المستخدمة في القنوات التلفزيونية الأوروبية لمعالجة القضايا الاقتصادية^(٢٢)، حيث استهدفت التعرف على الأطر المستخدمة في كل من نيوزلندا والدانمارك وألمانيا وإنجلترا في قنواتهم التلفزيونية لمعالجة قضية تطبيق العملة الموحدة (اليورو) من خلال تحليل مضمون تلك القنوات خلال شهر يناير ١٩٩٩. ودراسة Sung tae Kim & David H. Weaver (٢٠٠٣) عن الأطر المستخدمة في معالجة الأزمة الآسيوية الاقتصادية^(٢٣)، التي اهتمت الدراسة بتحليل كل من المضمون الظاهر والإطار الخبري للتغطية الصحفية لقضيي الأزمة الاقتصادية الآسيوية ١٩٩٧ ونزع الأسلحة النووية لمعرفة أساليب الاختيار والتناول في الجرائد الكبرى، وذلك من خلال التطبيق على خمس دول هي الولايات المتحدة واندونيسيا وكوريا الجنوبية وتايلاند وماليزيا؛ لمعرفة أوجه الشبه والاختلاف في المعالجة الصحفية في القضيتين واطراف الولايات المتحدة في أحد جانبي المقارنة، في حين وضعت الدول الآسيوية كلها في الجانب المقابل. ودراسة Semetko Holli A. & valkenburg patti M (٢٠٠٠) عن الأطر المستخدمة في معالجة اجتماع رؤساء الاتحاد الأوروبي^(٢٤)، حيث استهدفت المقارنة بين الأطر التي قدمها

الإعلام الألماني في تغطية اجتماع الرؤساء الأوروبيين في امستردام عام ١٩٩٧ لتقرير السياسة الاقتصادية الأوروبية، وذلك من خلال تحليل مضمون مواد أربع صحف ألمانية وثلاث قنوات تلفزيونية ألمانية في الفترة من ١ مايو إلى ٢٠ يونيو ١٩٩٧. ودراسة **Joe Bobhester** (٢٠٠٣) عن أطر المعالجة المستخدمة في وسائل الإعلام الأمريكية للقضايا الاقتصادية^(٢٥)، التي استهدفت التعرف على أطر المعالجة المقدمة في كل من النيويورك تايمز وشبكة ABC عن طريق تحليل مضمونهما في الفترة من يوليو ١٩٩٨ حتى ٢٠٠٢ ومقارنتها بإدراك الجماهير الذي أظهره الاستبيان على عينة عشوائية سواء بالسلب أو بالإيجاب وتوقعاتهم المستقبلية لها. ودراسة **Devreese** **claes H.** (٢٠٠٤) عن الأطر المستخدمة في الشبكات التلفزيونية^(٢٦) تجاه قضية توسيع عضوية الاتحاد الأوروبي، حيث استهدفت التعرف على تأثير الأطر الإعلامية التلفزيونية (الأمريكية والأوروبية) تجاه قضية زيادة أعضاء الاتحاد الأوروبي سواء الظاهر منها أو الكامن عن طريق تحليل مضمون تلك الشبكات من خلال استخدام برنامج قاعدة بيانات (Nexis) في البحث عن كل ما ينشر في الصحف الأمريكية والبريطانية خلال شهر مايو ٢٠٠٠ ومقارنتها بإدراك عينة من الجماهير.

اهتمت مجموعة من الدراسات بالتحرف على الأطر الاقتصادية المستخدمة في مجتمع واحد، منها دراسة **Mira Moshe** (٢٠٠٤) عن الأطر المستخدمة في الجريدة الاقتصادية الإسرائيلية جلوبز **Globes**^(٢٧)، حيث استهدفت التعرف على الأطر المستخدمة في معالجة القضايا الاقتصادية عقب اندلاع انتفاضة الأقصى في الفترة من سبتمبر ١٩٩٩ حتى سبتمبر ٢٠٠٢ عن طريق تحليل مضمون تلك الصحيفة. ودراسة **دينا يحيى** (٢٠٠٣) عن الإطار الإعلامي المستخدم في الصحف المصرية في معالجة قضية تحرير سعر الصرف^(٢٨)، حيث استهدفت اختبار تأثير أبعاد الإطار الإعلامي للصحف المصرية (الأهرام والوفد) في معالجة قضية تحرير سعر الصرف من خلال الوصف والتحليل الخبري في الفترة من منتصف مارس ٢٠٠٣ إلى منتصف مايو ٢٠٠٣. ودراسة **D. Havan V.** وآخرون (٢٠٠٢) عن تأثير الفضائح الرئاسية في المعالجة الإخبارية الاقتصادية^(٢٩)، حيث استهدفت اختبار فرض مؤداه أن التغطية الإخبارية للفضائح تُستخدم لتحويل انتباه الأفراد عن التطورات الاقتصادية، وذلك من خلال تحليل مضمون الصحف والشبكات الأمريكية عن طريق استخدام برنامج قاعدة بيانات (Nexis) في البحث خلال الفترة من يناير ١٩٩٣ وحتى مارس ١٩٩٩، أي خلال بروز فضيحة الرئيس السابق بيل كلينتون ومقارنته باستطلاع رأي الجماهير وتطور متوسط الدخل الشهري للمواطن الأمريكي في ذلك الوقت.

تعليق على دراسات المحور الأول:

- اهتم معظم الباحثين في ذلك المحور بدراسة الصحافة الاقتصادية من حيث تحرير الصحف وإخراجها، وأهم القضايا الاقتصادية التي تناولتها وعلاقتها بالسياسة التحريرية للصحيفة، بالإضافة إلى الشروط الواجب توافرها في الصحفي الاقتصادي. كما أثارت بعض الإشكاليات، كتأثير الإعلان الصحفي وتأثيره في المساحة الاقتصادية.
- تناولت الدراسات التي اهتمت بتحديد خصائص المعلومة الاقتصادية خلال فترات زمنية قديمة نسبياً، إذ أُجريت آخر دراسة عام ١٩٨٩.
- غياب الدراسات المقارنة بين المجتمعات المتباينة للتعرف على خصائص الصحف الاقتصادية. بالإضافة إلى ندرة الدراسات التي تتناول المقارنة الإعلامية بين صحف عربية وأجنبية متعددة لبحث الدور الذي تمارسه في تناول قضية الإصلاح الاقتصادي المصري؛ من أجل تحديد كيف يرى الآخر قضايا العالم الثالث ومشكلاته الاقتصادية.
- اهتمت دراسات المحور الأول بتحليل معالجة قضايا العرب في الصحافة الدولية الاقتصادية وتحليل معالجة قضايا الصورة الذهنية للعرب والمسلمين، ولم تهتم بتحديد معالجة قضايا الإصلاح الاقتصادي. وتناولت تلك القضية في فترات زمنية قديمة وقصيرة.
- أظهرت دراسات هذا المحور أهمية السياسة العامة والحالة الاقتصادية للدولة في التأثير في سياسات وسائل الإعلام.
- اهتمت دراسات هذا المحور بتحليل القضايا الاقتصادية المختلفة في الصحافة بوجه عام، حيث أوضحت كيف أن كلاً من الأيدولوجية الفكرية والسياسة التحريرية لكل صحيفة تقوم بدور بارز في عرض القضية. وأوضحت الدراسات سيطرة الأطر السياسية على المعالجة الاقتصادية. وسلطت الدراسات الضوء على أن وسائل الإعلام يزداد اهتمامها بالقضايا الاقتصادية في أوقات الأزمات والانتخابات.
- استخدمت معظم الدراسات في معالجة قضايا الإصلاح الاقتصادي أسلوب تحليل المضمون دون توظيف أدوات وأساليب أعمق في التحليل، مثل تحليل الخطاب؛ للكشف عن المحتوى الكامل للنص. بالإضافة إلى تركيز بعض دراسات الإصلاح الاقتصادي على عينة زمنية قصيرة تتراوح ما بين سنة أو سنتين.

- تناولت معظم الدراسات التي اهتمت بقضية الإصلاح الاقتصادي في مصر بمراحله الأولى، ولا توجد دراسة علمية واحدة عن المضمون الإعلامي بعد التطورات والتغيرات التي طرأت على برنامج الإصلاح الاقتصادي.
- أوضحت دراسات هذا المحور تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات في صناعة الصحافة. وتأثير نمط الملكية والإمكانات المادية للمؤسسة الصحفية في طبيعة تغطيتها للموضوعات الاقتصادية. كما تناولت تأثير المعلنين والممولين في طبيعة المضمون الاقتصادي، وتأثير النظام السياسي من خلال الإعلانات المالية المقدمة للصحيفة.
- توصلت عدد من الدراسات إلى أن وسائل الإعلام تميل إلى التغطية السلبية في أوقات الأزمات، ويحكم التغطية مصالح المؤسسة؛ مما يؤثر في حجب بعض المعلومات.
- ندرة البحوث والدراسات العربية التي تناولت تحليل الإطار الإعلامي لوسائل الاتصال حول القضايا غير السياسية، وكذلك القضايا الداخلية، في حين تناولت الدراسات الأجنبية تحليل الأطر الإعلامية لعدد من أنواع القضايا البيئية والصحية والاجتماعية.
- توصلت الدراسات الأجنبية إلى أن الصحف تهتم بتقديم أطر متنوعة للقضايا الاقتصادية أكثر من التلفزيون. وأن الأطر التلفزيونية ذات تأثير أكبر في إدراك الجماهير للواقع الاقتصادي. وتوصلت الدراسات إلى أن الصحافة المكتوبة تهتم بالشؤون الاقتصادية أكثر من الأخبار التلفزيونية.
- توصلت الدراسات العربية إلى غلبة الطابع الخبري في الخطاب الصحفي وغياب الجانب التحليلي في خطاب الصحف. كما أكدت نتائج الدراسات اختلال مجالات الاهتمام التي يطرحها خطاب الصحف الخاصة، حيث يركز الخطاب على القضايا الاقتصادية المتخصصة وقضايا البورصة والبنوك، في حين يضعف الاهتمام بالمشكلات الاقتصادية ومشكلات الخصخصة والقضايا الاجتماعية والسياسية. واتسم خطاب الصحف الخاصة والحزبية في معظمه بالطابع السلبي وكرس صورة شديدة السلبية للاقتصاد المصري.
- توصلت الدراسات إلى أن وسائل الإعلام تميل إلى تبني أطر النخبة السياسية الحاكمة في أوقات الانتخابات والأزمات وأطر الصراع بين المرشحين، وتأكيد النمو الاقتصادي الذي تحقق خلال فترة المرشح.

- توصلت الدراسات إلى أن اختلاف الأطر ليس نتيجة لاختلاف الوسائل دائماً، إنما نتيجة لاعتماد بعض الوسائل على الأطر المثيرة للمشاعر، وأخرى تعتمد على أطر عقلانية وقانونية، وأخرى تعتمد على إبراز إطار الصراع السياسي وما سيجنيه المواطن من ذلك.

المحور الثاني: دراسات اهتمت بالعوامل المؤثرة في جمهور الصحافة الاقتصادية

اهتم عدد من الباحثين بالعوامل المؤثرة في قارئية الصحف، منها دراسة أمل السيد (٢٠٠٢) عن العوامل المؤثرة في قارئية الصحف المتخصصة^(٣٠)، سواء المتعلقة بالمضمون الذي تقدمه أو بالقارئ الذي تتوجه إليه أو بالقائم بالاتصال وبالإطار الذي يعمل في ظله، وذلك من خلال تحليل مضمون الأهرام الاقتصادي في الفترة من أول يناير حتى نهاية فبراير ٢٠٠١. ويتحدد أبرز ما توصلت إليه الدراسة في توافق أجندة الاهتمامات التي تطرحها الصحيفة مع أجندة الاهتمامات القومية التي تطرحها القيادة السياسية في مصر.

استهدف عدد من الباحثين التعرف على المتغيرات المؤثرة في دور الصحافة في تكوين الرأي العام، ومنها دراسة جمال عبد العظيم (٢٠٠٢) عن الحملات الصحفية ودورها في تكوين الرأي العام المصري^(٣١) نحو قضيتي القانون رقم ٩٣ لسنة ١٩٩٥، والخصخصة من خلال تحليل المضمون والخطاب في صحف الأهرام والأخبار والوفد والشعب والأهالي خلال عامي ١٩٩٥-١٩٩٦، ومقارنة مواقف الصحف من القضيتين بعينة من الرأي العام. ودراسة سامية عبد المجيد الأغبري (٢٠٠٥) عن اتجاهات الخطاب الاقتصادي في الصحافة اليمنية^(٣٢)، والتعرف على طبيعة أو بنية الخطاب الاقتصادي وأولوياته إزاء السياسات الاقتصادية التي تبنتها الدولة من خلال برنامج الإصلاح الاقتصادي، ومقارنتها بأولويات القضايا الاقتصادية للجماهير، وذلك من خلال تحليل مضمون وخطاب الصحف القومية والحزبية اليمنية في الفترة من ١٩٩٥ إلى ٢٠٠٤. ودراسة السيد بهنسي (٢٠٠١) عن اتجاهات الرأي العام نحو قضايا التحول الاقتصادي^(٣٣)، حيث استهدفت التعرف على مدى تأثير الاتجاه السائد في وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو قضايا التحول الاقتصادي ومقارنته بالتأثير المجتمعي وتأثير الاتصال المواجهي والتعرف على المتغيرات المختلفة التي تتحكم في استعداد الأفراد للتعبير عن آرائهم بشكل معلن، وذلك من خلال تحليل مضمون الأهرام والبرنامج العام والقناة الأولى والوفد والأهالي عام ٢٠٠٠ ومقارنته بآراء ٤٠٠ مفردة من العاملين في النقابات المختلفة. ودراسة **Haller. BH** و **Norpoth Helmut & (١٩٩٧)** عن تأثير حجم التعرض للقضايا الاقتصادية في وسائل الإعلام^(٣٤)، وذلك من خلال إجراء استبيان لعينات مختلفة من الشباب لاختبار

مدى تأثير حجم التعرض بشكل مختلف بين أفراد الجمهور في اتجاهاتهم نحو القضايا الاقتصادية في وسائل الإعلام. وكان أبرز ما توصلت إليه هذه الدراسات هو أن تأثير إدراك الأفراد للاتجاه السائد في الاتصال المواجهي والمجتمع يتفوق على تأثير إدراك الأفراد للاتجاه السائد في وسائل الإعلام نحو قضايا التحول الاقتصادي. كما كان أغلبية الجمهور ليس لديهم أى معرفة بالمصطلحات الاقتصادية.

اختبرت مجموعة من الدراسات تأثير الإعلام بالنسبة للجمهور في فترات زمنية طويلة منها، دراسة **H. Deniswu وآخرون (٢٠٠٢)** التي حاولت التعرف على مدى تأثير تغير معالجة جريدة النيويورك تايمز الأمريكية للشئون الاقتصادية في الجمهور في الفترة من ١٩٨٧ إلى ١٩٩٦^(٣٥)، وذلك من خلال تحليل مضمون الصحيفة ومقارنته بأراء الجماهير. وتوصلت الدراسة إلى أن الجمهور يميل إلى التعرض لوسائل الإعلام في حالات هبوط المؤشرات الاقتصادية وانعكاسها على حياتهم الخاصة.

اهتمت مجموعة من الدراسات بالتعرف على ترتيب أولويات الجماهير تجاه قضايا محددة، منها دراسة **Stuart N. soroka (٢٠٠٢)** عن تأثير الصحف الكندية في ترتيب أولويات الجماهير نحو ثلاث قضايا^(٣٦)، وهس التضخم، والتلوث البيئى، والدين والعجز في الموازنة العامة للدولة في الفترة من ١٩٨٥ حتى ١٩٩٥ من خلال تحليل مضمون مواد تلك الصحف ومقارنتها بأراء الجماهير. ودراسة **Jacmin Jung (٢٠٠٣)** التي استهدفت التعرف على طرق تغطية الأخبار الاقتصادية ومدى قارئية المحتوى فيها^(٣٧)، حيث قامت الدراسة بتحليل ثلاث صحف وثلاثة مواقع للإنترنت من الصحف والمواقع الأكثر انتشاراً في الولايات المتحدة. ودراسة **su lishan (٢٠٠٨)** عن تأثير تغطية وسائل الإعلام الأمريكية للشئون الاقتصادية في الجمهور في أوقات الرخاء وأوقات الازمات^(٣٨)، خلال الفترة الزمنية من ١٩٩٧ إلى ٢٠٠٦ في مجلة Business Week. وأبرز ما توصلت إليه الدراسات في هذه النقطة هو أن وسائل الإعلام لديها تأثير محدود في أوقات الرخاء، وأن الجمهور يفضل التعرض لها في أوقات الأزمات، ويظل الوضع الاقتصادي للأسر هو المؤشر الأول في تحديد وجهة نظرهم تجاه الاقتصاد.

اهتمت دراسة **سماح ماضي (٢٠٠٩)** بالتعرف على معالجة الصحف المصرية للأزمة المالية العالمية وعلاقتها بمستوى معرفة الجمهور بهذه الأزمة^(٣٩)، خلال الفترة من سبتمبر حتى ٣١ ديسمبر ٢٠٠٨. وتوصلت الدراسة إلى أن الجمهور يحصل على معلوماته من التلفزيون في المقام الأول، يليه الصحف، تليه الفضائيات. وتبين أنه كلما زاد اعتماد الرأي العام على الصحف كمصدر للمعرفة زاد مستوى معرفتهم بالأزمة.

