

ماجدة أبو الوفا عبد الشافي  
كلية الآداب - قسم الإعلام  
جامعة جنوب الوادي

## ملخص البحث

ستهدف الدراسة الكشف عن تأثير القضايا الاقتصادية علي اتجاهات الجمهور التي من شأنها تشكيل المزاج العام للجمهور واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان وفق منهج منهج المسح الشامل، بإتباع أسلوب المسح لعينة من الجمهور المصري قوامها ٤٠٠ مفردة من سن (١٨ عاماً وحتى أكثر من ٥٥ عاماً)، وتوصلت الدراسة إلى مدى اهتمام عينة الدراسة بالموضوعات الاقتصادية التي تنشر في المواقع الصحفية المصرية، حيث جاء في المقدمة إشارة عينة الدراسة لاهتمامها بدرجة متوسطة بنسبه ٦٠.٣% ثم في الترتيب الثاني الإشارة للاهتمام المرتفع بنسبه ٢٥.٣% ثم في الترتيب الثالث جاء الاهتمام المنخفض من قبل نسبة ١٤.٤%

وقد ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام عينة الدراسة بالموضوعات الاقتصادية التي تنشر في المواقع الصحفية المصرية ونوع عينة الدراسة، وعن أسباب تزايد أهمية متابعة عينة الدراسة لقضايا الاقتصاد في مصر التي تغطيها المواقع الصحفية المصرية، حيث جاء في المقدمة سبب "انخفاض قيمة العملة المحلية" ثم سبب "وجود عمالة غير منتظمة" ثم سبب "الضعف الاقتصادي للدولة" فسبب "زيادة الطلب على السلع" ثم سبب "مشكلة الزيادة السكانية" وأخيراً سبب "تأخر الحكومة في اتخاذ القرار تعويم الجنيه".

- وقد ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مقياس العام لأسباب تزايد أهمية متابعة عينة الدراسة لقضايا الاقتصاد في مصر التي تغطيها المواقع الصحفية المصرية ونوع عينة الدراسة.

## الكلمات المفتاحية :

- الشئون الاقتصادية
- المزاج العام
- الجمهور المصري
- أداء الحكومة

## Abstract:

The study aims to reveal the impact of economic issues on public attitudes that will shape the general mood of the public. The study relied on the questionnaire tool according to the comprehensive survey approach, by following the survey method for a sample of the Egyptian public consisting of 400 individuals from the age of (18 years to more than 55 years), The study found the extent of interest of the study sample in the economic issues that are published in the Egyptian press sites

In the foreground, the study sample indicated its interest in a moderate degree of 60.3%, then in the second order, the high interest was indicated by 25.3%, then in the third order came the low interest by the rate of 14.4%

-It has been proven that there is a statistically significant correlation between the degree of interest of the study sample in the economic issues that are published in the Egyptian press sites and the type of the study sample. local currency”, then the reason for “the existence of irregular employment”, then the reason for the “economic weakness of the state”, then the reason for “increased demand for goods”, then the reason for the “population problem”, and finally the reason for “the government's delay in making the decision to float the pound”.

-It has been proven that there is a statistically significant correlation between the general scale of the reasons for the increasing importance of the study sample following up on economic issues in Egypt that are covered by the Egyptian press websites and the type of the study sample

- Economic affairs
- General mood
- The Egyptian public
- Government performance

# تأثير الشؤون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

## مقدمة:

مما لا شك فيه أن هناك العديد من الأزمات الاقتصادية الحادة والملموسة تعرضت لها الدول في الآونة الأخيرة . ولم تكن مصر بعيدة عن تلك الأزمات والتحديات الاقتصادية<sup>(١)</sup> , فمن المعروف أن الاقتصاد المصري يمر بأزمة منذ إندلاع الثورة حتى الآن بالإضافة إلي ارتفاع نسبة البطالة إلي ١٠%<sup>(٢)</sup>. وتعد وسائل الإعلام هي المصدر الذي يلجأ إليه الجمهور في الحصول على المعلومات خاصة في وقت الأزمات , وقد أتاح تعدد وسائل الإعلام اتاحة الفرص لإهتمام المؤسسات الإخبارية بالشؤون الاقتصادية بشكل عام , وأصبحت تلك المؤسسات تعكس الاهتمامات الاقتصادية والسياسية للصفوة , الذين يمثلون معظم المصادر التي تعتمد عليها وسائل الإعلام بشكل مباشر للحصول على الأخبار أو التحليل القضايا الاقتصادية , كما يتعين على المؤسسات الاقتصادية التعاون مع وسائل الإعلام لتوفير قدر كبير من المعلومات الحديثة لكي يتم نقلها للجمهور , ولكن إذا اتبعت تلك المؤسسات الاقتصادية والحكومية المختلفة سياسات الباب المغلق وعدم السماح لوسائل الإعلام بالحصول على المعلومات والبيانات اللازمة المتعلقة بالأزمة الاقتصادية , يحدث فجوة كبيرة في تلك الوسائل نتيجة لنقص المعلومات التي اعلامية بالمواد المطلوبة والتي يحتاج إليها الجمهور.<sup>(٣)</sup>

وللأخبار الاقتصادية أهمية كبيرة لدي غالبية الشرائح المجتمعية ويستمد الجمهور معلوماته الاقتصادية التي يحتاج إليها من وسائل الإعلام وخاصة الصحف والمواقع الإلكترونية , وتعود الأهمية الكبيرة بالاقتصاد من جانب الحكومة إلي ضرورة جعل الأسواق المالية أكثر مرونة.

وتهتم دراسة المزاج العام Public Mood بمعرفة مدي رضا الناس أو سخطها أو حبها لما هو قائم ومقدم من الحكومات , وهناك علاقة بين وسائل الإعلام و

التأثير في المزاج العام للجمهور من خلال ماتقدمه الصحف ووسائل الإعلام الإلكترونية وغيرها من تغطية للأخبار تؤدي في النهاية إلي تشكيل إتجاهات معينه لديهم إيجابية أو سلبية تجاه القضايا (الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية...إلخ)

## الدراسات السابقة

قامت الباحثة برصد عديد من الدراسات التي تناولت علاقة وسائل الإعلام بتشكيل وإدارة الحالة المزاجية للجمهور نحو القضايا المختلفة كالتالي :

دراسة سماح المحمدي (٢٠٢٢م) بعنوان "تأثير التعرض للأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الإلكترونية أثناء الأزمات على إتجاهات المواطنين نحو الحكومة والمزاج العام لهم"<sup>(٤)</sup>

هدفت الدراسة إلي رصد و تحليل تأثير متابعة الجمهور المصري للمعالجات الصحفية للقرارات الاقتصادية الأخيرة التي اصدرتها الحكومة في إطار الأزمة العالمية الأوكرانية الروسية علي حالة

## تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وانعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

المزاج العام لدى المصريين، وطبيعة اتجاهاتهم نحو الحكومة ، و ذلك من خلال دراسة تحليلية كمية و كيفية لعينة من الأخبار و التقارير الإخبارية بلغت ( ٧٦٣ ) و المنشورة بعشرة مواقع الكترونية مصرية تمثل التوجهات المختلفة للصحافة : القومية – و الحزبية – و الخاصة، بالإضافة لدراسة ميدانية علي عينة عمدية من متابعي الأخبار الاقتصادية قوامها ( ٤٠٠ ) مفردة من الأناث و الذكور تتراوح أعمارهم ما بين ١٨ إلي ٥٥ سنة ، بتوظيف نظرية إدارة المزاج العام ، و نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، و استخدمت مقياس إليسباك وبار ١٩٩٩ لقياس المزاج العام .