تعليق على دراسات المحور الثاني:

- توصل الباحثون في هذا المحور إلى أن تأثير الصحافة الاقتصادية في الرأي العام لا يتم نتيجة متغير واحد، إنما نتيجة تفاعل وتكامل المتغيرات كافة. وأن الأفراد في تعاملهم مع الأخبار الاقتصادية يميلون إلى قياس مدى تحسن مؤشر حياتهم الاقتصادية أكثر من الاعتماد على وسائل الإعلام.
- توصل الباحثون في هذا المحور إلى أن العمل الصحفي يتم في إطار نظام إعلامي تحكمه ظروف سياسية واقتصادية معينة وأوضاع قانونية تؤثر في الدور الذي تقوم به الصحافة في سعيها لتكوين رأي عام مؤيد لوجهة نظرها.
- توصلت مجموعة من الدراسات إلى أن الأفراد يميلون إلى متابعة القضايا الاقتصادية في وسائل الإعلام المختلفة في أوقات الأزمات وتباطؤ النمو الاقتصادي.
- اعتمدت معظم الدراسات على تحليل مضمون الصحف والقضايا الاقتصادية، ولم تتناول تحليل الخطاب لإظهار المحتوى الكامن في النص الإعلامي.
- توصلت الدراسات إلى هيمنة السلطة الحاكمة على الخطاب الإعلامي الصحفي عموماً، والخطاب الاقتصادي على وجه الخصوص خاصة في الصحف الحكومية العربية، بالإضافة إلى تدني أوضاع القائمين بالاتصال في الصحافة العربية، وبالتالي تدني مكانة الصحافة لدى الجمهور؛ نتيجة لغياب التقاليد المهنية وأخلاقيات المهنة والافتقار إلى التنظيم المؤسسي وغياب الإدارة الصحفية الفاعلة.
- توصلت الدراسات إلى أن هناك تفاعل بين وسائل الإعلام والرأي العام والقرارات السياسية في تبادل الآراء. كما يتم ترتيب أولويات كل فئة نحو قضية ما تبعاً لمدى اتصالها بالقرارات السياسية وبالنخبة الحاكمة، فهناك موضوعات تثير الإعلام وأخرى تثير النخبة الحاكمة، وكل منهما يؤثر في الآخر.

تعليق عام على الدراسات السابقة:

تحدد أهم أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة فما يلي:

- أفادت الدراسات السابقة الباحثة من خلال الاقتراب من موضوع الدراسة؛ لضمان عدم تكرار ما تم إنتاجه من دراسات، وإضافة زوايا جديدة، واستكمال بعض النقاط غير المدروسة في التراث العلمي. كما استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في التأكد من صحة الأدوات والمناهج والمداخل النظرية التي اعتمدت عليها الدراسة. وأعطى التراث العلمي الباحثة إمكانية التعرف على مدى اهتمام الصحافة العربية

والأجنبية بمعالجة الشؤون الاقتصادية؛ مما يمهّد الطريق لدراسة الاقتصاد المصري، وأطر المعالجة في الصحافة المحلية والدولية.

– أسهمت الدراسات السابقة في مساعدة الباحثة في اختيار أدوات جمع البيانات الأكثر ملائمة لهذه الدراسة، حيث اعتمدت أغلب الدراسات على أداة تحليل المضمون الكمي والكيفي، في حين قل الاعتماد على تحليل الخطاب والاستعانة بالمقابلات والاستبيان.

من خلال تحليل الدراسات السابقة، تم رصد ما يلي:

– ندرة اهتمام الدراسات العربية والأجنبية بالصحافة الاقتصادية والقضايا المرتبطة بها بوجه عام وقضايا الإصلاح الاقتصادي بوجه خاص. وندرة الاهتمام برصد اتجاهات القائم بالاتصال نحو تلك القضايا.

– تناولت أغلب الدراسات قضية الإصلاح الاقتصادي في مراحلته الأولى، ولا توجد دراسة تصف المضمون الإعلامي بعد التطورات التي طرأت على برنامج الإصلاح الاقتصادي.

– ركزت الدراسات السابقة على فترات زمنية واحدة في معالجة قضايا الإصلاح الاقتصادي، وهي فترات قديمة نسبيًا بدأت في أواخر الثمانينات وانتهت عام ١٩٩٧.

– اهتمت الدراسات الحديثة التي تناولت الإعلام الاقتصادي المصري برصد فترات زمنية قصيرة لا تزيد عن ثلاثة أشهر أو سنة بحد أقصى.

– ركزت الدراسات السابقة على الأهداف السياسية في معالجة الصحف الاقتصادية دون التركيز على الأهداف الاقتصادية التي تطرحها تلك الصحف.

– ندرة الدراسات العربية المقارنة بين صحف تنتمي لمجتمعات متباينة حضاريًا وثقافيًا ونظم إعلامية مختلفة؛ مما يعكس آثاره في القيم والأولويات الإعلامية، هذا فضلاً عن ندرة الاهتمام ببحث تأثير الأطر الإعلامية الاقتصادية في الدراسات بشكل مقارن.

– اعتمدت معظم الدراسات العربية والأجنبية في مناهجها على أساليب التحليل الكمي، ولم تتناول التحليل الكيفي الذي يظهر المحتوى الكامن للنص الإعلامي في تحليل القضايا الاقتصادية ذات الأبعاد المعقدة والمفاهيم الجدلية.

– ركزت معظم الدراسات على صحف بعينها؛ لرصد وتحليل قضية الإصلاح الاقتصادي المصري دون توسيع مجتمع البحث، أو تحليل صحف متعددة تصدر عن جهات مختلفة ومجتمعات متباينة بشكل مقارن قد يأتي بنتائج مختلفة.

خامساً: الإطار النظري للدراسة

الإطار النظري: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency

يفترض المدخل الذي قدمه كل من ديفلير وبول روكيتش عام ١٩٧٦ أن اعتماد الفرد على المعلومات المستقاه من وسائل الإعلام محددة يتم لتحقيق أهداف محددة، لذا يعد من أحد المداخل التي تشكل علاقة الجمهور مع جمهور وسائل الإعلام، حيث تعد درجة اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام هي الأساس لفهم تأثير الرسائل الإعلامية في المعتقدات والمعارف والشعور والسلوك، انطلاقاً من أن المجتمع تركيب عضوي تتعدد فيه الأنظمة (صغيرة وكبيرة) وتترابط وتتفاعل سوياً، ومن بينها وسائل الإعلام التي ترتبط بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى بعلاقات متبادلة. وبالتطبيق على الدراسة الحالية فهي تحاول التعرف على تأثير اعتماد الجمهور السعودي لمن هو فوق ١٨ عاماً على مواقع الصحف الاقتصادية في إدراك الأحداث والمستجدات الاقتصادية المثارة في المجتمع السعودي، وبالتالي تتمثل فكرة نظرية الاعتماد في "أن استخدام وسائل الاتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال، وأن الطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال وتتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع وما تعلمناه من وسائل الاتصال، وأي رسالة نتلقاها قد يكون لها نتائج مختلفة اعتماداً على خبراتنا السابقة عن الموضوع وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة"^(٤٠)

يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، ويتم الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.
- التوجيه: يشتمل على توجيه العمل، مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.
- التسلية: تشتمل على التسلية المنعزلة، مثل الراحة والاستثارة، أو التسلية الاجتماعية، مثل الذهاب إلى السينما أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة.

يقوم المدخل على مجموعة من الافتراضات على النحو التالي:

- الاعتماد على الوسيلة التي تقدم معلومات مهمة للفرد، وتلك التي تلبي لديه حاجات أكثر، وبالتالي يكون لوسائل إعلامية تأثير قوي مقابل ضعف تأثير وسائل أخرى⁽⁴¹⁾. بمعنى آخر، كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في تحقيق أهدافه، زادت أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل في حياة الفرد، بل المجتمع ككل.

– درجة الاستقرار أو التغيير الاجتماعي السائد. ففي حالات الصراع والأزمات، يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من أجل إعادة تقييم مواقفهم واتخاذ قرارات جديدة^(٤٢)، في حين يقل الاعتماد في حالات الاستقرار الاجتماعي^(٤٣).

تأثيرات اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام:^(٤٤)

التأثيرات المعرفية: Cognitive Effect

تتميز التأثيرات المعرفية عن تلك التأثيرات التي تؤثر في السلوك بشكل صريح وواضح. وتتمثل في مجالات عديدة، هي: تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقصها أو عدم قدرتها على تقديم التفسيرات الممكنة للظاهرة. كما أن هناك تأثيرات معرفية في تشكيل الاتجاهات، وفي تحديد وترتيب اهتمامات المتلقين بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام، بالإضافة إلى التأثير في نظم معتقدات الأفراد عن طريق زيادتها، وكذلك قيمهم.

التأثيرات الوجدانية: Affective Effect

هي تلك العمليات الوجدانية التي تشير للفئات المختلفة من المشاعر والعواطف والمكونات الأساسية من الحب والكراهية، وغيرها. ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية تؤثر في مشاعر الأفراد واستجاباتهم. ومن أمثلة هذه التأثيرات الفتور العاطفي، والقلق والخوف، والتأثيرات الأخلاقية والمعنوية، أو تحقيق الدعم المعنوي والاعتراب.

التأثيرات السلوكية: Behavioral Effect

فالتغيير في الاتجاهات أو المعتقدات أو الحالات العاطفية هي أشياء يهتم بها الجميع، حيث تؤثر في سلوكهم بشكل صريح وواضح، وقد حصر ميلفن ديفلير وركيتش الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين هما: "التنشيط والخمول".

سادساً: تساؤلات وفروض الدراسة

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما حجم التغطيات الصحفية بالنسبة لمختلف القضايا الاقتصادية؟
- ما نوع القضايا الاقتصادية التي تتناولها مواقع الصحف الاقتصادية السعودية؟
- ما مصادر الأخبار والمعلومات التي يبحث عنها الجمهور السعودي بالصحف

الاقتصادية؟

- ما أساليب متابعة الجمهور للقضايا الاقتصادية دولياً؟
- ما طبيعة التغطية الصحفية للقضايا الاقتصادية على مواقع الصحف الاقتصادية السعودية؟
- كيف يمكن تحديد سمات المضمون الخبري للصحف الاقتصادية وخصائصه؟
- كيف يمكن الكشف عن علاقة استخدام الجمهور السعودي للمواقع الاقتصادية والمضمون الإخباري في متابعته للقضايا الاقتصادية دولياً؟
- لماذا يهتم أفراد الجمهور السعودي بالتعرض لمواقع الصحف الاقتصادية؟

فروض الدراسة:

تستهدف الدراسة التحقق من مجموعة الفروض التالية:

- الفرض الرئيسي الأول: يوجد ارتباط دال إحصائياً بين اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية ومتابعة القضايا الاقتصادية دولياً.
- الفرض الرئيسي الثاني: يوجد ارتباط دال إحصائياً بين التعرض للمواقع الاقتصادية ومتابعة القضايا الاقتصادية للجمهور السعودي.
- الفرض الرئيسي الثالث: يوجد ارتباط دال إحصائياً بين استراتيجيات متابعة القضايا الاقتصادية دولية واعتماد الجمهور السعودي على المضمون الإخباري الاقتصادي.
- الفرض الرئيسي الرابع: يوجد ارتباط دال إحصائياً بين استراتيجيات متابعة القضايا الاقتصادية والمتغيرات الديموجرافية والاقتصادية للجمهور السعودي.
- الفرض الرئيسي الخامس: توجد فروق دالة إحصائياً بين الجمهور السعودي في اتجاهاتهم الاقتصادية وفقاً للمتغيرات التالية (نشاط رأس مالي- مضمون إخباري- رجال أعمال- العمر- التعليم).

سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع الدراسة:

تعد الدراسة من نوعية البحوث أو الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة؛ مما يمكن من تحليلها في الظروف التي تتواجد عليها^(٤٥). فضلاً عن أن هذه النوعية من البحوث تعتمد على تساؤلات وفروض معدة مسبقاً، خاصة في ظل اعتمادها على إطار نظري، وتحديد مستوى الارتباط بين متغيرات الدراسة^(٤٦)، بالإضافة لاختبار تأثير متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة والوسيط، وتوصيف البيانات التي تم جمعها من صحيفة الاستقصاء وتحليلها وتفسيرها

واستخلاص المعلومات والنتائج والدلالات منها^(٤٧). وهنا تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير تعرض الجمهور السعودي لمن هم فوق ١٨ عاماً لمواقع الصحف الاقتصادية الإلكترونية في إدراكهم للقضايا الاقتصادية المثارة في المجتمع السعودي الذي يخطو بشكل رئيسي ومستمر نحو تحقيق تنمية اقتصادية قوية.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح Survey الذي يُمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين متغيرات الدراسة ومستويات التأثير بين هذه المتغيرات. وهو ما يعين في الوصول لفهم دقيق لمتغيرات الدراسة المستقلة والتابعة والوسيط. كما يعتبر هذا المنهج من المناهج الرئيسية للبحوث السلوكية والاجتماعية، فهو يُعد نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، سواء عن حالتهم وسلوكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم^(٤٨). وبهذا فقد استخدمت الدراسة منهج المسح الجمهور، المتمثل في الجمهور العام السعودي لمن هم فوق ١٨ عاماً من المتابعين لمواقع الصحف الاقتصادية السعودية الإلكترونية.

مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

تعتمد الدراسة على المسح بأسلوب العينة؛ لأنه يصعب التعامل مع كافة مفردات مجتمع الدراسة الميدانية، حيث يتشكل مجتمع الدراسة من الجمهور السعودي لمن هم فوق ١٨ عاماً من المتابعين لمواقع الصحف الاقتصادية الإلكترونية. ونظراً لكبر حجم المجتمع، سيتم سحب عينة عمدية يبلغ حجمها ٤٠٠ مفردة من الجمهور السعودي. وعن خصائص عينة الدراسة الميدانية، توضح الباحثة ما يلي:

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة الميدانية

الإجمالي		البيانات الشخصية	
%	ك		
١٣,٠	٢٦	ذكر	النوع
٨٧,٠	١٧٤	أنثى	
١٠٠,٠	٢٠٠	الإجمالي	
٥٧,٥	١١٥	العشرينات	السن
٢٤,٠	٤٨	الثلاثينيات	
١٠,٥	٢١	الأربعينيات	
٨,٠	١٦	الخمسينات فأكثر	
١٠٠,٠	٢٠٠	الإجمالي	

٦٢,٥	١٢٥	جامعي	المؤهل التعليمي
٣٧,٥	٧٥	دراسات عليا	
١٠٠,٠	٢٠٠	الإجمالي	
٣,٠	٦	استثمار	قطاع النشاط
١٥,٠	٣٠	التجارة	
٢٤,٥	٤٩	الخدمات	
٧,٥	١٥	القطاع المالي	
٥٠,٠	١٠٠	متعدد النشاط	
١٠٠,٠	٢٠٠	الإجمالي	
٨٤,٥	١٦٩	أقل من عشرة أعوام	عدد سنوات الخبرة في النشاط الاقتصادي
٨,٠	١٦	عشرة إلى أقل من عشرين عاماً	
٧,٥	١٥	عشرين عاماً فأكثر	
١٠٠,٠	٢٠٠	الإجمالي	
٣١,٠	٦٢	أقل من ٥٠٠٠ ريال	الدخل الشهري للأسرة
١٦,٠	٣٢	من ٥٠٠٠ ريال إلى أقل من ١٠٠٠٠ ريال	
١٥,٠	٣٠	من ١٠ آلاف ريال إلى أقل من ١٥ ألف ريال	
٣٨,٠	٧٦	من ١٥ ألف ريال فأكثر	
١٠٠,٠	٢٠٠	الإجمالي	

توضح بيانات الجدول السابق الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة؛ فحول النوع، تبلغ نسبة الذكور (١٣%)، ونسبة الإناث (٨٧%). وحول المرحلة العمرية، تصل نسبة من تتراوح أعمارهم خلال مرحلة العشرينات إلى (٥٧%)، ومن تتراوح أعمارهم خلال مرحلة الثلاثينات (٢٤%)، في حين تبلغ نسبة من تتراوح أعمارهم خلال مرحلة الاربعينات (١٠,٥%)، وأخيراً من تزيد أعمارهم عن الخمسين عاماً بنسبة (٨%).

فيما يتعلق بالمؤهل التعليمي، تصل نسبة الحاصلين على مؤهل جامعي (٦٢,٥%)، والحاصلين على الدراسات العليا (٣٧,٥%). وحول قطاع النشاط الذي يعمل فيه المبحوثون، فبلغت نسبة العاملين في قطاع الاستثمار (٣%)، والعاملين في قطاع التجارة (١٥%)، والعاملين في القطاع المالي (٧,٥%)، والعاملين في قطاعات متعددة النشاط (٥٠%).

حول عدد سنوات الخبرة في النشاط الاقتصادي، بلغت نسبة من تقل سنوات خبرتهم عن عشرة أعوام (٨٤,٥%)، ومن عشرة إلى أقل من عشرين عاماً (٨%)، وعشرين عاماً فأكثر (٧,٥%). وفيما يتصل بالدخل الشهري للأسرة، فتبلغ نسبة من يقل

دخلهم عن ٥٠٠٠ ريال (٣١%)، ومن يتراوح دخلهم من ٥٠٠٠ ريال إلى أقل من ١٠٠٠ ريال (١٦%)، ومن يتراوح دخلهم ما بين ١٠ آلاف ريال إلى أقل من ١٥ ألف ريال (١٥%)، وتبلغ نسبة من يزيد دخلهم عن ١٥ ألف ريال (٣٨%).

أدوات جمع بيانات الدراسة الميدانية: تم إعداد استمارة استبيان للجمهور العام السعودي لمن هم فوق ١٨ عامًا من متابعي الصحف الاقتصادية الإلكترونية، حيث تم تصميم استمارة استبيان تعمل على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة.

اختبارات الصدق والثبات:

اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختبائي الثبات والصدق^(٤٩)، وذلك على النحو التالي:

اختبار الصدق (Validity): يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه^(٥٠). وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، قامت الباحثة بعرض أدوات جمع البيانات (استمارة الاستبيان للجمهور السعودي) على مجموعة من المتخصصين والخبراء في مناهج البحث والإعلام والاجتماع وعلم الإحصاء.

اختبار الثبات (Reliability): يُقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الدراسة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث^(٥١)، حيث قام الباحث بتطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل ١٠% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفتي الاستقصاء ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة ٥% من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول.

ثامنًا: المعالجة الإحصائية للدراسة^(٥٢)

تم الاستعانة ببرامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة التحليلية والميدانية، بعد أن تم ترميز الفئات المفتوحة، لتأتي مرحلة معالجة البيانات واستخراج النتائج لكل من الدراستين؛ وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

المقاييس الوصفية:

- التكرارات البسيطة والجداول المزدوجة للمتغيرات ذات الإجابة الواحدة والنسبة المئوية.
- الوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
- الوزن النسبي الذي يُحسب من المعادلة:
- الوزن المئوي = (المتوسط الحسابي $\times 100$) \div الدرجة العظمى للعبارة
- الاختبارات والمعاملات الإحصائية

تشمل هذه الاختبارات والمعاملات الإحصائية كل من:

- معامل ارتباط بيرسون (*Pearson Correlation Coefficient*) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (*interval or ratio*، أي تكون هذه العلاقة خطية ويمكن تمثيلها بخط مستقيم يصف العلاقة في جانبيين منها).
- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (*Independent-Samples T-Test*).
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (*Oneway Analysis of Variance*) المعروف اختصاراً باسم *ANOVA*.
- مستوى الدلالة المعتمدة بالدراسة: تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل.
- مستوى الارتباط: إذا كانت القيمة أقل من (+٣، -٣)، فيعني درجة ارتباط منخفضة للغاية. وإذا كانت القيمة (أكبر من +، -٤ وأقل من +، -٧)، فتعني درجة ارتباط متوسطة. والقيمة الأكبر من (-، +٧ حتى ١) تعني درجة ارتباط عالية وقوية.

تاسعاً: مفاهيم الدراسة

جدول (٢) مفاهيم الدراسة

المفهوم	التعريف النظري	التعريف الإجرائي
الصحف الاقتصادية	تعرف الصحيفة الاقتصادية بأنها "تلك الصحيفة التي تهتم بالمضمون الاقتصادي بكل قضاياها الرئيسية والفرعية، وتركز عليه بشكل مباشر، وعلى تأثيراته المختلفة في جوانب الحياة المتعددة. وتتسم بأنها جادة تتعامل مع مضمون جاد. وتعتمد بشكل أساسي على المعلومات والبيانات والإحصاءات والأرقام. كما تتخطى الحدث إلى تحليله وتفسيره وربطه بغيره من الأحداث أو المسببات والنتائج" ^(٥٣) .	هي مستويان؛ أولهما الصفحات الاقتصادية بالصحف العامة اليومية أو الأسبوعية، وثانيهما الصحف الاقتصادية المتخصصة، سواء الجرائد أو المجلات الاقتصادية المتخصصة، وذلك على اختلاف متغيرات مثل الملكية أو جهة الإصدار أو مصدر التمويل. وتقدم هذه الصحف في شكل مطبوع، وهذه الصحف قد تكون مصرية أو عربية أو أجنبية.
المواقع الاقتصادية الإلكترونية	يقصد بالمواقع الاقتصادية الإلكترونية على الإنترنت بأنها "المواقع الإخبارية الإلكترونية وصفحاتها الاقتصادية المتخصصة التي تؤدي دوراً مهماً في إمداد الرأي العام بالمعلومات حول الأحداث والقضايا والموضوعات الاقتصادية. كما تقوم بتعميق المفاهيم والخبرات التي تتعلق بالأنشطة الاقتصادية. وتعد هذه المواقع على شبكة الإنترنت مصدراً مهماً وحيوياً للمعلومات والبيانات والإحصاءات التي ترتبط بالمجالات والأنشطة الاقتصادية" ^(٥٤) .	يقصد بها الأقسام الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية العامة أو مواقع الإنترنت الاقتصادية المتخصصة التي تقدم مضامين اقتصادية حول القضايا والأحداث الاقتصادية وتوجه خدماتها إلى الجمهور المهتم بالشئون الاقتصادية من رجال أعمال ومستثمرين وجمهور عام. وتقدم هذه المواقع خدمة إعلامية متخصصة في المجال الاقتصادي، بحيث لا تعد مواقع إعلانات أو بيع إلكتروني، ولكنها تقدم مختلف الخدمات الإعلامية من مواد خبرية واستقصائية وتفسيرية من خلال الفنون الصحفية المعروفة.

عاشراً: نتائج الدراسة

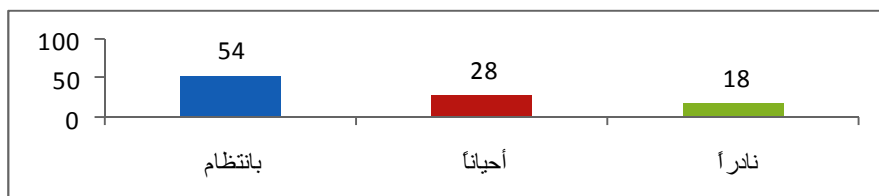
أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج التي أجابت عن تساؤلاتها على النحو

التالي:

المحور الأول:

- حرص عينة الدراسة على قراءة الصحف الاقتصادية الإلكترونية:



شكل رقم (١)

حرص المبحوثين على قراءة الصحف الاقتصادية الإلكترونية

كاف: درجة الحرية: ٢ مستوى المعنوية: ٠,٠٠٠ دال

تشير بيانات الجدول السابق إلى حرص المبحوثين على قراءة الصحف الاقتصادية الإلكترونية؛ فكان "بانتظام" بنسبة (٥٤%) بواقع ١٠٨ مفردة، و"أحياناً" بنسبة (٢٨%) بواقع ٥٦ مفردة، و"نادراً" بنسبة (١٨%) بواقع ٣٦ مفردة، وتتسق هذه النتيجة مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كافي (٢)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى معنوية (٠,٠٠٠)؛ الأمر الذي يشير إلى وجود فروق دالة بين المبحوثين في مدى حرصهم على قراءة الصحف الاقتصادية الإلكترونية، إلا أن عينة الدراسة تتسم بارتفاع الحرص على متابعة المواقع الإلكترونية، وبشكل خاص الاقتصادية. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة (حسين عامر شلبي حسن، ٢٠١٩)^(٥٥) بأن نسبة (٥٢,٨%) يتصفحون المواقع الإلكترونية دائماً، في حين تتصفحها نسبة (٤٢,٥%) أحياناً، وفي المقابل لا يتصفح المبحوثين المواقع الإلكترونية بنسبة (٤,٨%).

- معدلات قراءة مواقع الصفحات الاقتصادية الإلكترونية:

جدول رقم (٣)

معدلات قراءة المبحوثين لمواقع الصفحات الاقتصادية الإلكترونية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرًا		أحيانًا		بانتظام		العبرة
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	٩٤,٣	٠,٤٨٥	٢,٨٣	٤,٥	٩	٨,٥	١٧	٨٧,٠	١٧٤	جريدة البورصة اليوم
م١	٩٤,٣	٠,٤٨٥	٢,٨٣	٤,٥	٩	٨,٥	١٧	٨٧,٠	١٧٤	جريدة البورصجية
٢	٩٢,٧	٠,٥١٣	٢,٧٨	٤,٥	٩	١٣,٠	٢٦	٨٢,٥	١٦٥	الصفحة الاقتصادية بجريدة الحياة
م٢	٩٢,٧	٠,٥١٣	٢,٧٨	٤,٥	٩	١٣,٠	٢٦	٨٢,٥	١٦٥	جريدة السوق العربية المشتركة
٣	٩١,٣	٠,٥٣٣	٢,٧٤	٤,٥	٩	١٧,٠	٣٤	٧٨,٥	١٥٧	جريدة العالم اليوم
٤	٩٠,٠	٠,٥٤٩	٢,٧٠	٤,٥	٩	٢١,٠	٤٢	٧٤,٥	١٤٩	الصفحة الاقتصادية بجريدة الشرق الأوسط
م٤	٩٠,٠	٠,٦٢٨	٢,٧٠	٩,٠	١٨	١٢,٥	٢٥	٧٨,٥	١٥٧	جريدة عالم المال
٥	٨٩,٧	٠,٦٢٩	٢,٦٩	٩,٠	١٨	١٣,٠	٢٦	٧٨,٠	١٥٦	جريدة المال
٦	٨٩,٠	٠,٦١٩	٢,٦٧	٨,٠	١٦	١٧,٠	٣٤	٧٥,٠	١٥٠	جريدة البورصة
م٦	٨٩,٠	٠,٥٥٩	٢,٦٧	٤,٥	٩	٢٤,٠	٤٨	٧١,٥	١٤٣	صحيفة الرياضة اليومية الإلكترونية
٧	٨٨,٣	٠,٦٤٠	٢,٦٥	٩,٠	١٨	١٧,٠	٣٤	٧٤,٠	١٤٨	جريدة العرب الاقتصادية الدولية
٨	٨٧,٠	٠,٦٤٧	٢,٦١	٩,٠	١٨	٢٠,٥	٤١	٧٠,٥	١٤١	الصفحة الاقتصادية بجريدة الرياض
٩	٨٢,٣	٠,٦٥٧	٢,٤٧	٩,٠	١٨	٣٥,٠	٧٠	٥٦,٠	١١٢	صحيفة الرياض اليومية الإلكترونية

توضح بيانات الجدول السابق معدلات قراءة عينة الدراسة لمواقع الصفحات الاقتصادية الإلكترونية؛ فكانت "جريدة البورصة اليوم" و"جريدة البورصجية" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (٩٤,٣%)، ثم كل من "الصفحة الاقتصادية بجريدة الحياة"

و "جريدة السوق العربية المشتركة" بوزن نسبي (٩٢,٧%) وفي المرتبة الخامسة، تأتي "جريدة المال" بوزن نسبي (٨٩,٧%)، ثم "جريدة البورصة" بوزن نسبي (٨٩%). وفي المرتبة السابعة، ذكر المبحوثون جريدة العرب الاقتصادية الدولية بنسبة (٨٨,٣%)، ثم "الصفحة الاقتصادية جريدة الرياض" بنسبة (٨٧%)، وأخيراً "صحيفة الرياض اليومية الإلكترونية" بنسبة (٨٢,٣%).

يُستخلص من نتائج إجابات عينة الدراسة مقياس عام لمعدلات قراءة مواقع الصحف الاقتصادية الإلكترونية كما يلي:

جدول رقم (٤)

المقياس العام حول معدلات قراءة المبحوثين لمواقع الصفحات الاقتصادية الإلكترونية

المقياس العام حول معدلات قراءة المبحوثين لمواقع الصفحات الاقتصادية الإلكترونية	ك	%
ضعيف	٩	٤,٥
متوسط	٢٦	٢٦
كثيف	١٦٥	٨٢,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق المقياس العام حول معدلات قراءة المبحوثين لمواقع الصفحات الاقتصادية الإلكترونية؛ فكان "ضعيفاً" بنسبة (٤,٥%) و"متوسطاً" بنسبة (٢٦%) و"كثيفاً" بنسبة (٨٢,٥%). وتدل النتيجة السابقة على ارتفاع الاهتمام بمتابعة الصحف الاقتصادية، وبالتالي ارتفاع عدد ساعات المتابعة، وهو ما يتقارب مع ما توصلت إليه دراسة (مهريان محمد عبد الموجود طه، ٢٠١٨)^(٥٦)، التي أكدت استخدام عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية الإخبارية والإطلاع على الشؤون المختلفة للأخبار التي من بينها الاقتصادية بشكل يومي بنسبة ٦٠,٨%، يليها من ٤-٦ مرات أسبوعياً بنسبة ٢١%، وكانت الآراء التي اتجهت نحو الاستخدام مرة واحدة بنسبة ١٠,٥%، ومرتين لثلاث مرات بنسبة ٧,٨%، وهي نسب متقاربة إلى حد ما.

المحور الثاني: أسباب متابعة مواقع الصحف الاقتصادية

- الوسائل الإعلامية التي يتابعها المبحوثون لمعرفة التأثيرات الاقتصادية الحالية والمحتملة في نشاط رأس المال بالمملكة العربية السعودية وتداعياتها:

جدول رقم (٥)

الوسائل الإعلامية التي يتابعها المبحوثون لمعرفة التأثيرات الاقتصادية الحالية والمحتملة في نشاط رأس المال بالمملكة العربية السعودية وتداعياتها

ك	%	الوسائل الإعلامية التي يتابعها المبحوثون لمعرفة التأثيرات الاقتصادية الحالية والمحتملة في نشاط رأس المال بالمملكة العربية السعودية وتداعياتها
٨٠	٤٠,٠	النشرات والبرامج الاقتصادية بالقنوات العامة
٥٦	٢٨,٠	الصفحات الاقتصادية بالصحف العامة
٤٨	٢٤,٠	القنوات الفضائية الاقتصادية
٣٦	١٨,٠	أقسام الاقتصاد بالمواقع الإلكترونية
١٦	٨,٠	الصحف الاقتصادية المتخصصة
١٦	٨,٠	المواقع الاقتصادية المتخصصة
	٢٠٠	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الوسائل الإعلامية التي يتابعها المبحوثون لمعرفة التأثيرات الاقتصادية الحالية والمحتملة في نشاط رأس المال بالمملكة العربية السعودية وتداعياتها؛ فكانت "النشرات والبرامج الاقتصادية بالقنوات العامة" في المرتبة الأولى بنسبة (٤٠%)، ثم "الصفحات الاقتصادية بالصحف العامة" بنسبة (٢٨%)، فـ "القنوات الفضائية الاقتصادية" بنسبة (٢٤%)، وفي المرتبة الأخيرة، وردت كل من "الصحف الاقتصادية المتخصصة" و"المواقع الاقتصادية المتخصصة" بنسبة (٨%) لكل منهما.

- دوافع قراءة المبحوثين للصحف الاقتصادية:

جدول رقم (٦)

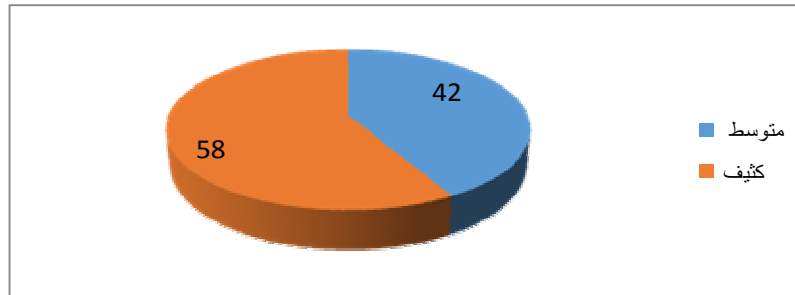
دوافع قراءة المبحوثين للصحف الاقتصادية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	٨٦,٣	٠,٥٥١	٢,٥٩	٣,٠	٦	٣٥,٠	٧٠	٦٢,٠	١٢٤	الإلمام بالأحداث الجارية في الداخل والخارج
٢	٨٦,٠	٠,٥٧٠	٢,٥٨	٤,٠	٨	٣٤,٠	٦٨	٦٢,٠	١٢٤	متابعة التطورات الجديدة في القضايا المختلفة
٣	٧٩,٠	٠,٨٥٢	٢,٣٧	٦١,٥	١٢٣	١٤,٠	٢٨	٢٤,٥	٤٩	متابعة مؤشرات البورصات المختلفة
٤	٧٧,٧	٠,٧٧٧	٢,٣٣	١٩,٠	٣٨	٢٩,٠	٥٨	٥٢,٠	١٠٤	التعرف على ما يصدر من قوانين وإجراءات اقتصادية محددة
٥	٧٥,٧	٠,٧٤٨	٢,٢٧	١٨,٠	٣٦	٣٧,٠	٧٤	٤٥,٠	٩٠	لمساعدتي في تكوين وجهات نظر بشأن الأوضاع الاقتصادية
٦	٧٤,٣	٠,٨٣٥	٢,٢٣	٢٦,٠	٥٢	٢٥,٥	٥١	٤٨,٥	٩٧	معرفة الفرص الاستثمارية الجديدة بالداخل والخارج
٧	٧٠,٣	٠,٦٢٤	٢,١١	١٤,٥	٢٩	٦٠,٠	١٢٠	٢٥,٥	٥١	اكتساب معلومات ومعارف جديدة
٧م	٧٠,٣	٠,٧٨٨	٢,١١	٢٦,٠	٥٢	٣٧,٠	٧٤	٣٧,٠	٧٤	معرفة مصادر معلومات اقتصادية إضافية
٨	٦٦,٣	٠,٨٠٢	١,٩٩	٣٢,٥	٦٥	٣٦,٠	٧٢	٣١,٥	٦٣	لمساعدتي على اتخاذ القرار الاقتصادي المناسب
٩	٦٣,٠	٠,٨٩٩	١,٨٩	٤٦,٠	٩٢	١٨,٥	٣٧	٣٥,٥	٧١	متابعة التحليلات الاقتصادية المتعمقة
١٠	٦١,٧	٠,٨٧٨	١,٨٥	٤٧,٠	٩٤	٢١,٠	٤٢	٣٢,٠	٦٤	لمتابعة ما ينشر عن المؤسسة الاقتصادية التي أساهم فيها

تشير بيانات الجدول السابق إلى دوافع قراءة المبحوثين للصحف الاقتصادية؛ تأتي في مقدمتها "الإلمام بالأحداث الجارية في الداخل والخارج" بوزن نسبي (٨٦,٣%)، ثم "متابعة التطورات الجديدة في القضايا المختلفة" بوزن نسبي (٨٦%)، يلي ذلك "متابعة مؤشرات البورصات المختلفة" بوزن نسبي (٧٩%)، ثم "التعرف على ما يصدر من قوانين وإجراءات اقتصادية محددة" بوزن نسبي (٧٧,٧%)، يلي ذلك "لمساعدتي في تكوين وجهات نظر بشأن الأوضاع الاقتصادية" بوزن نسبي (٧٥,٧%). وفي المرتبة الثامنة، ذكر المبحوثون "لمساعدتي على اتخاذ القرار الاقتصادي المناسب" بنسبة (٦٦,٣%)، ثم "متابعة التحليلات الاقتصادية المتعمقة" بوزن نسبي (٦٣%)، وأخيراً "المتابعة ما ينشر عن المؤسسة الاقتصادية التي أساهم فيها" بوزن نسبي (٦١,٧%).

يتضح من إجابات عينة الدراسة أن دوافعها لمتابعة المواقع الإلكترونية تتحدد في اكتساب المعرفة والمعلومات والقدرة على التعلم^(٥٧)، ومراقبة البيئة، فوسائل الإعلام تعين الفرد على الوصول لمعلومات عن أماكن وشخصيات لا يمكن الوصول إليها عن طريق الخبرة المباشرة^(٥٨). وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (سحر أحمد غريب، ٢٠١٨)^(٥٩) بأن دافع الفهم حيث زيادة المعلومات حول المشروعات الاقتصادية وتفصيلها ونتائجها من أسباب متابعة الصحف الإلكترونية بشكل رئيسي. كما أكدت دراسة (الحسن على محمد، ٢٠١١)^(٦٠) أن دوافع البحث عن المعلومات والتعرض لأكثر من مصدر للمعلومات، ثم الاستفادة في مجال التعليم من أكثر الدوافع النفعية لاستخدام شبكة الإنترنت.