وتوصلت الدراسة إلي : ارتفاع متابعة الأخبار الاقتصادية بشكل عام ، و أن صدور القرارات الاقتصادية خلال الأزمة الروسية الأوكرانية زاد من معدل متابعتها بين المصريين، كما زادت معدلات نشر الأخبار و التقارير الإخبارية عن القرارات الاقتصادية في موقع المصري اليوم تليه بوابة الأهرام ثم اليوم السابع، تنوعت طبيعة الاتجاهات نحو الحكومة المصرية ما بين السلبية و الإيجابية و المحايدة، و سادت حالة مزاجية إيجابية بين المواطنين حيث عبروا عن ثقتهم في الحكومة، و تأييدهم مع القرارات الاقتصادية، و تفاءلهم مع قدرة الدولة علي تخطي الوضع الاقتصادي الحالي . و ثبت وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل التعرض للأخبار الاقتصادية و حالة المزاج العام، و نوع الإتجاه نحو الحكومة .

دراسة راللا أحمد محمد (٢٠٢٠) ، بعنوان "أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي"<sup>(٥)</sup>

هدفت الدراسة إلي التعرف على اتجاهات المواقع الإلكترونية محل الدراسة نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي وطبيعة العلاقة بين حجم التعرض للصحف المصرية ودرجته، وانعكاسات ذلك على المزاج العام للجمهور المصري تجاه إجراءات الإصلاح الاقتصادي بشكل خاص والاقتصاد المصري بشكل عام.

و استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون إضافة إلى أداة الاستبيان، بالتطبيق على عينة من المواقع المصرية والأجنبية، وتستخدم الدراسة نظرية المزاج العام إلى جانب الأطر الإخبارية.

وتوصلت الدراسة إلي وجود علاقة دالة إحصائياً بين أنماط الملكية الخاصة بالمواقع الإخبارية محل الدراسة (قومي- خاص- حزبي) واتجاه المعالجة المستخدم في المواقع الإخبارية محل الدراسة (إيجابي- محايد- سلبي)، كما يتضح وجود علاقة دالة إحصائياً بين اتجاهات الدولة المالكة للموقع الإخباري محل الدراسة (سي إن إن، روسيا اليوم، دويتشه فيله) واتجاه المعالجة المستخدم (إيجابي- محايد- سلبي)، وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة دالة إحصائياً بين متابعة الأخبار الاقتصادية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي؛ حيث أثبتت النتائج أن ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض أكثر متابعة للأخبار الاقتصادية بالصحف، وأنها تساعدهم على تكوين وجهات نظر حول الموضوعات الاقتصادية، وأنها جعلتهم

## تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

يفهمون أكثر إجراءات الإصلاح الاقتصادي من خلال الصحف أكثر من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط والمرتفع.

دراسة حنان عبدالوهاب عبد الحميد (٢٠٢٠م) بعنوان " تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري - دراسة ميدانية"<sup>(٦)</sup>

هدفت الدراسة إلي تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري، لرصد المزاج العام والشخصي (السلبى والإيجابي) وتوقعات المستقبل ودرجة الرضا عن الإجراءات الرسمية للتعامل مع أزمة كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية تعد مصادر المعلومات الرئيسة عن الأزمة، وجاءت الدوافع المعرفية في مقدمة دوافع التغطية الإخبارية، ثم الدوافع الشخصية، وتصدرت دوافع الخوف والتوتر مستوى الدوافع الطقوسية لدى الجمهور، وتوصلت الدراسة إلي: سيطرة الحالة المزاجية السلبية على مستوى الموضوعات المثارة عن التغطية لأزمة كورونا بالمواقع الإخبارية، التي انعكست بدورها على المزاج العام والشخصي السلبى لدى الجمهور المصري.

دراسة أحمد شحاتة (٢٠١٨) بعنوان "التوظيف السياسي للخطاب الديني في الصحافة المصرية وعلاقته بالمزاج العام في المجتمع تجاه القضايا الداخلية"<sup>(٧)</sup>

هدفت الدراسة إلى رصد الخطاب الديني وتحليله وتفسيره، في صحف (الأهرام، واليوم السابع)، ومواقع إلكترونية (وطني القبلي، والفتح السلفي)، إضافة إلى التعرف على درجة تقبل المزاج العام للخطاب الديني تجاه القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، بالتطبيق على عينة قوامها ٤٥٠ مفردة من الشباب الجامعي بواقع ١٥٠ مفردة لكل جامعة، في إطار اختبار فرضيات نظرية المزاج العام.

وتوصلت الدراسة إلى أن توظيف الخطاب الديني تجاه القضايا الداخلية قد حقق مزاجًا عامًا سلبيًا للشباب الجامعي نحو هذه القضايا وخصوصًا طلاب جامعتي بني سويف والأزهر، حيث تغلبت المشاعر السلبية على الحالة الشعورية لمفردات العينة من خلال سيطرة حالات الخوف ثم الحزن ثم الإحباط ثم الغضب عليهم، فيما تصاعدت المشاعر الإيجابية لطلاب الجامعة الأمريكية، التي تشمل الشعور بالفخر والأمل والسعادة والأمن.

دراسة هيثم جودة، وممدوح مكاوي ٢٠١٧ م، بعنوان " العلاقة بين التعرض للمضمون السياسي بمواقع الصحف والقنوات الفضائية والمزاج العام نحو قضايا الوطن العربي " <sup>(٨)</sup>

هدفت الدراسة إلي التعرف على طبيعة العلاقة بين حجم التعرض لمواقع الصحف والقنوات الفضائية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة هذا التعرض، وانعكاسات ذلك على المزاج العام للجمهور المصري والسعودي تجاه قضايا وأحداث الوطن العربي، متمثلة في (مصر، وسوريا، واليمن، وفلسطين، وتونس، وليبيا، وتنظيم داعش)

## تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدلات المزاج الشخصي السلبي لدى الجمهور المصري والسعودي نحو قضايا الوطن العربي، وبالصحف والقنوات الفضائية الإخبارية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتباينت الحالة المزاجية الشخصية ما بين "مزاج شخصي سلبي، ومعتدل، وإيجابي"، حيث حظيت قضية العنف في مصر بمزاج شخصي سلبي لدى الجمهور عن نظيره السعودي، وحظيت قضية الأوضاع التونسية بمزاج شخصي معتدل لدى الجمهور المصري عن نظيره السعودي، بينما حظيت قضية الأوضاع اليمنية بمزاج شخصي سلبي لدى الجمهور السعودي عن نظيره المصري.