يُستخلص من إجابات عينة الدراسة مقياس عام لدوافع قراءة المبحوثين لمواقع الصحف الاقتصادية:



شكل رقم (٢)
المقياس العام حول دوافع قراءة المبحوثين للصحف الاقتصادية

توضح بيانات الشكل لسابق المقياس العام حول دوافع قراءة المبحوثين للصحف الاقتصادية؛ فكان "متوسطاً" بنسبة (٤٢%) بواقع ٨٤ مفردة و"كثيفاً" بنسبة (٥٨%) بواقع ١١٦ مفردة.

- أسباب اعتماد المبحوثين على متابعة الأخبار الاقتصادية الدولية بالصحف الاقتصادية:

جدول رقم (٧)

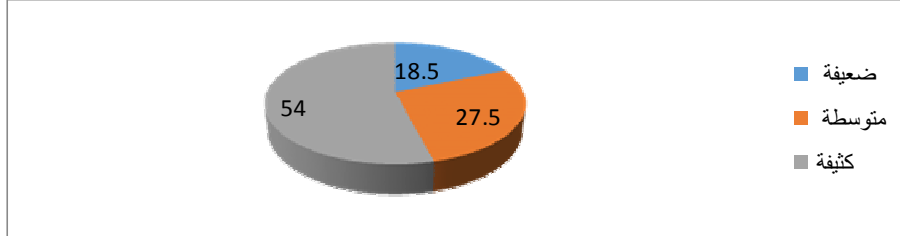
أسباب اعتماد المبحوثين على متابعة الأخبار الاقتصادية الدولية بالصحف الاقتصادية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبرة
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	٨٣,٣	٠,٦٤٢	٢,٥٠	٨,٠	١٦	٥٨,٠	١١٦	٣٤,٠	٦٨	معرفة ردود أفعال الجماهير على الأحداث والقضايا الاقتصادية
٢	٨٢,٧	٠,٧٣٧	٢,٤٨	١٤,٥	٢٩	٦٣,٠	١٢٦	٢٢,٥	٤٥	متابعة وتحليل الإعلانات الإلكترونية
٣	٨١,٧	٠,٥٧٤	٢,٤٥	٤,٠	٨	٤٩,٠	٩٨	٤٧,٠	٩٤	متابعة ما يستجد من أحداث طارئة فور وقوعها
٤	٧٧,٠	٠,٧٠٥	٢,٣١	١٤,٠	٢٨	٤٥,٠	٩٠	٤١,٠	٨٢	اتمكن من المشاركة بالرأي في جزء استطلاعات الرأي
٥	٧٥,٠	٠,٩٠٢	٢,٢٥	٣١,٠	٦٢	٥٦,٥	١١٣	١٢,٥	٢٥	متابعة التحليلات الاقتصادية للخبراء الاقتصاديين
٦	٧٤,٧	٠,٨١٦	٢,٢٤	٢٤,٠	٤٨	٢٨,٠	٥٦	٤٨,٠	٩٦	البحث عن السلع والخدمات الجديدة
٧	٧٣,٧	٠,٨٤٢	٢,٢١	٢٧,٠	٥٤	٢٥,٠	٥٠	٤٨,٠	٩٦	هامش الحرية بها أكبر من وسائل الإعلام التقليدية

٨	٧٣,٣	٠,٩٠١	٢,٢٠	٣٢,٥	٦٥	٥٢,٠	١٠٤	١٥,٥	٣١	التعرف على مؤشرات البورصات العربية والعالمية
٩	٧٢,٠	٠,٦٥٣	٢,١٦	١٤,٥	٢٩	٥٥,٠	١١٠	٣٠,٥	٦١	معرفة مصادر مهمة للمعلومات الاقتصادية
١٠	٧١,٠	٠,٧٧٠	٢,١٣	٢٤,٠	٤٨	٣٩,٥	٧٩	٣٦,٥	٧٣	تمكني من الاطلاع على آراء الآخرين في الجزء المخصص لتعليقات القراء
١١	٧٠,٣	٠,٨٣٥	٢,١١	٣٠,٠	٦٠	٤٠,٥	٨١	٢٩,٥	٥٩	الأرشيف الإلكتروني
١٢	٦٨,٣	٠,٨٢٥	٢,٠٥	٣١,٥	٦٣	٣٢,٠	٦٤	٣٦,٥	٧٣	إجراء العمليات التجارية عبر الإنترنت
١٣	٦٧,٣	٠,٧٨٩	٢,٠٢	٣٠,٠	٦٠	٣٨,٠	٧٦	٣٢,٠	٦٤	البحث عن فرص استثمارية جديدة
١٤	٦١,٠	٠,٨٠٣	١,٨٣	٤٢,٠	٨٤	٣٣,٠	٦٦	٢٥,٠	٥٠	الإسهام في عقد الصفقات الاقتصادية

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب اعتماد المبحوثين على متابعة الأخبار الاقتصادية الدولية بالصحف الاقتصادية؛ تأتي في مقدمتها "معرفة ردود أفعال الجماهير على الأحداث والقضايا الاقتصادية" بوزن نسبي (٨٣,٣%)، ثم "متابعة وتحليل الإعلانات الإلكترونية" بوزن نسبي (٨٢,٧%)، يلي ذلك "متابعة ما يستجد من أحداث طارئة فور وقوعها" بوزن نسبي (٨١,٧%)، ثم "اتمكن من المشاركة بالرأي في جزء استطلاعات الرأي" بوزن نسبي (٧٧%)، يلي ذلك "متابعة التحليلات الاقتصادية للخبراء الاقتصاديين" بوزن نسبي (٧٥%). وفي المرتبة الثامنة، ذكر المبحوثون "التعرف على مؤشرات البورصات العربية والعالمية" بنسبة (٧٣,٣%)، ثم "معرفة مصادر مهمة للمعلومات الاقتصادية" بوزن نسبي (٧٢%)، يلي ذلك في المرتبة العاشرة "تمكني من الاطلاع على آراء الآخرين في الجزء المخصص لتعليقات القراء" بوزن نسبي (٧١%)، وأخيراً "المساهمة في عقد الصفقات الاقتصادية" بوزن نسبي (٦١%).

يُستخلص من إجابات عينة الدراسة مقياس عام حول أسباب اعتماد المبحوثين على متابعة الأخبار الاقتصادية الدولية بالصحف الاقتصادية، كانت مستوياته كما يلي:



شكل رقم (٣)

المقياس العام حول أسباب اعتماد المبحوثين على متابعة الأخبار الاقتصادية الدولية بالصحف الاقتصادية

توضح بيانات الشكل السابق المقياس العام حول أسباب اعتماد المبحوثين على متابعة الأخبار الاقتصادية الدولية بالصحف الاقتصادية؛ فكان "ضعيفاً" بنسبة (١٨,٥%) بواقع ٣٧ مفردة و"متوسطاً" بنسبة (٢٧,٥%) بواقع ٥٥ مفردة و"كثيفاً" بنسبة (٥٤%) بواقع ١٠٨ مفردة.

- الأشكال الصحفية التي تحرص على متابعتها عينة الدراسة بالمواقع الاقتصادية:

جدول رقم (٨)

الأشكال الصحفية التي تحرص على متابعتها عينة الدراسة بالمواقع الاقتصادية

الأنواع	ك	%
الخبر	١٤٤	٧٢,٠
التقرير	٦٤	٣٢,٠
المقال	٤٨	٢٤,٠
الحديث	٤٨	٢٤,٠
التحقيق	٤٠	٢٠,٠
الإجمالي	٢٠٠	

توضح البيانات السابق عرضها الأشكال الصحفية التي تحرص على متابعتها

عينة الدراسة بالمواقع الاقتصادية؛ فكان "الخبر" بنسبة (٧٢%)، ثم "التقرير" بنسبة (٣٢%)، يلي ذلك كل من "المقال" و"الحديث" بنسبة (٢٤%)، وأخيراً "التحقيق" بنسبة (٢٠%).

اتفقت الدراسات السابقة مع نتيجة الدراسة الحالية في أن الخبر يأتي في مقدمة الفنون الصحفية في معالجة الصحف الاقتصادية للقضايا والأحداث الاقتصادية، يليه التقرير الإخباري، ثم التحقيق، ثم المقال، وأخيراً الحديث أو الحوار الصحفي، مثل دراسة (أمينة سامي، ٢٠١٨)^(٦١)، ودراسة (عدلات عبد المعطى، ٢٠١٥)^(٦٢)، ودراسة (بنول رشيد وفاتن مراد، ٢٠١١)^(٦٣)، ودراسة (خالد عبد الجواد، ٢٠٠٩)^(٦٤)، ودراسة (Grail Research، ٢٠٠٩)^(٦٥)، دراسة (عبد الجواد سعيد ربيع، ٢٠٠٣)^(٦٦)، ودراسة (سها فاضل، ٢٠٠٠)^(٦٧).

المحور الثالث: الاعتماد على مواقع الصحف الاقتصادية خاصة في وقت الأزمات

- الوسيلة الإعلامية الاقتصادية التي يلجأ إليها المبحوثون في حالة حدوث أزمات اقتصادية معينة:

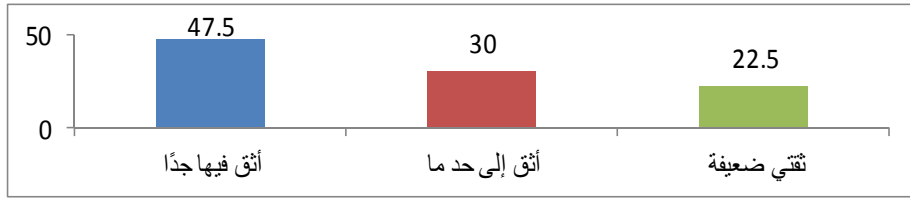
جدول رقم (٩)

الوسيلة الإعلامية الاقتصادية التي يلجأ إليها المبحوثون في حالة حدوث أزمات اقتصادية معينة

ك	%	الوسيلة الإعلامية الاقتصادية التي يلجأ إليها المبحوثون في حالة حدوث أزمات اقتصادية معينة
١٥٢	٧٦,٠	مواقع التواصل الاجتماعي
١٣٦	٦٨,٠	الإعلام الجديد
٤٠	٢٠,٠	الإعلام التقليدي
٤٠	٢٠,٠	الأصدقاء
٣٢	١٦,٠	النشرات والبرامج الاقتصادية
٢٠٠		الإجمالي

توضح البيانات السابق عرضها الوسيلة الإعلامية الاقتصادية التي يلجأ إليها المبحوثون في حالة حدوث أزمات اقتصادية معينة؛ فكانت "مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة (٧٦%)، ثم "الإعلام الجديد" بنسبة (٦٨%)، يلي ذلك كل من "الإعلام التقليدي" و"الأصدقاء" بنسبة (٢٠%)، وأخيراً "النشرات والبرامج الاقتصادية" بنسبة (١٦%).

- درجة ثقة أفراد العينة في معالجة الصحافة الإلكترونية للأزمات الاقتصادية:



شكل رقم (٤)

درجة ثقة أفراد العينة في معالجة الصحافة الإلكترونية للأزمات الاقتصادية

يوضح الشكل السابق درجة ثقة أفراد العينة في معالجة الصحافة الإلكترونية للأزمات الاقتصادية؛ فكان "أثق فيها جداً" بنسبة (٤٧,٥%) بواقع ٩٥ مفردة، ثم "أثق إلى حد ما" بنسبة (٣٠%)، يلي ذلك كل "ثقتي ضعيفة" بنسبة (٢٢,٥%) بواقع ٤٥ مفردة، وقد أوضحت دراسة (أمال سعد وآخرين، ٢٠١٣م)^(٦٨) أن مستوى الاعتماد على الصحف الإلكترونية يرتبط بمستوى الثقة في المعلومات المقدمة من خلالها، فالمبحوثون ذوو مستوى الثقة المرتفع أكثر اعتماداً على الصحف الإلكترونية في الحصول على المعلومات منها.

- أسباب اعتماد المبحوثين على الموقع الاقتصادي الإلكتروني لمتابعته:

جدول رقم (١٠)

أسباب اعتماد المبحوثين على الموقع الاقتصادي الإلكتروني لمتابعته

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبرة
				ك	%	ك	%	ك	%	
١	٨٣,٠	٦٤٢	٢,٤٩	٨,٠١٦	٣٥,٥٧١	٥٦,٥١١	٣	١١٣	١١٣	مصدقية الصحف.
٢	٨٢,٠	٦٤٨	٢,٤٦	٨,٥١٧	٣٧,٠٧٤	٥٤,٥١٠	٩	١٠٩	١٠٩	لأن تغطيتها أكثر شمولية وموضوعية.
٣	٧٩,٣	٦٧٨	٢,٣٨	١١,٠٢٢	٣٩,٥٧٩	٤٩,٥٠٩	٩	٩٩	٩٩	لأنها تسمح بمشاركة القراء بالتعليقات والرأي في الجزء المخصص لتعليقات القراء.
٤	٧٨,٧	٦٧٢	٢,٣٦	١١,٠٢٢	٤٢,٥٨٥	٤٦,٥٠٩	٣	٩٣	٩٣	يوجد للصحيفة الإلكترونية صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي مما يزيد من إمكانية التفاعل والتعبير عن الرأي في القضايا الاقتصادية التي تثيرها.
٥	٧٧,٣	٦٦٢	٢,٣٢	١١,٠٢٢	٤٦,٥٩٣	٤٢,٥٠٩	٣	٨٥	٨٥	يوجد اهتمام بالرد على تفاعلات القراء.
٦	٧٦,٠	٦٧٤	٢,٢٨	١٢,٥٢٥	٤٧,٠٩٤	٤٠,٥٠٩	٥	٨١	٨١	لها أجندة اهتمامات واضحة.
٧	٧٣,٣	٧٣٢	٢,٢٠	١٨,٥٣٧	٤٢,٥٨٥	٣٩,٠٠٩	٥	٧٨	٧٨	تخصيص بريد إلكتروني للتواصل مع الصحيفة لاستقبال الاستفسارات والشكاوى.
٨	٧٠,٣	٧٩١	٢,١١	٢٦,٠٥٢	٣٦,٥٧٣	٣٧,٥٠٩	٥	٧٥	٧٥	تعبير عن أفكاره واتجاهاته الأيديولوجية.

توضح البيانات السابق أسباب اعتماد المبحوثين على الموقع الاقتصادي الإلكتروني لمتابعته؛ فكانت "مصادقية الصحف" بوزن نسبي (٨٣%)، ثم "لأن تغطيتها أكثر شمولية وموضوعية" بوزن نسبي (٨٢%)، يلي ذلك كل "لأنها تسمح بمشاركة القراء بالتعليقات والرأي في الجزء المخصص لتعليقات القراء" بوزن نسبي (٧٩،٣%)، ثم "يوجد للصحيفة الإلكترونية صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي مما يزيد من إمكانية التفاعل والتعبير عن الرأي في القضايا الاقتصادية التي تثيرها" بوزن نسبي (٧٨،٧%)، وأخيراً "لأنها تعبر عن أفكارى واتجاهاتى الأيديولوجية" بوزن نسبي (٧٠،٣%).

ويلاحظ من الإجابات السابقة، أن عينة الدراسة اعتادت على ممارسة هذه العادة من حيث قراءة الصحف الاقتصادية الإلكترونية، وهو ما أشارت إليه الدراسات السابقة التي أوضحت أن أحد أسباب الاعتماد على المواقع الإلكترونية هو ممارستها بشكل يومي^(٦٩)، إلى جانب تفضيل الوسيلة، والإحساس بالجماعة بتدعيم الروابط الاجتماعية مع الآخرين، وذلك من خلال التفاعل الإلكتروني بينهم^(٧٠)، حيث برز سبب قدرة هذه المواقع الإلكترونية على تمكين الفرد من الإحساس بالذات بالتفاعل الاجتماعي عبر تعليقات القراء والنقاش، وهو ما أكسب هذه المواقع وفقاً لتقييم عينة الدراسة ميزة ارتفاع هامش الحرية بها عن وسائل الإعلام التقليدية، لذا اقترح عدد من الباحثين تسمية المستقبل لمضمون الوسيلة بأنه القارئ النشط لمضمون وسائل الإعلام بدلاً من مصطلح الجمهور^(٧١) أو صانع المعلومات Newsmaker خاصة على المدونين^(٧٢). وهو ما يتقارب مع ما أكدته دراسة (هبة صلاح سيد سيد، ٢٠١٩).^(٧٣)

بخصوص العلاقة بين توظيف الصحف الإلكترونية الاقتصادية لمواقع التواصل الاجتماعي، أكدت دراسة (منة الله مجدي محمد، ٢٠١٨)^(٧٤) ارتفاع اعتماد الشباب الجامعي على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الإخبارية كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية خاصة السياسية في المقدمة تلاها الاقتصادية والاجتماعية. وأشارت دراسة (إيمان السيد السيد ٢٠١٥)^(٧٥) إلى وجود تفاوت في أهداف الممارسة الصحفية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت في مقدمتها تحقيق سبق والانفراد الصحفي والأرباح السريعة وزيادة المبيعات لمواجهة المنافسة الشديدة، كما أوضح الصحفيون أن الأخبار والموضوعات الصحفية التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي تمثل وسيلة اتصال فعالة مع المصادر بنسبة ٥٠%.

يُلاحظ أن الإعلام الجديد أتاح الربط بين الصورة والنص والصوت في ذات

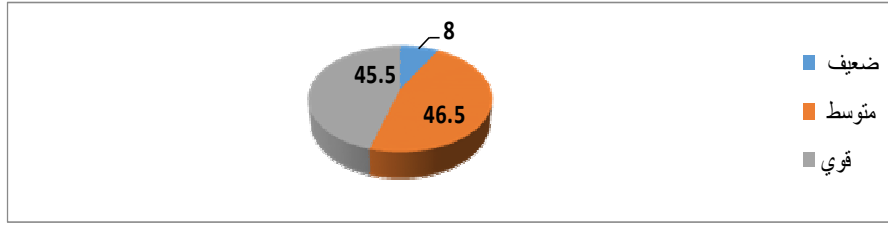
المادة الصحفية الواحدة، وهو ما يتقارب مع ما أشارت إليه دراسة Hamblin (٢٠١٢)^(٧٦) حيث أوضحت أن الاتجاه إلى الاندماج أصبح شائعاً في المؤسسات الصحفية الكبيرة، حيث تتوقف عملية الاندماج الإعلامي على حجم المؤسسة الصحفية، فغرف الأخبار الكبيرة تحتوي على أقسام للإنفوجراف والمعلومات المصورة، أما غرف الأخبار الأصغر فلا تمتلك الموارد التي تمكنها من توظيف مستوى عالٍ من التخصص. كما أكدت الدراسة أن إنتاج الإنفوجراف لا يتطلب فقط المهارة ولكنه يحتاج أيضاً وقتاً أطول من قبل مصممي الإنفوجراف.