### دراسة "يونج هو ( ٢٠١٥ ) بعنوان "دور وسائل الإعلام في فهم المزاج العام" (٩)

هدفت الدراسة إلي تغيرات المزاج العام في كوريا بعد كارثة سيول باستخدام بيانات تويتر، في الفترة من ١ من يناير ٢٠١١ إلى ٣١ من ديسمبر ٢٠١٣ ، ومن ١ من مارس ٢٠١٤ إلى ٣٠ من يونيو باستخدام تقنيات معالجة اللغة الطبيعية واستخراج النصوص.

وتوصلت الدراسة إلى أن هذه الكارثة أثارت ردود فعل عاطفية فورية من الجمهور، تمثلت في الغضب الموجه لمختلف الأحداث الاجتماعية والسياسية التي حدثت في أعقاب الكارثة، وتوصلت أيضا الي زيادة العبارات التي تؤكد زيادة الحالة المزاجية السلبية لدي الجمهور .

### دراسة عبد العزيز السيد (٢٠١٥م) , بعنوان "دور الصحف الورقية في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو تيارات الإسلام السياسي" (١٠)

هدفت الدراسة إلي التعرف علي طبيعة العلاقة بين حجم تعرض الجمهور للصحف المصرية وانعكاساته علي المزاج العام للجمهور , واعتمدت الدراسة علي منهج المسح لعينة قوامها ٤٠٠ مفردة من قراء الصحف المصرية , وتوصلت الدراسة إلي وجود علاقة إحصائية بين التعرض للصحف المصرية وبين طبيعة المزاج العام لدي الجمهور نحو تيارات الإسلام السياسي.

### دراسة نجوى عبدالسلام فهمي ٢٠١٣ ، بعنوان " استخدام تويتر لرصد المزاج العام للمجتمع في فترة الاضطرابات" (١١)

هدفت الدراسة إلي معرفة استخدام تويتر لرصد المزاج العام للمجتمع في فترات الاضطرابات، من خلال اعتمادها على نظرية إدارة المزاج العام لتربط بين الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها الفرد والمزاج المتوقع أن يسيطر عليه، سواء كان سلبياً أو إيجابياً، وتم اختيار عينة قوامها ٢٠٠٠ تغريدة في الفترة من ١٩ من نوفمبر حتى ٣٠ من ديسمبر ٢٠١١ .

وتوصلت الدراسة إلى أن التغريدات اهتمت بوصف الأحداث، أو تحليلها، أو التعبير عن المشاعر الشخصية لكتبتها، خاصة المشاعر السلبية التي صاحبت أحداث محمد محمود في مصر، وذلك من خلال استخدام كلمات

## تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

تعبر عن مشاعر سلبية، كما غلبت عليها استخدام الضمائر الدالة على المفرد لتركز على التعبير عن المشاعر والمواقف الشخصية.

### دراسة ديفيد وجون ٢٠١٣ بعنوان " دور وسائل الإعلام في إدارة المزاج العام" (١٢)

هدفت الدراسة إلي معرفة الدور التي تقوم به وسائل الاعلام في إدارة الحالة المزاجية للجمهور بإنجلترا بالتطبيق على عينة قوامها ( ٥٧٤ ) مفردة من الذكور والإناث؛ للتعرف على توقعات المبحوثين وخياراتهم الإعلامية من أجل الترفيه .

وتوصلت الدراسة إلي وجود علاقة ارتباطية طردية بين التعرض الانتقائي لوسيلة من الوسائل الترفيهية والتأثير الإيجابي لها، والقدرة على التنظيم الذاتي للمزاج العام لدى المبحوثين.

### دراسة "رينيه زيجلر(٢٠١٣) بعنوان " المزاج العام والرسائل المضادة من وسائل الاعلام" (١٣)

هدفت الدراسة إلي امعرفة العوامل التي تؤثر على تصاعد الأمزجة المؤيدة، والمعارضة .

وتوصلت الدراسة إلى أن الأحداث المتوقعة لا تساعد كثيرًا في عملية تأييد السلوك من قبل المعارضين في الوقت الذي تحظى بتأييد لدى المؤيدين، وعلى طرف آخر فإن الرسائل غير المتوقعة تزيد من عملية تأكيد السلوك لدى المعارضين إذا كانت الرسائل متصلة بهم، وتقلل من تدعيم المزاج إذا كانت هذه الرسائل غير مؤيدة لتوقعات المؤيدين.

### دراسة سيليا سار وجورج أنجليكو(٢٠١٣) بعنوان "تأثير المزاج العام علي إعلانات الخدمات الصحية" (١٤)

هدفت الدراسة إلي معرفة تأثير مزاج الجمهور الموجود مسبقًا على الاستجابات للإعلانات المعروضة.

وتوصلت إلى وجود علاقة متوسطة لإعلانات الخدمة العامة للصحة بين تأثير الحالة المزاجية الموجودة مسبقًا من خلال المخاطر المتصورة للإصابة بالمرض على السلوك الفعلي، كما أظهرت نتائج الدراسة أنه كلما كانت الحالة المزاجية سلبية زادت احتمالية الإصابة بالمرض، وأشارت النتائج أيضًا إلى فاعلية رسائل المخاطر الصحية نظرًا لتأثير المزاج الناجم عن السياق على تصورات المخاطر؛ لذا يمكن أن تكون الرسائل أكثر فاعلية إذا تم وضعها في سياقات تحريرية تحفز الحالة المزاجية السلبية؛ لأن المزاج السلبي يجعل الناس يعتقدون أنهم أكثر عرضة للخطر ويحفزهم على اتخاذ قرارات وسلوكيات معينة.

### دراسة "صوفي لاكوست (٢٠١٣) بعنوان " تأثير محتوى برنامج حزين ومحايدي علي عملية اقناع الشباب وكبار السن بالاعلان" (١٥)

هدفت الدراسة إلي إجراء عينة تجريبية لمعرفة تأثير العمر بالنسبة للشباب مقابل كبار السن، ومحتوي البرامج الحزينة مقابل المحايدة، على المزاج العام لهم التي تسببها البرامج فيما يتعلق بالموقف من الإعلانات المدرجة في البرنامج، وكذلك الموقف من العلامات التجارية في الإعلانات.



## تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

وتوصلت الدراسة إلي تأثيرات مختلفة على كل من الشباب وكبار السن، فإن مستوى الحزن بعد التعرض للبرامج الحزينة يكون تأثيره أقل على كبار السن، بينما تزايدت مستويات التأثير على الشباب، أما فيما يتعلق بالإعلانات فقد توصلت الدراسة إلى أن البرامج الحزينة لا تؤثر على الاتجاه نحو الإعلان فيما يتعلق بكبار السن ولكنها تتأثر بالنسبة للشباب، وأكدت الدراسة أن كبار السن أفضل في تنظيم عاطفتهم ومزاجهم العام مقابل الشباب.

### دراسة وجدى حلمى عبدالظاهر (٢٠١٣م) , بعنوان "دور وسائل الإعلام الحديثة فى التوعية ومواجهة الأزمات الأمنية"<sup>(١٦)</sup>

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام الحديثة فى التوعية فى حالة الأزمات السياسية والأقتصادية , وأهمية وسائل الإعلام فى السيطرة على الجمهور وتشكيل رأى عام لديهم لدى قضية معينة أو موضوع معين.

وتناولت أيضاً المسؤولية الملقاه على عاتق رجال الإعلام , ووسائل الإعلام المختلفة فى إطار وظيفتها الإجتماعية والسياسية فى المجتمع , حيث إنها مسؤولة مسئولية تامة عن الإسهام فى حركة تطور المجتمع والإلتزام بغاياته وطموحاته , وهو إعلام يهدف إلى مواجهه الحاسمة والسريعة لكل ما يهدد وظيفة الأمن وكسب ثقة الناس .

وأعدمت الدراسة على تحليل مضمون الخطابات الموجهة من وسائل الإعلام المختلفة.

وتوصلت الدراسة إلى رصد وتحليل ما تطرحه وسائل الإعلام المختلفة , ومحاولة التعرف على الإتجاهات السلبية الإيجابية التي تحاول وسائل الإعلام المختلفة إقناع الجمهور بها وقت الأزمات.

### دراسة نيكولاس ديفيد بومان ورون تامبوريني (٢٠١٢) بعنوان " إمكانية تدخل ألعاب الكمبيوتر والوسائط الجديدة علي إصلاح المزاج العام للمجتمع"<sup>(١٧)</sup>

هدفت الدراسة إلي رصد تأثيرات الألعاب الإلكترونية على حالة المزاج العصبي، من خلال الدراسة التجريبية التي أجريت على نوعية المستويات المختلفة من الألعاب الإلكترونية، وتوصلت إلى أن الألعاب الإلكترونية يمكن أن تشكل مزاجاً جيداً كلما وصل المستخدم في اللعبة لمستويات مرتفعة، حيث إنها تقلل مستويات الضيق النفسي وتحسن حالة المزاج، في الوقت الذي تؤثر عدم القدرة على اجتياز مستويات معينة في اللعبة بالسلب على مزاج اللاعب مما يجعله مزاجه مضطرباً.

### دراسة "روبرت ربريشتر(٢٠١٢) بعنوان " المزاج العام نحو أداء الانتخابات الرئاسية الأمريكية: من منظور اجتماعي حول نتائج التصويت "<sup>(١٨)</sup>

هدفت الدراسة إلي معرفة المنظور الاقتصادي الاجتماعي وتأثيره على نتائج التصويت الخاصة بالانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة



## تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

إحصائية بين التصويت والتغير في أداء البورصة، حيث كشفت أن المزاج الاجتماعي ينعكس على أداء البورصة بشكل قوي أكثر من المتغيرات الاقتصادية التي تلحق بالسوق، حيث إن المزاج الاجتماعي يؤثر في تغير هذه الأوضاع على القادة الموجودين في السلطة السياسية مما يؤثر على أداء السوق بشكل عام.

### دراسة ليونارد رينك وآخرون (٢٠١٢) بعنوان " آثار الاحتياجات الجوهرية على التعرض الانتقائي والمزاج " (١٩)

هدفت الدراسة إلي قياس تأثير التعرض الانتقائي على تنظيم الحالة المزاجية والاحتياجات النفسية للمراهقين في المملكة المتحدة الذين يتعرضون للألعاب الإلكترونية بهدف تعديل المزاج، وقد أوضحت نتائج الدراسة حاجة المبحوثين للاستمتاع والشعور بالكفاءة والتفرد؛ الأمر الذي ينعكس بدوره على تعديل حالاتهم المزاجية بعد إشباع الدوافع الفعلية لديهم.

### دراسة "سيرون وكريستيان (٢٠١٢) بعنوان " إدارة الحالة المزاجية و تقييم التأثيرات النفسية للعب ألعاب الفيديو " (٢٠)

هدفت الدراسة إلي معرفة أثر التعرض للألعاب الإلكترونية في إدارة الحالة المزاجية، من خلال إجراء مقابلات ميدانية على عينة من طلاب الجامعات من الذكور.

وتوصلت الدراسة التجريبية إلى انخفاض سمة العدوانية لدى المبحوثين بعد تعرضهم للألعاب الإلكترونية، كما رصدت الدراسة أن خبرة المستخدم تتأثر بدرجة الوعي لديه، وتؤدي إلى تجنب التأثيرات السلبية للمحتوى الإعلامي المقدم.

### دراسة "ميليسيا رنيكلسون (٢٠١٢) بعنوان " تأثير المزاج الوطني المكسيكي علي الرأي السياسي الأمريكي " (٢١)

هدفت الدراسة إلي رصد التغير في الاتجاه المعادي للمهاجرين المكسيك في ولاية كاليفورنيا.

وتوصلت الدراسة إلى أن الآراء العامة حول هذه الأحداث والاتجاهات المعادية أثرت على الرأي العام، وأن التغير في المزاج العام أثر على اهتمامات السياسيين الأمريكيين نحو القضية وفقاً لطبيعة التوجه السياسي والانتخابي.

### دراسة محمد شحدة على (٢٠١٢) , بعنوان " معالجة الصحافة السعودية للشأن الإقتصادي " (٢٢)

هدفت الدراسة إلى التعرف على التغطيات الصحفية والأحداث الاقتصادية في الصحف اليومية الصادرة في المملكة العربية السعودية , بالإضافة إلى قدرتها على تقديم الحلول ومساعدة القارئ على إستيعاب المستجدات والأحداث الإقتصادية في الصحف اليومية الصادرة في المملكة العربية السعودية بالإضافة إلى قدرتها على تقديم الحلول ومساعدة القارئ على إستيعاب المستجدات والأحداث في المجالات والأنشطة الإقتصادية كافة .

## تأثير الشؤون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

إستندت الدراسة فى وصفها للظاهرة موضوع البحث إلى المنهج الوصفى , مستخدم أسلوب تحليل المضمون الكيفى والكمى , كما أستخدم الباحث نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام , والمسئولية الإجتماعية وترتيب الأولويات.