يمكن إعادة قراءة الأسباب السابقة إلى مجموعتين رئيسيتين كما يلي:

- ركزت مجموعة من المستخدمين في المقام الأول على خاصية التفاعلية، بمعنى قدرتهم على التعبير عن الرأي والأفكار والاتجاهات، وكذلك الإطلاع على آراء الآخرين، إلى جانب رد القائمين على مواقع الصحف الإلكترونية، وكذلك صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي على الآراء والتفاعل معها، وذلك عن طريق تخصيص بريد إلكتروني للتواصل مع الصحيفة لاستقبال الاستفسارات والشكاوى. وقد أكدت دراسة (ياسمين محمد إبراهيم، ٢٠١٨)^(٧٧) ثنائية الاتجاه بين أجندة وسائل الإعلام الاجتماعية والأفراد، كما أكدت الطبيعة التفاعلية لهذه الأجندات حيث يتفاعل الجمهور مع مصادر وسائل الإعلام الاجتماعية التي يعدّ هو جزءاً منها.

- تحدد اهتمام المجموعة الثانية في صدق وتحديث التغطية الإخبارية، وكذلك حياديتها ووضوح الاتجاه الفكري للصحيفة، ومحاولة التعبير عن آراء المواطنين. وهو ما يتقارب مع ما توصلت إليه دراسة (زيزيت إبراهيم، ٢٠١٧)^(٧٨) التي أثبتت أن التغطية الإخبارية الموضوعية لقضايا الإصلاح الاقتصادي جاءت بنسبة فوق المتوسط ٦٦,٥٪ مقابل ٣٣,٥٪ للتغطية الملونة. وتتفق نتيجة الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية من حيث حرص الصحف الإلكترونية على الموضوعية والصدق لتنوع البدائل المتاحة أمام الجمهور التي يمكن لها أن تعتمد عليها في حالة التزوير أو التغطية غير الصادقة. كما أكدت دراسة (ماهيّتاب ماهر محمود كامل، ٢٠١٤)^(٧٩) حرص المواقع الإلكترونية على توثيق المعلومات المنشورة، وإضفاء قدر كبير من الموثوقية والمصداقية في مادتها الإعلامية لدى جمهورها.

يُستخلص من إجابات عينة الدراسة مقياس عام حول أسباب اعتماد المبحوثين على الموقع الاقتصادي الإلكتروني لمتابعته، وفيما يلي مستوياته:



شكل رقم (٥)

المقياس العام حول أسباب اعتماد المبحوثين على الموقع الاقتصادي الإلكتروني لمتابعته

توضح بيانات الشكل السابق المقياس العام حول أسباب اعتماد المبحوثين على الموقع الاقتصادي الإلكتروني لمتابعته؛ فكان "ضعيفاً" بنسبة (٨%) بواقع ١٦ مفردة و"متوسطاً" بنسبة (٤٦,٥%) بواقع ٩٣ مفردة و"قويّاً" بنسبة (٤٥,٥%) بواقع ٩١ مفردة.

المحور الرابع: القضايا والموضوعات التي تحرص المواقع الاقتصادية على نشرها:

- القضايا التي تحرص العينة على متابعتها في المواقع الاقتصادية:

جدول رقم (١١)

القضايا التي تحرص العينة على متابعتها في المواقع الاقتصادية

القضايا التي تحرص العينة على متابعتها في المواقع الاقتصادية	ك	%
قضايا الفساد	٩٦	٤٨,٠
مؤشرات النمو الاقتصادي	٨٠	٤٠,٠
قضايا التشغيل والبطالة	٧٢	٣٦,٠
قضايا توزيع الدخل والفقير	٦٨	٣٤,٠
العدالة الاجتماعية	٦٢	٣١,٠
النظام النقدي	٥٦	٢٨,٠
نظام الإقراض المحلي	٥٦	٢٨,٠
التنمية المستدامة	٥٥	٢٧,٥
النظام الضريبي	٤٨	٢٤,٠
إجراءات تأسيس الأعمال واستصدار التراخيص	٢٤	١٢,٠
الإجمالي	٢٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى القضايا التي تحرص العينة على متابعتها في المواقع الاقتصادية؛ تأتي في مقدمتها "قضايا الفساد" بنسبة (٤٨%)، ثم "مؤشرات النمو الاقتصادي" بنسبة (٤٠%)، يلي ذلك "قضايا التشغيل والبطالة" بنسبة (٣٦%)، ثم "قضايا توزيع الدخل والفقير" بنسبة (٣٤%)، يلي ذلك "العدالة الاجتماعية" بنسبة (٣١%)، وفي المرتبة الثامنة، ذكر المبحوثون "التنمية المستدامة" بنسبة (٢٧،٥%)، ثم "النظام الضريبي" بنسبة (٢٤%)، وأخيراً "إجراءات تأسيس الأعمال واستصدار التراخيص" بنسبة (١٢%).

تبين وجود اختلاف في موقف تناول الصحف لقضايا البطالة، حيث يقل اهتمام الصحف الإلكترونية بها، وهي النتيجة التي تتفق مع دراسة (حسين عامر شلبي حسن، ٢٠١٩)^(٨٠) التي أكدت عدم اهتمام المواقع الإلكترونية عينة الدراسة بعرض قضيتي البطالة والزيادة السكانية بشكل كافٍ، حيث تم عرضها مرات قليلة لا تتناسب مع أهمية القضيتين، وفي الدراسة الحالية احتلت الترتيب الثالث من حيث اهتمام الصحف الاقتصادية الإلكترونية.

من الجدير بالذكر أن قضية ارتفاع معدلات البطالة تُعد من القضايا التي تبحث عنها عينة الدراسة عبر الصحف الإلكترونية، وحصدت الترتيب الثالث من بين القضايا والأزمات الاقتصادية التي تهتم بها العينة. ويُعد اهتمام عينة الدراسة بهذه القضية طبيعياً، حيث تعد من القضايا الرئيسية التي يعاني منها الشباب العربي، في حين لا تهتم الصحف الإلكترونية بهذه القضية على الرغم من تأثيراتها السلبية في أي مجتمع، حيث كشفت نتائج دراسة (دعاء الغوابي، ٢٠١٦)^(٨١) أن ما يعانيه المجتمع من فقر وزيادة معدلات البطالة وحالات الإحباط التي يشعر بها الطلاب قبل تخرجهم وتوقعهم بعدم الحصول على فرص عمل مناسبة تعد من أحد أسباب العنف السياسي، وهو ما أكدت أيضاً دراسة (Andrey Korotayev, Julia V. Zinkina, 2011)^(٨٢).

- أكثر القطاعات الاقتصادية التي تهتم عينة الدراسة بمتابعة أخبارها بالمواقع الاقتصادية:

جدول رقم (١٢)

أكثر القطاعات الاقتصادية التي تهتم عينة الدراسة بمتابعة أخبارها في المواقع الاقتصادية

ك	%	أكثر القطاعات الاقتصادية التي تهتم عينة الدراسة بمتابعة أخبارها في المواقع الاقتصادية
١٢٠	٦٠,٠	قطاع التعليم
٨٠	٤٠,٠	قطاع التجارة
٦٤	٣٢,٠	الحج والعمرة
٦٤	٣٢,٠	قطاع الاتصالات
٥٦	٢٨,٠	القطاع المالي
٤٠	٢٠,٠	قطاع السياحة
٢٧	١٣,٥	قطاع المواصلات
٢٤	١٢,٠	قطاع المقاولات
٢٤	١٢,٠	قطاع الزراعة
٩	٤,٥	قطاع الصناعة
٢٠٠		الإجمالي

توضح البيانات السابق أكثر القطاعات الاقتصادية التي تهتم عينة الدراسة بمتابعة أخبارها في المواقع الاقتصادية؛ فكان " قطاع التعليم" بنسبة (٦٠%)، ثم "قطاع التجارة" بنسبة (٤٠%)، يلي ذلك كل "الحج والعمرة" بنسبة (٣٢%)، ثم "القطاع المالي" بنسبة (٢٨%)، يلي ذلك "قطاع السياحة" بنسبة (٢٠%)، ثم "قطاع المواصلات" بنسبة (١٣,٥%)، وأخيراً "قطاع الصناعة" بنسبة (٤,٥%).

- أبرز الخدمات الاقتصادية التي تقدمها المواقع الاقتصادية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول رقم (١٣)

أبرز الخدمات الاقتصادية التي تقدمها المواقع الاقتصادية من وجهة نظر المبحوثين

ك	%	أبرز الخدمات الاقتصادية التي تقدمها المواقع الاقتصادية من وجهة نظر المبحوثين
٧٢	٣٦,٠	تقدم تغطية مستمرة للسلع والخدمات الرئيسية
٧٠	٣٥,٠	تقدم ملفات معلومات اقتصادية متخصصة
٦٤	٣٢,٠	تقوم بتغطية المؤتمرات الاقتصادية
٥٦	٢٨,٠	تنشر أخبار البورصة
٤٨	٢٤,٠	أقوم بنشر إعلانات عن السلع والخدمات فيها
٤٠	٢٠,٠	تقدم أسعار المواد الخام
٢٤	١٢,٠	تنشر إعلانات المناقصات
٢٠٠		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أبرز الخدمات الاقتصادية التي تقدمها المواقع الاقتصادية من وجهة نظر المبحوثين؛ تأتي في مقدمتها "تقدم تغطية مستمرة للسلع والخدمات الرئيسية" بنسبة (٣٦%)، ثم "تقدم ملفات معلومات اقتصادية متخصصة" بنسبة (٣٥%)، يلي ذلك "تقوم بتغطية المؤتمرات الاقتصادية" بنسبة (٣٢%)، ثم "تنشر أخبار البورصة" بنسبة (٢٨%)، يلي ذلك "أقوم بنشر إعلانات عن السلع والخدمات فيها" بنسبة (٢٤%)، وأخيراً "تنشر إعلانات المناقصات" بنسبة (١٢%)، وهو الأمر الذي يوضح حرص الصحف الإلكترونية الاقتصادية المتخصصة على معرفة اهتمامات واحتياجات الجمهور وتلبيتها، وهو ما يتقارب مع ما أشارت إليه دراسة (فاطمة بنت محمد بن علي البحر، ٢٠١٨)^(٨٣) من حيث اهتمام وسائل الإعلام الجديدة بقضية "عجز الموازنة في ظل انخفاض أسعار النفط"، ثم "قضايا متعلقة بحماية المستهلك" في الترتيب الثاني، في حين جاء بوسائل الإعلام الجديدة بقضية "ضعف الرواتب وتأخر الترقيات للموظفين" في الترتيب الثالث، ثم تدرجت بقية القضايا مثل الأزمة الاقتصادية والقضايا الدولية والعمالة الوافدة والحوادث المرورية.

يُلاحظ بشكل عام من إجابات عينة الدراسة طبيعة القضايا والموضوعات والخدمات التي تهتم بها، وارتفاع اعتماد عينة الدراسة على الصحف الإلكترونية في

معرفة معلومات اقتصادية متخصصة عن بعض الأزمات دون غيرها، أي هناك تفاوت في الاعتماد على الصحف الإلكترونية لمعرفة المعلومات الاقتصادية وفقاً لنوع الأزمة، فقد تبين ارتفاع الاعتماد عليها في معرفة المعلومات المتعلقة بارتفاع أسعار المواد الغذائية أو السلع الأساسية وخدمات التعليم والصحة؛ ربما لارتباط هذه الأمور بشكل مباشر بالاحتياجات الأساسية للأسرة، في حين قلت اهتمامات عينة الدراسة بالأخبار الاقتصادية المرتبطة بالصناعة والمشروعات والاستثمار؛ ويعزو ذلك إلى أن هذه الأخبار تمس بشكل مباشر فئة معينة من المجتمع. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (زيزيت إبراهيم حسين، ٢٠١٧)^(٨٤) التي أكدت أن القضايا الاقتصادية الاجتماعية تحتل الترتيب الأول في صحف الدراسة، تليها قضايا الاستثمار، ثم قضايا الخصخصة.

يختلف ترتيب القضايا السابقة المتمثلة في تصدر قضايا وموضوعات الخدمات التعليمية والصحية والاجتماعية الاقتصادية وانخفاض الاهتمام بقضايا الاستثمار والصناعة والبورصة، وإن اختلفت مع هذه النتيجة دراسة (رامي جمال محمد، ٢٠١٧)^(٨٥) التي أكدت أن قضية الاستثمار جاءت في مقدمة القضايا الاقتصادية التي اهتمت بها صحف الدراسة الثلاث (الأهرام - الشروق - الوفد) في تناولها للقضايا الاقتصادية حيث جاءت في المرتبة الأولى، ثم جاءت قضية العدالة الاجتماعية في المرتبة الثانية، في حين جاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة قضية ارتفاع الأسعار. وتتفق النتائج السابقة مع دراسة (صديق الصادق الزين، ٢٠١٣)^(٨٦) التي أكدت تصدر قضايا المال والاستثمار لاهتمام الصحافة الاقتصادية نظراً لتأثيرها في القضايا الاقتصادية الأخرى.

أما بخصوص انخفاض الاهتمام بمتابعة تنفيذ المشروعات، فقد أكدت دراسة (محمد زين عبد الرحمن، ٢٠١٥)^(٨٧) أن المبحوثين الذين يرتفع مستوى تعرضهم للموضوعات المتعلقة بقناة السويس الجديدة عبر المواقع الإلكترونية بلغت نسبتهم ٢٣,٨٧% من إجمالي مفردات من يتابعون الموضوعات المتعلقة بقناة السويس الجديدة عبر المواقع الإلكترونية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يتوسط مستوى تعرضهم ٢٩,٣٥%، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضي مستوى التعرض ٥٠,٠٠%.

المحور الخامس: تفاعل عينة الدراسة مع المواقع الإلكترونية الاقتصادية:
 - ما يقوم به المبحوثون بعد تعرضهم للمواقع الإلكترونية المتخصصة في الشأن الاقتصادي:

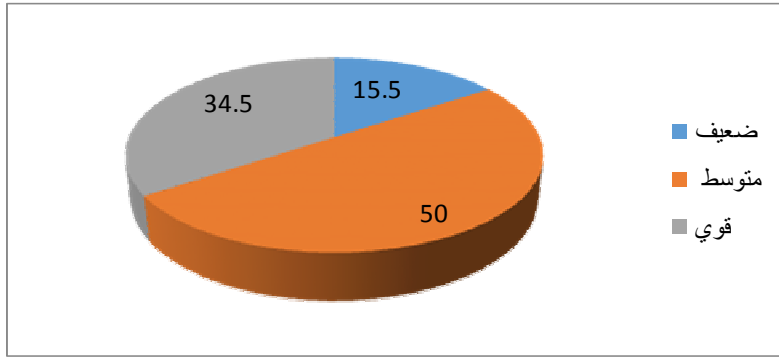
جدول رقم (١٤)

ما يقوم به المبحوثون بعد تعرضهم للمواقع الإلكترونية المتخصصة في الشأن الاقتصادي

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	٧٠,٧	٠,٦٧٢	٢,١٢	١٧,٠	٣٤	٥٣,٥	١٠٧	٢٩,٥	٥٩	أشارك برأيي مع زملائي وأهلي.
٢	٧٠,٣	٠,٧١٠	٢,١١	٢٠,٠	٤٠	٤٨,٥	٩٧	٣١,٥	٦٣	أقوم بإرسال المحتوى للأصدقاء.
٣	٦٧,٧	٠,٨٥٠	٢,٠٣	٣٤,٥	٦٩	٢٨,٠	٥٦	٣٧,٥	٧٥	رفع المحتوى على مواقع أخرى.
٤	٦٦,٣	٠,٨٠٥	١,٩٩	٣٣,٠	٦٦	٣٥,٥	٧١	٣١,٥	٦٣	إدراجه في مفضلاتي.
٥	٦٥,٠	٠,٧٤٩	١,٩٥	٣٠,٥	٦١	٤٤,٠	٨٨	٢٥,٥	٥١	إضافة تعليق أسفل المحتوى.
٦	٦٤,٣	٠,٧٠٨	١,٩٣	٢٩,٠	٥٨	٤٩,٥	٩٩	٢١,٥	٤٣	أبحث عن الموضوعات على صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي إن وجدت وأتفاعل.
٧	٥٦,٣	٠,٧١٧	١,٦٩	٤٥,٥	٩١	٣٩,٥	٧٩	١٥,٠	٣٠	أقوم بمشاركة الموضوع من خلال وسائل الإعلام.
٨	٥٥,٠	٠,٦١٥	١,٦٥	٤٢,٠	٨٤	٥٠,٥	١٠١	٧,٥	١٥	أقوم بمراسلة القائمين على الصحيفة والتعبير بالرأي.

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يقوم به المبحوثون بعد تعرضهم للمواقع الإلكترونية المتخصصة في الشأن الاقتصادي؛ يأتي في المقدمة "أشارك برأى مع زملائي وأهلي" بنسبة (٧٠,٧%)، ثم "أقوم بإرسال المحتوى للأصدقاء" بنسبة (٧٠,٣%)، يلي ذلك "رفع المحتوى على مواقع أخرى" بنسبة (٦٧,٧%)، ثم "إدراجه في مفضلاتي" بنسبة (٦٦,٣%)، يلي ذلك "إضافة تعليق أسفل المحتوى" بنسبة (٦٥%)، وأخيراً "أقوم بمراسلة القائمين على الصحيفة والتعبير بالرأي" بنسبة (٥٥%)، وفي هذا الشأن أشارت دراسة (نهاد فوزي السيد، ٢٠١٦)^(٨٨) إلى أن أهم دوافع استخدام المبحوثين للصحف الإلكترونية باعتبارها مصدرًا للحصول على المعلومات يتم مناقشتها مع الآخرين.