وتوصلت الدراسة إلى أن الصفحات الإقتصادية فى الصحف السعودية اليومية أولت الجانب الإخبارى الأهمية الكبرى , ولم تهتم بالتفسير والتحليل وذلك يدل على ضعف الصحافة الإقتصادية السعودية نتيجة السيطرة عليها من قبل السلطة مما يحول بينها وبين القيام بدورها ومسئوليتها تجاه المجتمع.

### مشكلة الدراسة:

أمكن بلورة المشكلة البحثية وتحديدها بناءً على الإطلاع على الدراسات السابقة والتراث النظري الذي أشار إلى أن العالم يشهد حالة كبيرة من الاضطراب الإقتصادي , كما أن هناك العديد من المتغيرات التي تؤثر فى الإعلام , مما يفرض عليه العديد من المسئوليات , وأكثر ما يؤثر فى العملية الإعلامية هى الأزمات الإقتصادية التي تتعرض لها الدول العربية , فالإعلام فى الدول العربية أصبح فى مواجهة للوضع الإقتصادي الدولي والعربي والآثار المترتبة عليه , مما جعل الصحافة تواجه مسئولية كبيرة وعبء تقديم ما يحتاجه الجمهور من معلومات خاصة بالشؤون الإقتصادية ويؤثر فى تشكيل مزاجه العام , والتي تعد من المهام الصعبة وخاصة فى ظل وجود أزمات إقتصادية , كما أن نظرية إدارة المزاج تؤكد أن هناك مجموعة من الدوافع التي تجعل الجمهور يقوم بترتيب بينته وفقاً لتلك الدوافع عن طريق انتقاء المضامين والمحتوى الذي يجعله متسقاً ومتوافقاً مع المزاج المجتمعي السائد أو لتدعيم مواقفهم وتصوراتهم الشخصية وتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا الإقتصادية المطروحة.

وبناءً على ما سبق تم تحديد مشكلة الدراسة فى تأثير الشؤون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام للجمهور , وتطبيق فرضيات النظرية المستخدمة لتشكيل المزاج العام للجمهور للتقليل من التأثير السلبي لديهم. وبالتالي فإن الدراسة سوف تسعى من خلال التحليل الميداني علي عينة عمدية من الجمهور , إلي تقييم تغطية شؤون القضايا الاقتصادية وأثر ذلك علي تشكيل المزاج العام للجمهور.

فيأتى التساؤل هنا عن كيفية تأثير الشؤون الإقتصادية على المزاج العام للجمهور؟

### أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة فى كونها تتناول إحدى القضايا التي لها أهمية مجتمعية وأهمية نظرية كالتالى: تتناول الدراسة قضية هامة لتشكيل علاقة الشؤون الاقتصادية وتشكيل المزاج العام للجمهور تجاه الحكومة.

هناك أهمية فى البحث العلمى حيث أن عدد قليل من الدراسات السابقة تناولت القضايا الاقتصادية التي تنشرها الصحف علي تشكيل المزاج العام للجمهور.

## تأثير الشؤون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصرى نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

يمكن لنتائج الدراسة أن تساهم فى النظر مرة أخرى للأخبار الاقتصادية وتعديلها بما يتناسب مع المزاج العام للجمهور المصرى وتقييمه لأداء الحكومة.

### أهداف الدراسة :

- الكشف عن تأثير القضايا الاقتصادية علي إتجاهات الجمهور التي من شأنها تشكيل المزاج العام للجمهور.
- رصد العلاقة بين تشكيل المزاج العام للجمهور تجاه الحكومة ومتغيرات (الجنس – السن – المستوى العلمى – التخصص العلمى – سنوات الخبرة – المسمى الوظيفى).
- إمكانية الوصول إلي نتائج ذات دلالة إحصائية حول رأي الجمهور في القضايا الاقتصادية وعلاقته بتشكيل المزاج العام له.

### تساؤلات الدراسة:

- هل يتابع الجمهور (عينه الدراسة) القضايا الاقتصادية بشكل منتظم؟
- ما الهدف من متابعة الجمهور للقضايا الاقتصادية ؟
- هل تؤثر متغيرات الجنس , السن , المستوى العلمى , التخصص العلمى , سنوات الخبرة , المسمى الوظيفى في تشكيل المزاج العام للجمهور؟
- هل تؤثر طريقة عرض القضايا الاقتصادية علي تشكيل الحالة المزاجية للجمهور؟
- ما الذي يريده الجمهور من إطلاعهم علي الصفحات الاقتصادية ؟
- متى تستطيع الصحف والمواقع الإلكترونية التأثير في الجمهور؟
- متى يعتمد الجمهور بشكل أساسى علي الصحف في متابعة القضايا الاقتصادية

### فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين التعرض لتغطية الشؤون الاقتصادية بمواقع الصحف ونوعية المزاج العام السائد لدى عينة الجمهور المصرى.
- الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية بين التعرض لمواقع الصحف ووسائل الإعلام الأخرى ومحصلة المزاج العام والشخصى السائد نحو طبيعة التغطية للشؤون الاقتصادية بمواقع الصحف لدى الجمهور المصرى.
- الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين التعرض للشؤون الاقتصادية بمواقع الصحف ودرجة الرضا عن الأداء الحكومى في مواجهة الأزمات الاقتصادية لدى عينة الجمهور المصرى.

## تأثير الشؤون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين التعرض لتغطية الشؤون الاقتصادية بمواقع الصحف ومحصلة المزاج العام والشخصي والمتغيرات الديموجرافية لدى عينة الجمهور المصري.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية بين التعرض للشؤون الاقتصادية بمواقع الصحف ونوعية المزاج العام والشخصي السائد نحو طريقة تناول الموضوعات الاقتصادية لدى عينة الجمهور المصري.

### نوع الدراسة:

تتتمي الدراسة إلي إطار الدراسات الوصفية التفسيرية التي تهتم برصد الظاهرة الاتصالية وتفسيرها وتحليل أبعادها، مما يساهم في الوصول إلى الدلالات والمؤشرات العلمية التي يمكن التعميم والتنبؤ وفقاً لها مستقبلاً، عن طريق تجميع البيانات وربطها ببعضها البعض وفق قوانين مدروسة وعلاقات إحصائية. خاصة في ظل قلة الدراسات السابقة التي تناولت القضايا الاقتصادية وتشكيل المزاج العام.

### منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الشامل تم توظيف هذا المنهج في التحليل الميداني بإتباع أسلوب المسح لعينة من الجمهور المصري من سن (١٨ عاماً وحتى أكثر من ٥٥ عاماً).

### أداة جمع البيانات:

سوف تعتمد الدراسة على:

أستمارة الأستبيان إستخدمت الباحثة أستمارة إستبيان إلكترونية كأداة من أدوات البحث العلمي تستعمل على نطاق واسع للحصول على بيانات ومعلومات غير مدونة في السجلات أو الإحصائيات الرسمية وتتعلق بأحوال المبحوثين واتجاهاتهم ودوافعهم أو معتقداتهم، وسوف تتناول الدراسة عينة عشوائية تشمل ٤٠٠ مفردة من الجمهور ممن يجيدون التصفح علي مواقع الانترنت ويتابعون الشؤون الاقتصادية).