يُستخلص من إجابات عينة الدراسة مقياس عام لتفاعل المبحوثين بعد تعرضهم للمواقع الإلكترونية الاقتصادية:

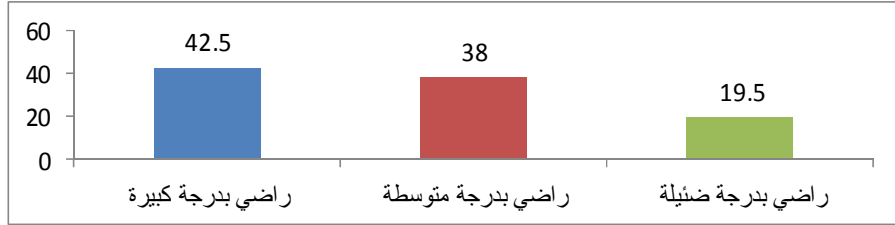


شكل رقم (٦)

المقياس العام حول ما يقوم به المبحوثون بعد تعرضهم للمواقع الإلكترونية المتخصصة في الشأن الاقتصادي

توضح بيانات الشكل السابق المقياس العام حول ما يقوم به المبحوثون بعد تعرضهم للمواقع الإلكترونية المتخصصة في الشأن الاقتصادي؛ فكان "ضعيفاً" بنسبة (١٥,٥%) و"متوسطاً" بنسبة (٥٠%) و"قويًا" بنسبة (٣٤,٥%).

- مدى رضا أفراد العينة عن معالجة المواقع الاقتصادية الإلكترونية للأحداث والقضايا الاقتصادية:



شكل رقم (٧)

مدى رضا أفراد العينة عن معالجة المواقع الاقتصادية الإلكترونية للأحداث والقضايا الاقتصادية

توضح بيانات الشكل السابق مدى رضا أفراد العينة عن معالجة المواقع الاقتصادية الإلكترونية للأحداث والقضايا الاقتصادية؛ فكان "راضي بدرجة كبيرة" بنسبة (٤٢,٥%) بواقع ٨٥ مفردة، ثم "بدرجة متوسطة" بنسبة (٣٨%) بواقع ٧٦ مفردة، يلي ذلك "بدرجة ضئيلة" بنسبة (١٩,٥%) بواقع ١٩,٥ مفردة.

- تقييم المبحوثين لتوافر بعض المعايير في المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية
بالمواقع الاقتصادية الإلكترونية:

جدول رقم (١٥)

تقييم المبحوثين لتوافر بعض المعايير في المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية بالمواقع
الاقتصادية الإلكترونية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	٧٤,٧	٠,٦٥٧	٢,٢٤	١٢,٥	٢٥	٥١,٥	١٠٣	٣٦,٠	٧٢	التفاعلية المتاحة بالموقع.
٢	٧٤,٠	٠,٦٥٣	٢,٢٢	١٢,٥	٢٥	٥٢,٥	١٠٥	٣٥,٠	٧٠	الفرورية في نقل المعلومة.
٣	٧٣,٧	٠,٧١٣	٢,٢١	١٧,٠	٣٤	٤٥,٠	٩٠	٣٨,٠	٧٦	استخدام الصورة والفيديو في تقديم المعلومات.
٤	٧٣,٠	٠,٥٦٤	٢,١٩	٨,٠	١٦	٦٤,٥	١٢٩	٢٧,٥	٥٥	دقة التحليلات الاقتصادية.
م٤	٧٣,٠	٠,٦١٣	٢,١٩	١١,٠	٢٢	٥٩,٠	١١٨	٣٠,٠	٦٠	عرض وجهات نظر متعددة.
م٤	٧٣,٠	٠,٧٠٠	٢,١٩	١٦,٥	٣٣	٤٧,٥	٩٥	٣٦,٠	٧٢	الاعتماد على الخبراء والمتخصصين في مناقشة الموضوعات.
م٤	٧٣,٠	٠,٦٤٠	٢,١٩	١٢,٥	٢٥	٥٥,٥	١١١	٣٢,٠	٦٤	تحديث الأخبار والمعلومات بصفة مستمرة.
٥	٧٢,٣	٠,٦٩٥	٢,١٧	١٧,٠	٣٤	٤٩,٠	٩٨	٣٤,٠	٦٨	تعدد القضايا التي تناولها.
م٥	٧٢,٣	٠,٦٦٨	٢,١٧	١٥,٠	٣٠	٥٢,٥	١٠٥	٣٢,٥	٦٥	أساليب المعالجة الدقيقة المعتمدة على الأرقام.
٦	٧٢,٠	٠,٦٧١	٢,١٦	١٥,٥	٣١	٥٢,٥	١٠٥	٣٢,٠	٦٤	عمق المعالجة الاقتصادية.

٧	٧١,٣	٠,٦٣٧	٢,١٤	١٤,٠	٢٨	٥٧,٥	١١٥	٢٨,٥	٥٧	أساليب الإخراج جذابة.
٧م	٧١,٣	٠,٦١٣	٢,١٤	١٢,٥	٢٥	٦٠,٥	١٢١	٢٧,٠	٥٤	تأثير بعض القوى السياسية والاقتصادية على المعالجة الصحفية
٨	٧٠,٠	٠,٦٦٥	٢,١٠	١٧,٥	٣٥	٥٥,٠	١١٠	٢٧,٥	٥٥	متابعتها للقضايا الاقتصادية المثارة.
٨م	٧٠,٠	٠,٧٤٣	٢,١٠	٢٣,٠	٤٦	٤٤,٠	٨٨	٣٣,٠	٦٦	غياب الإعلام الاقتصادي المتخصص وافتقاده للمهنية
٩	٦٩,٧	٠,٦٨٩	٢,٠٩	١٩,٥	٣٩	٥٢,٠	١٠٤	٢٨,٥	٥٧	استقطاب الصحفيين من جانب رجال الأعمال المنافسين
١٠	٦٨,٧	٠,٦٠٣	٢,٠٦	١٥,٥	٣١	٦٣,٥	١٢٧	٢١,٠	٤٢	عدم تحديد مصادر المعلومات الواردة
١١	٦٨,٣	٠,٥٩٩	٢,٠٥	١٥,٥	٣١	٦٤,٠	١٢٨	٢٠,٥	٤١	الجرأة في تناول القضايا والموضوعات الاقتصادية.
١٢	٦٧,٠	٠,٦٦١	٢,٠١	٢١,٥	٤٣	٥٦,٥	١١٣	٢٢,٠	٤٤	عدم تقديم الخلفيات وربط الأحداث بسياقاتها المختلفة

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقييم الباحثين لتوافر بعض المعايير في المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية بالمواقع الاقتصادية الإلكترونية؛ تأتي في المقدمة "التفاعلية المتاحة بالموقع" بنسبة (٧٤,٧%)، ثم "الفورية في نقل المعلومة"

بنسبة (٧٤%)، ثم جاء "استخدام الصورة والفيديو في تقديم المعلومات" بنسبة (٧٣,٧%).

يُلاحظ اهتمام الصحف الإلكترونية بعنصر الصورة بشكل كبير، قد يرجع ذلك إلى أن خصائص الإعلام الجديد قائمة على إبراز الحقائق مصورة، كما يتم نشر الصور بشكل آني، حيث إن الصورة تساعد على نقل المواطن لمكان الحدث، وتقدم له تفاصيل قد تطول الكلمات في وصفها. وقد أكدت الدراسات السابقة أهمية الرسوم والصور في متابعة الأخبار وقراءتها، حيث أشارت دراسة Yael وآخرون (٢٠١٦)^(٨٩) إلى أن المبحوثين خلال دراسة تتبع العين قرأوا بالفعل الأخبار التي تتضمن رسوم، حيث تمت ملاحظة الرسوم سواء الرسم البياني الخطي أو رسم الأعمدة، ولكن كان وقت توقف المبحوثين عند هذه الرسوم أقل من النص. كما أن نصف المبحوثين هم فقط من نظروا إلى العناصر التي تم إلقاء الضوء عليها في هذه الرسوم. مثل النسب والأرقام التي تم نشرها بخط أكبر وبلون مختلف.

جاء تقييم المبحوثين الخاص بكل من "دقة التحليلات الاقتصادية" و"عرض وجهات نظر متعددة" و"الاعتماد على الخبراء والمتخصصين في مناقشة الموضوعات" بنسبة (٧٣%)، يلي ذلك "تعدد القضايا التي تتناولها" و"أساليب المعالجة الدقيقة المعتمدة على الأرقام" بنسبة (٧٢,٣%). وتتقارب النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة (صديق الصادق الزين، ٢٠١٣)^(٩٠) التي أكدت أن الصحافة الاقتصادية هي صحافة خبرية وتفسيرية، حيث تميل لاستخدام الفنون الخبرية بشكل رئيسي ثم المقال والتقارير في معالجة القضايا الاقتصادية. كما أشارت دراسة كل من (محمد على عبد الله، ٢٠٠٩)^(٩١)، ودراسة (أحمد العثيم، ٢٠٠٩)^(٩٢)، ودراسة (عبد الجواد سعيد ربيع، ٢٠٠٣)^(٩٣) إلى اعتماد المعالجة الصحفية للأحداث والقضايا الاقتصادية على الأسلوب المنطقي في معالجة القضايا الاقتصادية من خلال الاعتماد على الحقائق والأرقام في المرتبة الأولى، ثم الأدلة والبراهين، ثم الوقائع المحددة، فالأمثلة الواقعية، وأخيراً التسلسل المنطقي للأحداث.

في المرتبة التاسعة، ذكر المبحوثون "استقطاب الصحفيين من جانب رجال الأعمال المنافسين" بنسبة (٦٩,٧%)، ثم جاء "عدم تحديد مصادر المعلومات الواردة" بنسبة (٦٨,٧%)، يلي ذلك "الجرأة في تناول القضايا والموضوعات الاقتصادية" بنسبة (٦٨,٣%)، وأخيراً "عدم تقديم الخلفيات وربط الأحداث بسياقاتها المختلفة" بنسبة (٦٧%).

يُستخلص من إجابات عينة الدراسة مقياس عام حول تقييم المبحوثين لتوافر بعض المعايير في المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية بالمواقع الاقتصادية الإلكترونية:

جدول رقم (١٦)

المقياس العام حول تقييم المبحوثين لتوافر بعض المعايير في المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية بالمواقع الاقتصادية الإلكترونية

تقييم المبحوثين لتوافر بعض المعايير في المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية بالمواقع الاقتصادية الإلكترونية	ك	%
سلبية	٢٥	١٢,٥
محايد	١٠٤	٥٢
إيجابي	٧١	٣٥,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق المقياس العام حول تقييم المبحوثين لتوافر بعض المعايير في المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية بالمواقع الاقتصادية الإلكترونية؛ فكان "سلبياً" بنسبة (١٢,٥%) و"محايداً" بنسبة (٥٢%) و"إيجابياً" بنسبة (٣٥,٥%).

- الصعوبات التي تواجه المبحوثين عند البحث عن المعلومات في المواقع الاقتصادية:

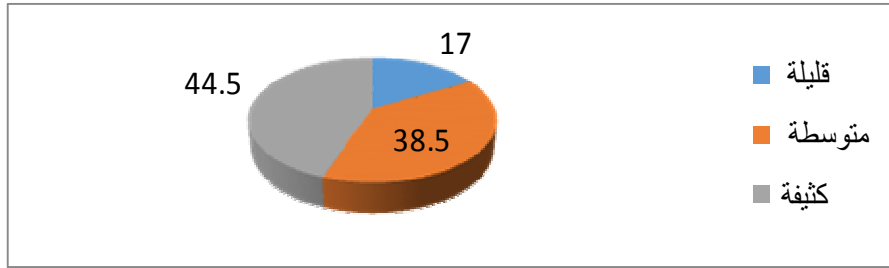
جدول رقم (١٧)

الصعوبات التي تواجه المبحوثين عند البحث عن المعلومات في المواقع الاقتصادية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبرة
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	٧٩,٣	٠,٧٠٥	٢,٣٨	١٣,٠	٢٦	٣٦,٥	٧٣	٥٠,٥	١٠١	غزارة المعلومات بما يؤدي إلى التشويش
٢	٧٤,٧	٠,٧٦٧	٢,٢٤	٢٠,٠	٤٠	٣٥,٥	٧١	٤٤,٥	٨٩	غياب التفاعلية
٣	٧٣,٧	٠,٧٤٣	٢,٢١	١٩,٠	٣٨	٤٠,٥	٨١	٤٠,٥	٨١	عدم وجود أقسام بالموقع تعطي مجالات النشاط الاقتصادي التي أهتم بها
٤	٧٠,٧	٠,٧٦٥	٢,١٢	٢٤,٠	٤٨	٤٠,٥	٨١	٣٥,٥	٧١	تقديم معلومات مبتورة ومجزأة
٥	٧٠,٣	٠,٧٦٩	٢,١١	٢٤,٥	٤٩	٤٠,٠	٨٠	٣٥,٥	٧١	تقديم معلومات مجهولة بدون مصادر محددة
٦	٦٩,٠	٠,٨١٥	٢,٠٧	٣٠,٠	٦٠	٣٣,٥	٦٧	٣٦,٥	٧٣	صعوبة التواصل في القراءة على الشاشة
٧	٦٧,٧	٠,٦٨٣	٢,٠٣	٢٢,٠	٤٤	٥٣,٥	١٠٧	٢٤,٥	٤٩	صعوبة تصفح الموقع الاقتصادي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الصعوبات التي تواجه المبحوثين عند البحث عن المعلومات في المواقع الاقتصادية؛ تأتي في المقدمة "غزارة المعلومات بما يؤدي إلى التشويش" بنسبة (٧٩,٣%)، ثم "غياب التفاعلية" بنسبة (٧٤,٧%)، يلي ذلك "عدم وجود أقسام بالموقع تغطي مجالات النشاط الاقتصادي التي أهتم بها" بنسبة (٧٣,٧%)، ثم "تقديم معلومات مبتورة ومجتزأة" بنسبة (٧٠,٧%)، يلي ذلك "تقديم معلومات مجهلة بدون مصادر محددة" بنسبة (٧٠,٣%)، وأخيراً "صعوبة تصفح الموقع الاقتصادي" بنسبة (٦٧,٧%).

يُستخلص من إجابات عينة الدراسة مقياس عام حول الصعوبات التي تواجه عينة الدراسة عند البحث عن المعلومات في المواقع الإلكترونية:



شكل رقم (٨)

المقياس العام حول الصعوبات التي تواجه المبحوثين عند البحث عن المعلومات في المواقع الاقتصادية

توضح بيانات الشكل السابق المقياس العام حول الصعوبات التي تواجه المبحوثين عند البحث عن المعلومات في المواقع الاقتصادية؛ فكان "قليلًا" بنسبة (١٧%) بواقع ٣٤ مفردة و"متوسطًا" بنسبة (٣٨,٥%) بواقع ٧٧ مفردة و"كثيرًا" بنسبة (٤٤,٥%) بواقع ٨٩ مفردة.

- أهم جوانب استفادة المبحوثين من المعلومات التي تعرضها المواقع الإلكترونية حول القضايا الاقتصادية:

جدول رقم (١٨)

أهم جوانب استفادة المبحوثين من المعلومات التي تعرضها المواقع الإلكترونية حول القضايا الاقتصادية

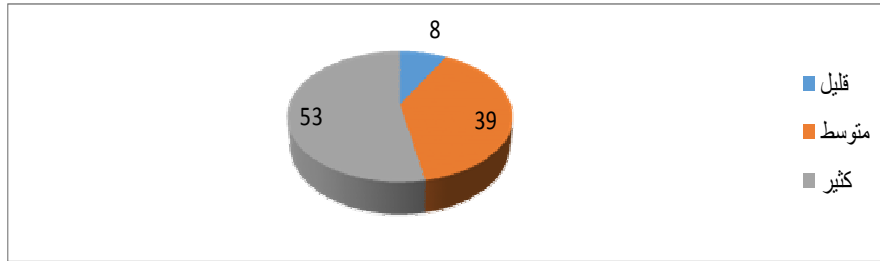
الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبرة
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	٨٥,٧	٠,٥٧٢	٢,٥٧	٤,٠	٨	٣٥,٠	٧٠	٦١,٠	١٢٢	التعرف على أهم المشكلات والقضايا الاقتصادية التي تؤثر في النمو الاقتصادي.
٢	٧٩,٣	٠,٦٧٧	٢,٣٨	١١,٠	٢٢	٤٠,٠	٨٠	٤٩,٠	٩٨	التعرف على التجاوزات والمعوقات التي تعترض سبل نجاح التنمية في المجتمع.
٣	٧٨,٠	٠,٦٦٨	٢,٣٤	١١,٠	٢٢	٤٤,٠	٨٨	٤٥,٠	٩٠	التعمق في معرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا والأزمات وانعكاساتها على المجتمع.
٤	٧٧,٧	٠,٦٠٢	٢,٣٣	٧,٠	١٤	٥٣,٠	١٠٦	٤٠,٠	٨٠	التعرف على أهم الفرص الاستثمارية واتخاذ القرارات بناء على معلومات اقتصادية جادة.
٥	٧٥,٣	٠,٧١١	٢,٢٦	١٥,٥	٣١	٤٣,٠	٨٦	٤١,٥	٨٣	تكوين رأي وفهم سليم حول القضايا والأزمات الاقتصادية لاتخاذ قرار اقتصادي رشيد.
٦	٧٤,٠	٠,٦٩٦	٢,٢٢	١٥,٥	٣١	٤٧,٠	٩٤	٣٧,٥	٧٥	الحصول على الخدمات المتاحة في المجتمع تجاه القضايا الاقتصادية.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم جوانب استفادة المبحوثين من المعلومات التي تعرضها المواقع الإلكترونية حول القضايا الاقتصادية؛ تأتي في مقدمتها "التعرف على أهم المشكلات والقضايا الاقتصادية التي تؤثر في النمو الاقتصادي" بنسبة (٨٥,٧%)، ثم "التعرف على التجاوزات والمعوقات التي تعترض سبل نجاح التنمية في المجتمع" بنسبة (٧٩,٣%)، يلي ذلك "التعمق في معرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا

والأزمات وانعكاساتها على المجتمع" بنسبة (٧٨%)، ثم "التعرف على أهم الفرص الاستثمارية واتخاذ القرارات بناء على معلومات اقتصادية جادة" بنسبة (٧٧،٧%)، يلي ذلك "تكوين رأي وفهم سليم حول القضايا والأزمات الاقتصادية لاتخاذ قرار اقتصادي رشيد" بنسبة (٧٥،٣%)، وأخيراً "الحصول على الخدمات المتاحة في المجتمع تجاه القضايا الاقتصادية" بنسبة (٧٤%).