(\*) السادة المحكمين :

- ١- أ.د أشرف جلال أستاذ الإذاعة والتليفزيون – كلية الاعلام – جامعة القاهرة.
- ٢- أ.د سماح المحمدي أستاذ الصحافة – كلية الاعلام- جامعة القاهرة .
- ٣- أ.د محمد سعد أستاذ الصافة – كلية الآداب- قسم الاعلام – جامعة المنيا.
- ٤- د. أسماء بهاء مدرس الصحافة كلية الاعلام- جامعة جنوب الوادي .

### ثالثاً: اختباري الصدق والثبات

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان فى جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها, وذلك على النحو التالى:

#### اختبار الصدق (Validity):

ويعنى الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته فى قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه, وللتحقق من صدق المقياس المستخدم فى البحث, تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين فى مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

#### اختبار الثبات (Reliability):

ويقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن فى النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية, أى محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التى تؤدى لظهوره فى كل مرحلة من مراحل البحث, وهو ما تم على النحو التالى:

قام الباحث بتطبيق اختبار الثبات على عينة الدراسة بعد تحكيم صحيفة الاستبيان, (\*) والذى وصل إلى ٨٦.٣%, مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

#### رابعاً: التحليل الإحصائي للبيانات:

قام الباحث بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS), وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية, ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة فى الدراسة الحالية فى كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار فى قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر, أى عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

#### الاساليب الاحصائية المستخدمة:

##### أولاً: المقاييس الوصفية

التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

المتوسط الحسابي.

الانحراف المعياري, وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.

الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة:

(المتوسط الحسابي  $\times 100$ )  $\div$  الدرجة العظمى للعبارة.

## ثانياً: الاختبارات الإحصائية

اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) .

كا<sup>٢</sup> (Chi square) اختبار استقلالية العبارة ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية

تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA

## ثالثاً: معاملات الارتباط Correlation

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

### مجتمع الدراسة:

جمهورية مصر العربية

### عينة الدراسة:

٤٠٠ مفردة من الجمهور المصري الذي يستطيع فهم القضايا الاقتصادية عن طريق الموافقة علي ملء إستمارة الإستبيان , والتي تم إرسالها عن طريق Google docx وإرسالها مباشرة للباحثة من خلال البريد الإلكتروني بعد الإنتهاء من ملئها وتم إختيار مجموعات متفرقة بمختلف الطبقات والفئات ومن الإناث والذكور وذلك حتي لا تتأثر النتائج بفئات معينه .

### أبعاد الدراسة

سوف تحدد عينة الدراسة بناءً على ثلاث أبعاد:

### بعد زماني:

سوف تنحصر فترة الدراسة في ١٥ شهر من يناير ٢٠٢٢م وحتى مارس ٢٠٢٣م .

تم إختيار هذه الفترة نظراً لظهور العديد من المشكلات والتحديات الاقتصادية , وتعتبر بداية الأزمة الاقتصادية وحرب روسيا وأوكرانيا التي أدت لأرتفاع كثير من السلع وأيضاً إرتفاع أسعار الذهب والدولار وكل هذا أدي لحدوث مشاكل اقتصادية .

بالإضافة إلي كثرة تداول السوشيال ميديا للمشكلات الاقتصادية في هذه الفترة وتعرض الاقتصاد المصري لضغوط شديدة مع إنخفاض قيمة الجنيه وشح العملات الأجنبية وأرتفاع التضخم.

### بعد مكاني:

سوف تشمل عينة الدراسة الجمهور المصري لمعرفة المزاج العام له نحو أداء الحكومة.

## تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

بعد موضوعي :

سوف تعتمد الدراسة الميدانية علي عينة قوامها (٤٠٠ مفردة) من الجمهور المصري الذي يستطيع قراءة الصحف ومتابعة المواقع الإلكترونية للصحف عن طريق الموافقة علي ملء إستمارة الإستبيان , والتي تم إرسالها عن طريق Google docx وإرسالها مباشرة للباحثة من خلال البريد الإلكتروني بعد الإنتهاء من ملئها وتم إختيار مجموعات متفرقة بمختلف الطبقات والفئات ومن الإناث والذكور وذلك حتي لا تتأثر النتائج بفئات معينه .

### النظرية المستخدمة:

نظرية المزاج العام تقوم نظرية المزاج العام علي ترتيب المحتوى الإعلامي الذي يعتمد عليه التأثير علي الجمهور كما وضع زيلمان و براينت (٢٣)

### الفروض الأساسية للنظرية:

وعلى عكس النظريات الأخرى لاختيار المحتوى الإعلامي ، مثل منهج الاستخدامات والإشباع ، التي تقترض أن اختيار المحتوى الإعلامي هو عملية قرار منطقي وواعي ، تقترض نظرية إدارة الحالة المزاجية أن مستخدمي الوسائل الإعلامية قد يكونوا ، ولكن ليس بالضرورة ، على دراية بدوافع تعرضهم للانتقائي لمحتوى الوسائل الإعلامية. نظراً لأن النظرية تستند إلى آليات التعلم الإجرائي ، فإنها لا تتطلب افتراض اختيار المحتوى الإعلامي المتعمد. بينما قد يتعرف مستخدمي الوسائل الإعلامية على دوافعهم المتعلقة بالمتعة في بعض المواقف ، قد يكون أيضاً تعرضهم لوسائل الإعلام أقل تداولاً وأكثر حدسية في العديد من المواقف الأخرى.

والشرط الضروري لعمليات التعلم المقترحة في نظرية إدارة الحالة المزاجية هو حالة الطوارئ بين خصائص الرسالة وتعديل الحالة المزاجية السائدة. لا يمكن أن تتطور تفضيلات المحتوى الخاصة بالمزاج إلا إذا كان هناك أنواع مختلفة من المحتوى الاعلامي يمكن الوثوق بها وتأثيرات يمكن التنبؤ بها على المزاج. ويمتلك محتوى الوسائل الاعلامية نفس الصفات المتغيرة للمزاج أو إذا كان تأثير محتوى الوسائل الإعلامية على الحالة المزاجية متنوعاً بشكل عشوائي ، فلا يمكن أن يظهر تفضيل مستقر ومتوافق مع الحالة المزاجية فيما يتعلق بالخصائص التي تؤثر على الحالة المزاجية لإختيار محتوى الوسيلة الإعلامية وأنماط الاختيار المتطابقة مع الحالة المزاجية.

وتقترض نظرية إدارة الحالة المزاجية أن يُظهر مستخدمي وسائل الإعلام تفضيلاً محدداً مع مجموعات مميزة من هذه الخصائص المُغيرة للمزاج والتي تؤثر في حالتهم العاطفية الحالية. نظراً لأن ترتيب المحتوى يكون بهدف تقليل الحالة المزاجية السلبية إلى الحد الأدنى وزيادة الحالة المزاجية الإيجابية ، يجب على مستخدمي وسائل الإعلام تعريض أنفسهم بشكل انتقائي لمثل هذه الرسائل التي توفر أفضل ملاءمة لاحتياجات تحسين الحالة المزاجية الحالية.



## تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصرى نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

تشير المجموعة الأولى من فرضيات نظرية المزاج العام إلى إدارة الإثارة للحالة العاطفية الحالية لمستخدمي الوسائل الإعلامية , نظرًا لأن كلا من التقليل (أي الملل) أو الإفراط في التحفيز (على سبيل المثال ، التوتر والقلق) يُنظر إليهما على أنهما حالات غير سارة ، يجب أن يتم اختيار محفزات المحتوى الإعلامي بهدف الوصول إلى حالة أكثر توازنًا من الإثارة.

ووفقًا لذلك ، تنص نظرية إدارة الحالة المزاجية مسبقًا على أن الأفراد المفرطين في التحفيز سيظهرون تفضيلًا لمحتوى إعلامي ذي الإمكانيات منخفضة الإثارة ، في حين أن الأفراد الأقل تحفيزاً يجب أن يفضلوا الرسائل ذات إمكانيات الإثارة العالية.

تشير الفرضيات المتبقية إلى تأثيرات الحالة المزاجية الإيجابية مقابل السلبية وتفضيل محتوى إعلامي ، يمكن إستيعابه ، وذات تقارب شبه دائم ، ويحقق المتعة. فالأفراد الذين يعانون من الحالات العاطفية السلبية يجب أن يكون لديهم دافع خاص لتغيير مزاجهم الحالي. نظرًا لأن المحتوى الإعلامي ذات إمكانيات الإستيعاب العالية والتقارب الدلالي منخفض مع الحالة المزاجية الحالية هي الأكثر فاعلية من حيث الإلهاء عن المزاج السائد ، فيجب أن يتم تجنب المحتوى الإعلامي الأقل إستيعاباً والمحتوى الذي يظهر اتصال قوي بالمزاج السلبي الحالي.

يجب أن يُظهر الأفراد في حالات المزاج السلبي أيضًا تفضيلًا لمحتوى إعلامي ذي التأثير العاطفي الإيجابي بدلاً من الرسائل السلبية التي من شأنها تكثيف مزاجهم السيئ بدلاً من إنهاءها. كما يجب على الأفراد الذين يعانون من حالات مزاجية إيجابية أن يعرضوا أنفسهم بشكل انتقائي لمحفزات الوسائط التي توفر الحد الأدنى من الإلهاء عن مزاجهم السائد ، وبالتالي يجب على هؤلاء الأفراد إما الامتناع عن استخدام وسائل الإعلام تمامًا أو اختيار محتوى إعلامي ذات إمكانيات استيعاب وامتصاص منخفضة

وتقارب دلالي عالٍ. علاوة على ذلك ، نظرًا لأنهم في حالة ممتعة بالفعل ، فإن تفضيلهم لمحتوى إعلامي ذي القيمة الإيجابية يجب أن يكون أقل وضوحًا .

وتم اختبار الفروض الأساسية لنظرية إدارة الحالة المزاجية في العديد من الدراسات منذ الثمانينيات. نظرًا لأن النظرية تفترض أن مستخدمي وسائل الإعلام غالبًا ما يكونون غير مدركين للعمليات والدوافع التي توجه اختيارهم للمحتوى الإعلامي ، فقد استخدمت غالبية الدراسات تصميمات تجريبية بدلاً من إجراءات الإبلاغ الذاتي. وعادةً ما يواجه المشاركون أولاً تحفيزًا للمزاج ، مما ينتج عنه حالات عاطفية إيجابية أو سلبية أو محايدة ، ثم تتاح لهم الفرصة للاختيار من بين مجموعة من محتويات إعلامية والتي تم اختبارها مسبقًا والتي تختلف بشكل منهجي في صفات تغيير الحالة المزاجية.<sup>(٢٥)</sup>

## تأثير الشؤون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

### التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة:

#### الأخبار الاقتصادية إجرائياً:

ويقصد به نشر المعلومة الاقتصادية عن طريق الخبر الصحفي بأسلوب بسيط يلائم جمهور الصحافة علي اختلاف مستوياته وتوجهاته وذلك بهدف التوضيح والتفسير والتحليل والنقد والتأثير وتكوين اتجاه معين لدي الرأي العام.

**الأخبار الإقتصادية إصطلاحاً:** إشمئت كافة الموضوعات الإقتصادية التي تناولتها الأشكال المختلفة لصحافة البيانات خلال فترة إجراء هذه الدراسة، وتمثلت أهمها في: أسعار السلع والخدمات، الأسهم/ البورصة، الصادرات/ الواردات، مصادر الطاقة، النمو الإقتصادي، بنوك ومؤسسات، التضخم، دعم المشروعات، الأرباح/ الخسائر، العمالة.<sup>(٢٦)</sup>

#### المزاج العام للجمهور إجرائياً:

والمقصود به الحالة العامة للجمهور سواء كان حالة إيجابية أو سلبية ومدى تأثير ذلك علي تلقيه للأخبار الإقتصادية.

#### المزاج العام للجمهور إصطلاحاً:

هو الحالة الشعورية السائدة لدى مجتمع بعينه، في مرحلة زمنية محددة، إزاء قضية مشتركة، حيث يتم التعبير عن هذا المزاج من خلال الأقوال والأفعال والأحكام الشفاهية المتواترة على السنة العامة ولا سيما في الأوساط الاجتماعية سريعة الانفعال، ويعد المزاج العام حالة وجدانية مؤثرة بين قطاعات من المواطنين نتيجة الخبرات التي يتشاركها هؤلاء بحكم عضويتهم في مجتمع سياسي وطني واحد، وعليه فالمزاج العام ليس انعكاس المزاج الشخصي للمواطن أو الفرد على الشأن العام، وهو ليس بحاصل جمع أو متوسط الأمزجة الخاصة بجموع المواطنين عبر الحياة اليومية لهؤلاء، ولكنه يتشكل ويتكون بين قطاعات واسعة من الجمهور نتيجة تشارك الخبرة، وبحكم الوجود داخل مجتمع سياسي، والتعرض والتأثر المشترك بأحداث سياسية واقتصادية واجتماعية.<sup>(٢٧)</sup>

# تأثير الشؤون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصرى نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