يُلاحظ من إجابات عينة الدراسة أن الصحف الاقتصادية تولي اهتمامها لتفسير الأحداث الاقتصادية وتحليلها إلى جانب سرعة التغطية الإخبارية للأحداث الاقتصادية. وتتفق النتائج السابقة مع ما توصلت إليه دراسة (محمد شحادة علي، ٢٠١٢)^(٩٤) التي أكدت أن الصفحات الاقتصادية تولي الاهتمام للجانب الإخباري عن التفسير والتحليل. وكذلك كل من دراسة (محمد علي عبد الله، ٢٠٠٩)^(٩٥)، ودراسة (أحمد العثيم، ٢٠٠٩)^(٩٦) اللتين أكدت أن أهداف المعالجة الصحفية الاقتصادية تتمثل في: الإعلام في المرتبة الأولى، ثم الشرح والتحليل والتفسير، ثم التوجيه والإرشاد، حيث يطغى الاهتمام بوظيفة الأخبار والإعلام باقي الوظائف؛ مما يكشف عن عدم قدرة الصحيفة الاقتصادية على توظيف المعلومات في توعية وتوجيه القراء. كما أكد الصحفيون في دراسة (عادل عبد الرازق ضيف، ٢٠٠٠)^(٩٧) أن وظيفة الإعلام جاءت في مقدمة الوظائف التي يرى القائم بالاتصال في صحيفة الأهرام الاقتصادي ضرورة الاهتمام بها، كما أكدوا ضرورة الاهتمام بفن المقال الصحفي كفن مفضل في الصحف ذات المضمون الجاد.

يُستخلص من إجابات عينة الدراسة مقياس عام يتعلق بتقييم عينة الدراسة لأهم جوانب استفادة الباحثين من المعلومات التي تعرضها المواقع الإلكترونية حول القضايا الاقتصادية:

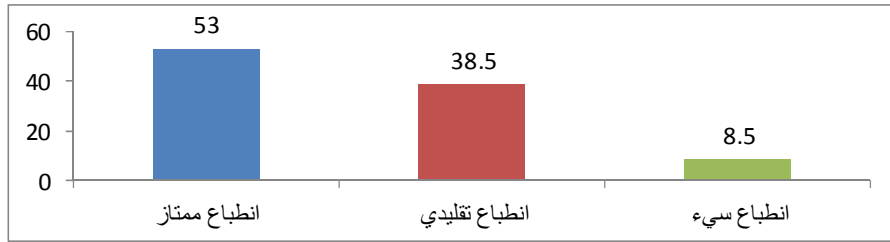


شكل رقم (٩)

المقياس العام لأهم جوانب استفادة الباحثين من المعلومات التي تعرضها المواقع الإلكترونية حول القضايا الاقتصادية

توضح بيانات الشكل السابق المقياس العام حول تقييم عينة الدراسة لأهم جوانب استفادة المبحوثين من المعلومات التي تعرضها المواقع الإلكترونية حول القضايا الاقتصادية؛ فكان "قليلاً" بنسبة (٨%) بواقع ١٦ مفردة و"متوسطاً" بنسبة (٣٩%) بواقع ٧٨ مفردة و"كثيراً" بنسبة (٥٣%) بواقع ١٠٦ مفردة.

- انطباع المبحوثين عن مواقع الصحف السعودية الاقتصادية:



شكل رقم (١٠)

انطباع المبحوثين عن مواقع الصحف السعودية الاقتصادية

تشير بيانات الشكل السابق إلى انطباع المبحوثين عن مواقع الصحف السعودية الاقتصادية؛ فكان "الانطباع ممتازاً" بنسبة (٥٣%) بواقع ١٠٦ مفردة، ثم جاء "الانطباع التقليدي" بنسبة (٣٨,٥%) بواقع ٧٧ مفردة، وأخيراً "الانطباع السيء" بنسبة (٨,٥%) بواقع ١٧ مفردة.

فروض الدراسة: خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج التي أدت إلى التحقق من فروضها على النحو التالي:

الفرض الرئيسي الأول: يوجد ارتباط دال إحصائياً بين اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية وانطباعهم عن هذه الصحف.

جدول رقم (١٩)

العلاقة بين اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية وانطباعهم عن هذه الصحف

اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية			انطباع الجمهور عن هذه الصحف
الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
دال	٠,٠٠٦	**٠,١٩٢	انطباع الجمهور عن هذه الصحف
٢٠٠			حجم العينة

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية وانطباعهم عن هذه الصحف؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0,192**) عند مستوى معنوية (0,006)؛ مما يعني أنه كلما زاد اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية، تكونت لديه انطباعات إيجابية عنها.

الفرض الرئيسي الثاني: يوجد ارتباط دال إحصائياً بين اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية ودرجة المصادقية لهذه الصحف.

جدول رقم (٢٠)

العلاقة بين اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية ودرجة المصادقية لهذه الصحف

اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية			اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية
الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	درجة المصادقية لهذه الصحف
دال	0,000	**0,216	درجة المصادقية لهذه الصحف
٢٠٠			حجم العينة

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية ودرجة المصادقية لهذه الصحف؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0,216**) عند مستوى معنوية (0,000)؛ مما يعني أنه كلما زاد اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية، ارتفعت لديه مصادقية هذه الصحف.

الفرض الرئيسي الثالث: يوجد ارتباط دال إحصائياً بين متابعة القضايا الاقتصادية الدولية واعتماد الجمهور السعودي على المضمون الإخباري الاقتصادي.

جدول رقم (٢١)

العلاقة بين متابعة القضايا الاقتصادية الدولية واعتماد الجمهور السعودي على المضمون الإخباري الاقتصادي

متابعة القضايا الاقتصادية الدولية			متابعة القضايا الاقتصادية الدولية
الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اعتماد الجمهور السعودي على المضمون الإخباري الاقتصادي
دال	٠,٠٠٠	**٠,٣٩٧	اعتماد الجمهور السعودي على المضمون الإخباري الاقتصادي.
٢٠٠			حجم العينة

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة القضايا الاقتصادية الدولية واعتماد الجمهور السعودي على المضمون الإخباري الاقتصادي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (**٠,٣٩٧) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)؛ مما يعني أنه كلما زادت متابعة الجمهور السعودي للقضايا الاقتصادية الدولية، زاد اعتماد الجمهور على المضمون الإخباري الاقتصادي.

الفرض الرئيسي الرابع: يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة القضايا الاقتصادية ودرجة رضا عينة الدراسة عن معالجة هذه الصحف

جدول رقم (٢٢)

العلاقة بين متابعة القضايا الاقتصادية ودرجة رضا عينة الدراسة عن معالجة هذه الصحف

متابعة القضايا الاقتصادية الدولية			متابعة القضايا الاقتصادية الدولية
الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	درجة رضا عينة الدراسة عن معالجة هذه الصحف
دال	٠,٠٠٠	**٠,٣٢٣	درجة رضا عينة الدراسة عن معالجة هذه الصحف
٢٠٠			حجم العينة

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة الجمهور السعودي للقضايا الاقتصادية ودرجة رضاه عن معالجة هذه الصحف؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ($0,323^{**}$) عند مستوى معنوية ($0,000$)؛ مما يعني أنه كلما زادت متابعة الجمهور السعودي للقضايا الاقتصادية، ارتفعت درجة رضاه عن معالجة هذه الصحف.

الفرض الرئيسي الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين للصحف الاقتصادية وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع، السن، المؤهل التعليمي، عدد سنوات الخبرة، الدخل الشهري للأسرة، طبيعة النشاط)

جدول رقم (٢٣)

العلاقة بين كثافة تعرض الباحثين للصحف الاقتصادية والمتغيرات الديموجرافية

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				النوع	العمر
٠,٠٠٠ دال	١٩٨	ت= ٢,٣٨٦	٠,٤٧١	١,٣١	٢٦	الذكور	النوع
			٠,٧٩٥	١,٦٩	١٧٤	الإناث	
٠,١٢٠ غير دال	٣	ف= ١,٩٦٧	٠,٧٧٠	١,٧١	١١٥	العشرينات	العمر
			٠,٧٦٩	١,٥٦	٤٨	الثلاثينيات	
			٠,٩٠٢	١,٧١	٢١	الأربعينيات	
			٠,٤٤٧	١,٢٥	١٦	الخمسينيات فأكثر	
			٠,٧٧٠	١,٦٤	٢٠٠	الإجمالي	
٠,٠٠٠ دال	١٩٨	ت= ١٣,٨١٥	٠,٦٤٣	١,٤٩	١٢٥	جامعي	المستوي التعليمي
			٠,٨٩٤	١,٨٩	٧٥	دراسات عليا	
٠,٠٥١ دال	٢	ف= ٢,٨٧٣	٠,٧٧٩	١,٦٩	١٦٩	أقل من عشرة أعوام	عدد سنوات الخبرة
			٠,٤٤٧	١,٢٥	١٦	عشرة إلى أقل من عشرين عاماً	
			٠,٨٣٤	١,٤٧	١٥	عشرين عاماً فأكثر.	
			٠,٧٧٠	١,٦٤	٢٠٠	الإجمالي	

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموغرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار					
غير ٠,١٢٠ دال	٣ ١٩٦	=ف ١,٩٧٠	٠,٨٠٢	١,٥٦	٦٢	أقل من ٥٠٠٠ ريال	الدخل الشهري للأسرة
			٠,٨٠١	١,٥٦	٣٢	من ٥٠٠٠ ريال إلى أقل من ١٠٠٠٠ ريال	
			٠,٧٣٠	١,٤٧	٣٠	من ١٠ آلاف ريال إلى أقل من ١٥ ألف ريال	
			٠,٧٣١	١,٨٠	٧٦	من ١٥ ألف ريال فأكثر	
			٠,٧٧٠	١,٦٤	٢٠٠	الإجمالي	
دال ٠,٠١٢	٤ ١٩٥	=ف ٣,٢٨١	١,٠٣٣	٢,٣٣	٦	الاستثمار	طبيعة النشاط
			٠,٨١٧	١,٥٧	٣٠	التجارة	
			٠,٨٤٢	١,٨٦	٤٩	الخدمات	
			٠,٨٨٤	١,٧٣	١٥	القطاع المالي	
			٠,٦٤٤	١,٥٠	١٠٠	متعدد النشاط	
			٠,٧٧٠	١,٦٤	٢٠٠	الإجمالي	

توضح بيانات الجدول السابق العلاقة بين كثافة تعرض المبحوثين للصحف الاقتصادية والمتغيرات الديموجرافية لهم؛ حيث ثبت وجود علاقة بين كثافة تعرض المبحوثين للصحف الاقتصادية ومتغيري النوع والمستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة t (٢,٣٨٦) و (١٣,٨١٥)، عند درجة حرية (١٩٨) و (١٩٨)، ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) و (٠,٠٠٠) لكل منهما على التوالي. كما ثبت وجود علاقة بين كثافة تعرض المبحوثين للصحف الاقتصادية ومتغيري عدد سنوات الخبرة وطبيعة النشاط، حيث بلغت قيمة F (٢,٨٧٣) و (٣,٢٨١)، عند درجة حرية (١٩٧) و (١٩٥)، ومستوى معنوية (٠,٠٥١) و (٠,٠١٢) لكل منهما على التوالي. أما بالنسبة لمتغيري العمر والدخل الشهري للأسرة، فقد ثبت عدم وجود علاقة دالة بينهما وكثافة تعرض المبحوثين للصحف الاقتصادية، حيث بلغت قيمة F (١,٩٦٧) و (١,٩٧٠)، عند درجة حرية (١٩٦) و (١٩٦)، ومستوى معنوية (٠,١٢٠) و (٠,١٢٠) لكل منهما على التوالي.

أهم النتائج:

استهدفت الدراسة التعرف على أسباب اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية الصادرة في المملكة العربية السعودية، وقدرتها على القيام بدورها الأساسي المتمثل في تحقيق التأثير المعرفي والوجداني والسلوكي نتيحة متابعة التغطيات الصحفية للمستجدات والأحداث المرتبطة بالشأن الاقتصادي، والوصول إلى مؤشرات حول سمات المضمون الاقتصادي المميز الذي يحقق المتابعة الجماهيرية. ومن خلال استخدام أداة الاستبيان، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

تكشف نتائج الدراسة عن ارتفاع معدل قراءة الصحف الاقتصادية الإلكترونية، وهو الأمر الذي يدل على وجود جمهور عريض لهذه النوعية المتخصصة من الصحف، خاصة أنها تنشر نوعية من القضايا المهمة المرتبطة بالحياة المباشرة للمواطن السعودي، حيث تؤثر قضايا مثل ارتفاع الأسعار بشكل مباشر في الحياة المعيشية للمواطن، كما أن هناك بعض الأمور المرتبطة بالأنشطة الاقتصادية التي يكون مردودها على الدخل العام للمملكة، وبالتالي يكون لها تأثيرها في المواطنين السعوديين من كافة المستويات، سواء رجال الأعمال أو المواطنين العاديين أو المستثمرين الصغار، لذا تصدر دافع الإلمام بالأحداث الجارية في الداخل والخارج دوافع قراءة المبحوثين للصحف الاقتصادية، تلاه دافع متابعة التطورات الجديدة في القضايا المختلفة، لذا تصدر بالتبعية الخبر من أكثر الأشكال الصحفية متابعة لأنه يمكن من التعرف السريع والفوري على طبيعة الأحداث الجارية، وانطلاقاً مما سبق يتضح ارتفاع ثقة عينة الدراسة في التغطية الصحفية للأزمات الاقتصادية السعودية.

تنوعت القضايا التي تحرص العينة على متابعتها في المواقع الاقتصادية؛ تأتي في مقدمتها "قضايا الفساد" ثم "مؤشرات النمو الاقتصادي" يلي ذلك "قضايا التشغيل والبطالة" ثم "قضايا توزيع الدخل والفقر" يلي ذلك "العدالة الاجتماعية" بنسبة (31%)، أما عن أكثر القطاعات الاقتصادية التي تهتم عينة الدراسة بمتابعة أخبارها في المواقع الاقتصادية؛ فكان "قطاع التعليم" ثم "قطاع التجارة" يلي ذلك كل "الحج والعمرة" ثم "القطاع المالي" يلي ذلك "قطاع السياحة" ثم "قطاع المواصلات" وأخيراً "قطاع الصناعة"، وتؤكد النتائج السابقة أن ترتيب الجمهور لطبيعة القضايا والقطاعات يرتبط بشكل مباشر بما يعود على حياتهم بشكل مباشر، فمثلاً نجد أن الفساد في حالة تفشيه يؤثر في آليات توزيع الدخل على المواطن، وحصوله على حقوقه، فالفساد يؤدي إلى انتشار الفقر وعدم عدالة التوزيع، وبالتالي تردي الأوضاع المعيشية، كما أن

الاهتمام بقطاع التعليم أمر حتمي لأنه يمس بشكل مباشر مستقبل المواطن السعودي.

كشفت النتائج أيضاً عن ارتفاع تفاعل المبحوثين بعد تعرضهم للمواقع الإلكترونية المتخصصة في الشأن الاقتصادي؛ وبشكل رئيسي من خلال المشاركة بالرأي مع الآخرين، وهو الأمر الذي يعني إدراك المواطن السعودي لحقوقه الاتصالية بأن يشارك بالرأي وينشر المعلومة، مما يساعد على إفراز جمهور واع مدرك لأبعاد القضايا، لذا تحدد تقييم المبحوثين لتوافر بعض المعايير في المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية بالمواقع الاقتصادية الإلكترونية في "توافر التفاعلية المتاحة بالموقع" بنسبة (٧٤،٧%)، ثم "الفورية في نقل المعلومة" بنسبة (٧٤%)، ثم جاء استخدام الصورة والفيديو في تقديم المعلومات" بنسبة (٧٣،٧%).

ساعدت كافة الأمور السابقة ساعدت على أن يكون انطباع المبحوثين عن مواقع الصحف السعودية الاقتصادية ممتازاً بنسبة (٥٣%) أي لدى ما يقرب من نصف عينة الدراسة، كما أكدت الدراسة نتيجة لهذا الانطباع الإيجابي من خلال وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية وانطباعهم عن هذه الصحف، وكذلك وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور السعودي على مضامين مواقع الصحف الاقتصادية ودرجة المصادقية لهذه الصحف.

توصيات الدراسة:

- إعداد مزيد من البحوث الميدانية والتجريبية التي تتناول تأثيرات المعالجة الصحفية الإلكترونية على الجمهور، وأن يكون هناك اهتمام من قبل الصحف لتناول تحليل وأثر القضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية الصحفية وكذلك المتخصصة في الشأن الاقتصادي، وإعداد دراسات مقارنة بين التغطيات الصحفية الاقتصادية العربية والأجنبية.
- عقد مقابلات متعمقة مع الخبراء الاقتصاديين للتعرف على رأيهم في طبيعة المعالجات الصحفية الإلكترونية العامة والمتخصصة للشؤون الاقتصادية ومدى صحة المعلومات المقدمة بالصحف وقدرتها على تبسيط المصطلحات الاقتصادية وتفسيرها.

هوامش البحث:

- (١) محمد قيراط، تشكيل الواقع الاجتماعي: دور وسائل الإعلام في بناء الواقع وصناعة الرأي العام، ط١ (دبي: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧)، ص ١٩٤.
- (2) Tiago Mata. **Fractals in Economic Journalism**. History of Political Economy. Vol. 43. No. 2. 2011. P. 380.
- (٣) أحمد العيثم، موقف الإعلام السعودي المطبوع من أزمة سوق الأسهم: دراسة في المضمون والقائم بالاتصال في الصحافة السعودية منذ وقوع الأزمة، بحث غير منشور، ٢٠٠٩.
- (٤) مليندا كينتوس دي جيساس، **الصحافة وقصة الاقتصاد**، مركز المشروعات الدولية الخاصة، القاهرة. ٢٠٠٣، ص ٣.
- (5) Gregory G. Dess. G.T. Lumpkin. E. Business Strategies and Internet Business Model: How the Internet Adds Value. **Organizational Dynamics**. Vol. 33. No. 2. 2004. P. 161.
- (٦) نجوى كامل، الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية دراسة تحليلية للصفحة الاقتصادية في جريدتى الأهرام والوفد، ١٩٨٩، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. ١٩٩٠.
- (7) Lorimor. E.S & Duhn. SW "Economic issues Editing in Indian Newspapers". **Communication Research**. 1986. vol.10. pp33-51 .
- (8) Jin guo shen. "The Rise and fall of the world Economic Herald. 1980-1989". **Journalism & Mass communication Quarterly**. 1995. vol.72. No.3 . p.p.642-653.
- (9) Klaus bruhn. "News as Ideology: Economic statistics and political Ritual in television Network news". **Journal of communication** 1987. vol.37. No1. p.p 8-26.
- (١٠) محمد حسام الدين إسماعيل، "التغطية الغربية لشئون العالم الإسلامي خلال عقد التسعينيات"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم صحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١.
- (١١) عزه على عزت عبد العزيز، "صورة دول مجلس التعاون الخليجي في الصحافة البريطانية في الفترة من ١٩٧٣ إلى ١٩٨١"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم صحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٨.
- (١٢) عبد الجواد سعيد محمد ربيع، "المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية في معالجة قضايا المجتمع دراسة تحليلية للقضايا الاقتصادية في صحف الأهرام - الوفد - الأسبوع خلال

-
- الفترة من يناير إلى فبراير ٢٠٠٣"، المؤتمر العلمي السنوى التاسع أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام – جامعة القاهرة ، الجزء الثاني ، مايو ٢٠٠٣ .
- (13) David E.Harrington. "Economic News on television the Determinants of coverage" **public opinion & Quarterly**. 1989 .vol. 53. No. 1. p.p. 17-40.
- (14) David waterman & Everett M. Rogers. "The Economics of television Program production and Trade in far East Asia". **Journal of communication**. 1994. sage vol.44. No.3. p.p 89-111.
- (١٥) إبراهيم محمد عبد اللطيف، "معالجة الصحافة الحزبية لقضايا الإصلاح الاقتصادى في مصر، دراسة ميدانية تحليلية مقارنة في الفترة من ١٩٨٧ إلى ١٩٩٤، رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم صحافة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٨ .
- (١٦) نوال عبد العزيز الصفتى، معالجة الصحف الحزبية لقضايا الإصلاح الاقتصادى في مصر، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد التاسع، يوليو ١٩٩٨ .
- (١٧) سامى عبد الرؤوف محمد طابع، "اثر سياسة الانفتاح الاقتصادى في مصر على السياسات الإعلانية، دراسة تحليلية تتبعية للنشاط الإعلاني في مصر في الفترة من ١٩٧٤ حتى ١٩٨٠"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاعلان والعلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٥ .
- (١٨) محمد محمود المرسى، تأثير سياسة الانفتاح الاقتصادى على الموضوعات والشخصيات التي تعالجها الدراما السينمائية في مصر، دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة ، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٨ .
- (١٩) سها فضل، "العوامل المؤثرة في تشكيل الخطاب الاقتصادى المتعلق بقضية الخصخصة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد التاسع، أكتوبر – ديسمبر ٢٠٠٠، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ص ٨٥-١٠٦ .
- (٢٠) امل السيد احمد متولى، "الخطاب التنموي في الصحافة الاقتصادية الخاصة إزاء قضايا المجتمع"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن العدد الرابع، أكتوبر – ديسمبر ٢٠٠٧، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ص ١٥٧-٢٢٣ .
- (21) Regina G.lawrence. "Game Framing the issue: Tracking the strategy frame in public policy news". **political communication**. 2000. vol 17. no 1.
- (22) Claes H. Devreese. Jochen peter & Holli A.S. Emetko. "Framing politics at the launch of the Euro: Across – National comparative study

-
- of Frame in the news. **political communication**. 2001.vol. 18, No. 2, p.p. 107-122.
- (23) Sung tae Kim & David H. Weaver. "Reporting on globalization. acompartive analysis of sourcing Patterns in five countries Newspaper". **The international Journal of communication**. 2003.vol. 65. No-2. p.p. 121-144.
- (24) Semetko Holli A. & valkenburg patti M. "Framing European politics: A content analysis of press and television News". **Journalism & Mass communication**. 2000. vol.50. No. 2. p.p 93-104..
- (25) Joe Bobhester. "The Economy and second – level agenda setting: Atime – series analysis of Economic News and public opinion about the economy." **Journalism & Mass communiton Quarterly**. 2003. vol. 80. No.1. p.p 73-90 .
- (26) Devreese claes H.. "The Effects of Frames in political television News on issue interpretation and Frame salience". **Journalism & Mass communication Quarterly**. 2004. vol.81. No.1. p.p. 36-52.
- (27) Mira Moshe. "Between National and constitutional patriotism: framing financial patriotic discourse". **Journalism studies**. 2004.vol.5. No.4. p.p 497-509.
- (٢٨) دينا يحيى، "تأثير أبعاد الإطار الإعلامي للصحف المصرية على معالجة قضايا الرأي العام، دراسة في إطار نظرية تحليل الأطر الإعلامية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الرابع، يناير – ديسمبر ٢٠٠٣**.
- (29) D Havan v. shan & Mark D. watts & Mark Duets & David Make & David D.fan "News Framing and cueing of issue regims. Explaining Clinton's public approval in spite of scandal. **public opinion Quarterly**. 2002. vol.66. No.3. p.p 339-370.
- (٣٠) أمل السيد متولى دراز، "قارئية الصحف المصرية المتخصصة، دراسة تحليلية ميدانية"، **رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٠٢**.
- (٣١) جمال عبد العظيم "المتغيرات المؤثرة على دور الصحافة في تكوين الرأي العام في مصر، دراسة تطبيقية على الحملات الصحفية في عامي ٩٥-١٩٩٦"، **رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٨**.

(٣٢) سامية عبد المجيد الاغبرى، "تأثير اتجاهات الخطاب الإقتصادي في الصحافة البيئية على الجمهور خلال الفترة ١٩٩٥-٢٠٠٢" رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥.

(٣٣) السيد بهنسى حسن، "مدى تأثير الاتجاه السائد لوسائل الاعلام المصرية على تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو قضايا التحول الإقتصادي، دراسة في إطار نظرية دوامة الصمت" **المجلة المصرية لبحوث الاعلام**، العدد ٢٣، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠١.

(34)Haller. BH & Norpoth Helmut. "News Exposure and Economic opinion"
public opinion Quarterly. 1997. vol.61. p.p 555-575.

(35) H. Deniswu. Robert L .Stevenson. Hsiao-chichen and Z. Nuray Guner.
"The condition impact of recession News: A-time-series analysis of
Economic communication in the United states. 1987. 1996".
International Journal of public opinion research. 2002. vol. 14. No.
3. p.p. 264.

(36) Stuart N. soroka. "issue attributes and agenda – setting by Media. The
public and policy Makers in canda." **International of public opinion
research**. 2002.vol. 14. No.3. p.p.264-285.

(37) Jacmin Jung. "Business news web sites differ from newspapers in
business content". **newspaper research journal**. 2003. vol. 24. no.2.
p.p114-119.

(38) su lishan. "Impact of mass media coverage of the economy during
normal times and recessions on the index of consumer confidence
using time series analysis and Ganger Casual analysis".2008. **master
of science**. Iowa state university.

(٣٩) سماح ماضى متولى محمد، معالجة الصحف المصرية للأزمة المالية العالمية وعلاقتها
بمستوى معرفة الجمهور بهذه الأزمة واتجاهاته نحوها، **المؤتمر العلمي الدولي الخامس
عشر**، الجزء الاول، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، يوليو ٢٠٠٩.

(٤٠) محمود حسن إسماعيل. **مباديء علم الاتصال ونظريات التأثير**. الدار العالمية للنشر والتوزيع.
القاهرة، ٢٠٠٣. ص ص٢٧٨ - ٢٧٩.

(41) Stephen W.Litteljohn. **Theories of Mass Communication**. (united
Kingdom:Wadsworth.2002 و p14.

(٤٢) محمد منير حجاب، **نظريات الاتصال**. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة، ٢٠١٠، ص ٣٠٣.

(43) Stephen W.Litteljohn. **Op.Cit.** 2002. p:325

- (٤٤) مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد. **نظريات الاتصال**. دار النهضة العربية. القاهرة، ٢٠٠٩. ص ص١٣٦-١٤٢.
- (٤٥) سامي طابع، **بحوث الإعلام**. دار النهضة العربية، ٢٠٠١. ط١. ص١٦٨.
- (٤٦) شيماء نو الفقار زغيب. **مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية**. الدار المصرية اللبنانية. القاهرة. ٢٠٠٩. ص ص ٨٩-٩٠.
- (٤٧) سمير محمد حسين. **بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي**. عالم الكتب، ١٩٩٥. ص ١٤.
- (٤٨) محمد عبد الحميد. **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**. عالم الكتب. ١٩٩٧، ص ص ١٥٨-١٥٩.
- (٤٩) عاطف عدلي العبد. **تصميم وتنفيذ لاستطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية**. دار الفكر العربي، ٢٠٠٢.
- (٥٠) فرج الكامل. **بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها، وإجرائها، وتحليلها**. دار النشر للجامعات. ط١، ٢٠٠١، ص١٣٤.
- (٥١) محمد عبد الحميد. **تحليل المحتوى في بحوث الاعلام: من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل محتوى المواقع الإعلامية**. ط ١ (القاهرة: عالم الكتب. ٢٠١٠).
- (٥٢) بركات عبد العزيز. **مقدمة في التحليل الإحصائي لبحوث الإعلام**. ط١ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. ٢٠١٤).
- (٥٣) إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، **مرجع سابق**، ص ٢٠.
- (٥٤) خالد عبد الجواد، **معالجة المواقع الإخبارية العربية على شبكة الانترنت للأزمة المالية العالمية، مرجع سابق**، ص ٦٠.
- (٥٥) حسين عامر شلبي حسن. **دور المواقع الالكترونية في توعية المراهقين بقضايا التنمية البشرية، رسالة دكتوراه غير منشورة**. كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس. ٢٠١٩.
- (٥٦) مريهان محمد عبد الموجود طه. **المواقع الإخبارية ودورها في المشاركة السياسية للشباب المصري: دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعات المصرية**. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية البنات. جامعة عين شمس. ٢٠١٨.
- (٥٧) حسن عماد مكاوي. **نظريات الإعلام**. الدار العربية للنشر والتوزيع، ط٢. ٢٠١٢. ص ١٦٣.
- (٥٨) ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد. **نظريات الاتصال**. دار النهضة العربية، ٢٠٠٩. ص ٢٥١.

- (٥٩) سحر أحمد غريب. "دور أطر المعالجة الصحفية للمشروعات القومية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب- جامعة عين شمس، ٢٠١٨.
- (٦٠) الحسن على محمد الذاري، استخدامات الشباب اليمني للصحف الإلكترونية والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة أسيوط، ٢٠١١.
- (٦١) أمينة سامي. معالجة بعض الصحف الإلكترونية المصرية لمشروع قناة السويس الجديدة وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا للطفولة. جامعة عين شمس. ٢٠١٨.
- (٦٢) عدلات عبد المعطى الشيخ. دور الصحف الإلكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب الجامعة الإسلامية. ٢٠١٥.
- (٦٣) بتول رشيد وقتون مراد. المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقية: دراسة تحليلية لجريدة المدى نموذجاً، مجلة كلية الآداب، كلية الآداب، جامعة بغداد. العدد ٩٩، ٢٠١١.
- (٦٤) خالد أحمد عبد الجواد. معالجة المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت للأزمة المالية العالمية، مجلة كلية الآداب، كلية الآداب. جامعة الزقازيق، ع ٤٨، ٢٠٠٩.
- (65) Grail Research. Global Financial Crisis: Media Coverage of The Timeline. Causes Implications. and Impacted Recommended Path Forward.: **Grail Research**. Cambridge 2009. PP: 1- 18.
- (٦٦) عبد الجواد سعيد ربيع، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية في معالجة قضايا المجتمع: دراسة تحليلية للقضايا الاقتصادية في صحف الأهرام، الوفد، الأسبوع خلال شهرى يناير وفبراير ٢٠٠٣، بحث مقدم للمؤتمر السنوي التاسع (أخلاقيات الاعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الاعلام، جامعة القاهرة. مايو ٢٠٠٣، ص ص ٤٦٣ - ٤٩٦.
- (٦٧) سها فاضل، العوامل المؤثرة في تشكيل الخطاب الصحفي المتعلق بقضية الخصخصة، **المجلة المصرية لبحوث الاعلام**، العدد التاسع، أكتوبر/ ديسمبر ٢٠٠٠، ص ص ٨٥ - ١٠٦.
- (٦٨) هشام رشدي، معالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا الفساد في المجتمع المصرى وتأثيرها في المشاركة السياسية للشباب الجامعى: دراسة تحليلية وميدانية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، ٢٠١٣. ص ٣٠٢.
- (69) Andy Warhol. Late-Night Talk Shows. **Why People Watch and What They Seek to Gain**. 2009.P 7.

(70) Zia Anjum1 & Martin Michele2. Transnational Television and Pakistani Diaspora in Canada: "Uses and Gratification" Approach. **International Journal of Research (IJR)**. Vol-1. Issue-6. July 2014. P 18.

(٧١) أحمد بن راشد بن سعيد، الإعلام والجمهور النشط من مقاومة السائد إلى إنتاج البديل، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الرابع لشعبة علوم الإعلام، بعنوان الإعلام الجديدة وآفاق المستقبل، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، خلال يومي ٢٠-٢١ مايو ٢٠٠٨.

(٧٢) فضل جلال العامري. حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية. ط١. هلا للنشر والتوزيع. (٢٠١١). ص ١٤٨.

(٧٣) هبة صلاح سيد سيد. دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي بالقضايا الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب، جامعة عين شمس، ٢٠١٩

(٧٤) منة الله مجدي محمد. اعتماد الشباب المصري على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. ٢٠١٨

(٧٥) إيمان السيد السيد. استخدام الصحفيين في مصر لشبكات التواصل الاجتماعي الجديدة والشبكات المتحققة: دراسة مسحية. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم الإعلام. كلية الآداب. جامعة المنصورة. ٢٠١٥.

(76) Christopher Seth Hamblin. Convergence in the production of news infographics. **Master Thesis**. University of Missouri--Columbia. 2012.

(٧٧) ياسمين محمد إبراهيم السيد. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاه نحو أداء الحكومة. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. ٢٠١٨

(٧٨) زيزيت إبراهيم. أطر المعالجة الإعلامية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام. جامعة القاهرة. ٢٠١٧

(٧٩) مهيتاب ماهر محمود كامل. استخدامات النخبة المصرية لشبكة الإنترنت واتجاهاتهم نحو مصداقيتها. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. ٢٠١٤.

(٨٠) حسين عامر شلبي حسن. دور المواقع الإلكترونية في توعية المراهقين بقضايا التنمية البشرية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٩).

(٨١) دعاء حامد الغوابي حلمي. استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في دعم أعمال العنف السياسي لديهم. بحث مقدم في: المؤتمر العلمي السنوي الأول "الإعلام

العربي ومواجهة الإرهاب: الضوابط المهنية وأخلاقيات الممارسة"، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، القاهرة، ١-٢ مارس. ٢٠١٦.

(82) Korotayev. Andrey V. and Zinkina. Julia V. (2011) Egyptian Revolution: a Demographic Structural Analysis. **Entelequia Revista Interdisciplinar**. No.13. PP.139-169.

(٨٣) فاطمة بنت محمد بن علي البحر. المعالجة الإعلامية لقضايا الرأي العام العماني في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة واتجاهات الرأي العام نحوها: دراسة تطبيقية مقارنة. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الآداب. جامعة عين شمس. ٢٠١٨.

(٨٤) زيزيت إبراهيم حسين. مرجع سابق. ٢٠١٧.

(٨٥) رامي جمال محمد. معالجة الصحف المصرية للقضايا الاقتصادية بعد ٣٠ يونيو ٢٠١٣ وعلاقتها باتجاهات الجمهور"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام. جامعة الأزهر. ٢٠١٧.

(٨٦) صديق الصادق الزين. "اتجاهات الشكل والمضمون في الصحافة الاقتصادية المعاصرة: دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة الاقتصادية العربية والصحافة الاقتصادية الأجنبية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الاتصال. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. ٢٠١٣.

(٨٧) محمد زين عبد الرحمن. مصادقية التناول الإعلامي لمشروع قناة السويس الجديدة عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بتدعيم الانتماء الوطني لدى الجمهور. مجلة دراسات الطفولة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس. ٢٠١٥.

(٨٨) نهاد فوزي السيد. معالجة الصحف الإلكترونية لأداء الشرطة وتأثيرها على معارف الجمهور المصري نحوه. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب. جامعة المنصورة. ٢٠١٦.

(89) E Haan. Yael. et al.. When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words? Audience Evaluations of Information Visualizations in the News. **Paper presented at the annual meeting of the ICA's 66th Annual Conference**. Fukuoka. Japan. Jun 09. 2016. Available at: http://citation.allacademic.com/meta/p1107542_index.html.

(٩٠) صديق الصادق الزين. مرجع سابق. ٢٠١٣.

(٩١) محمد علي عبد الله. "التغطية الصحفية لقضية تضخم الأسعار في صحافة الإمارات العربية المتحدة: دراسة تحليلية لصحيفتي الخليج والبيان"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الشرق الأوسط. عمان ٢٠٠٩.

(٩٢) أحمد العثيم. موقف الإعلام السعودي المطبوع من أزمة سوق الأسهم: دراسة في المضمون والقائم بالاتصال في الصحافة منذ وقوع الأزمة، ٢٠٠٩. Available at:

www.indexes-sa.com

(٩٣) عبد الجواد سعيد ربيع، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية في معالجة قضايا المجتمع: دراسة تحليلية للقضايا الاقتصادية في صحف الأهرام، الوفد، الأسبوع خلال شهرى يناير و فبراير ٢٠٠٣، بحث مقدم للمؤتمر السنوي التاسع (أخلاقيات الاعلام بين النظرية والتطبيق)، كلية الإعلام. جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣، ص ص ٤٦٣ - ٤٩٦.

(٩٤) محمد شحدة علي. معالجة الصحافة السعودية للشأن الاقتصادي: دراسة تحليل المضمون". رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام. جامعة الشرق الأوسط. ٢٠١٢.

(٩٥) محمد على عبد الله، مرجع سابق، ٢٠٠٩.

(٩٦) أحمد العثيم، مرجع سابق.

(٩٧) عادل عبد الرازق ضيف، تدريب الصحفيين المصريين: دراسة ميدانية على المحررين الاقتصاديين، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد التاسع، أكتوبر/ ديسمبر ٢٠٠٠، ص ص ٢٠٩ - ٢٥٦.