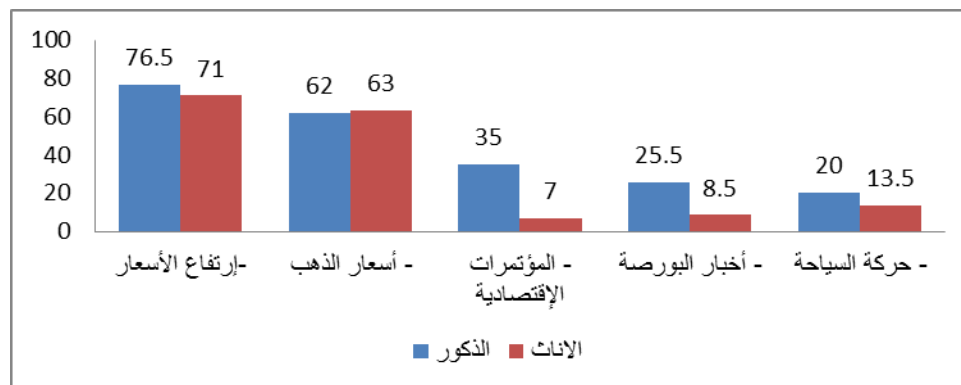
مناقشة النتائج:

## جدول رقم (١)

أكثر الموضوعات الاقتصادية التي تفضل متابعتها والبحث عنها في تلك المواقع الصحفية المصرية

الإجمالي		الإناث		الذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
٧٣.٨	٢٩٥	٧١.٠	١٤٢	٧٦.٥	١٥٣	-إرتفاع الأسعار
٦٢.٥	٢٥٠	٦٣.٠	١٢٦	٦٢.٠	١٢٤	-أسعار الذهب
٢١.٠	٨٤	٧.٠	١٤	٣٥.٠	٧٠	-المؤتمرات الاقتصادية
١٧.٠	٦٨	٨.٥	١٧	٢٥.٥	٥١	-أخبار البورصة
١٦.٨	٦٧	١٣.٥	٢٧	٢٠.٠	٤٠	-حركة السياحة
٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن أكثر الموضوعات الاقتصادية التي تفضل عينة الدراسة متابعتها والبحث عنها في تلك المواقع الصحفية المصرية، حيث جاء في المقدمة موضوع "ارتفاع الأسعار" يتابعه نسبة ٧٣.٨% حيث يتابعها نسبة ٧٦.٥% من الذكور في مقابل نسبة ٧١% من الإناث، ثم جاء في الترتيب الثاني موضوع "أسعار الذهب" يتابعه نسبة ٦٢.٥% حيث كان نسبة المتابعة على صعيد الذكور ٦٢% في مقابل متابعتها بنسبة ٦٣% للإناث، ثم في الترتيب الثالث جاء متابعة موضوع "المؤتمرات الاقتصادية" بنسبة ٢١% حيث كان نسبة المتابعة على صعيد الذكور بنسبة ٣٥% في مقابل متابعتها بنسبة ٧% للإناث، ثم في الترتيب الرابع جاء متابعة موضوع "أخبار البورصة" بنسبة ١٧% حيث كان نسبة المتابعة على صعيد الذكور بنسبة ٢٥.٥% في مقابل متابعتها على صعيد الإناث بنسبة ٨.٥%، وفي الترتيب الخامس والأخير جاء متابعة موضوع "حركة السياحة" بنسبة ١٦.٨% حيث جاء متابعتها على صعيد الذكور بنسبة ٢٠% في مقابل متابعتها من قبل الإناث بنسبة ١٣.٥%، ويلخص الشكل التالي أكثر الموضوعات الاقتصادية التي تفضل متابعتها والبحث عنها في تلك المواقع الصحفية المصرية، وذلك على النحو التالي:



شكل رقم (١)

أكثر الموضوعات الاقتصادية التي تفضل متابعتها والبحث عنها في تلك المواقع الصحفية المصرية

## تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

وتدل هذه النتيجة من وجهة نظر الباحثة على أن قضية ارتفاع الأسعار تحظى بالاهتمام الأكبر من

حيث متابعة عينة الدراسة، لأنها ترتبط بارتفاع أسعار المواد الاستهلاكية والغذائية والملابس

وغيره والتي تشكل بصورة أساسية معيشة المواطن المصري، تلاه ارتفاع أسعار الذهب لأنها أيضاً

ترتبط بحالات الفرح والمناسبات والادخار، ثم تأتي في مراتب أقل المؤتمرات الاقتصادية وما ينجم عنها

من سياسات اقتصادية ثم حركة البورصة والسياحة وتأثيرهما على الاقتصاد المصري.

### جدول رقم (٢)

نتائج اختبار تحليل ت وتحليل التباين بين تعرض عينة الدراسة للشئون الاقتصادية والمتغيرات الديموجرافية

المتتمثلة في ( النوع- السن -المستوي التعليمي- المستوي الاقتصادي الاجتماعي)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	تعرض عينة الدراسة للشئون الاقتصادية المتغيرات الديموجرافية	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				النوع	المتغير
٠.٠٠١ دال	٣٩٨	ت= ١١.٢٦١	.874	1.68	200	ذكر	
			.855	1.39	200	أنثي	
٠.١٢١ غير دال	٤ ٣٩٥	ف= ١.٨٣٨	.719	1.40	154	أقل من ٢٥ سنة	السن
			.974	1.59	123	من ٢٥ الى أقل من ٣٠ سنة	
			.924	1.54	74	من ٣٠ الى أقل من ٤٠	
			1.045	1.73	37	من ٤٠ الى أقل من ٥٠	
			.577	1.83	12	٥٠ سنة فأكثر	
			.875	1.53	400	الإجمالي	
٠.٠٠٠ دال	٢ ٣٩٧	ف= ١١.٠٥٧	1.109	2.00	40	مؤهل متوسط	المستوي التعليمي
			.787	1.43	317	مؤهل عالي	
			1.045	1.84	43	دراسات عليا	
			.875	1.53	400	الإجمالي	
٠.٠٠٠ دال	٢ ٣٩٧	ف= ١١.٧٧٧	.927	1.67	240	أقل من ٥٠٠٠	متوسط الدخل للأسرة
			.696	1.27	148	من ٥٠٠٠ الي ١٠٠٠٠	
			1.044	2.00	12	أكثر من ١٠٠٠٠	
			.875	1.53	400	الإجمالي	
٠.٠٠٠٢ دال	٢ ٣٩٧	ف= ٦.٢٢٣	.954	1.69	188	منخفض	المستوي الاقتصادي الاجتماعي
			.783	1.38	171	متوسط	
			.741	1.41	41	مرتفع	
			.875	1.53	400	الإجمالي	

تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	تعرض عينة الدراسة للشئون الاقتصادية المتغيرات الديموغرافية	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				النوع	السن
٠.٠٠١ دال	٣٩٨	ت=١١.٢٦١	.874	1.68	200	ذكر	النوع
			.855	1.39	200	أنثي	
٠.١٢١ غير دال	٤ ٣٩٥	ف=١.٨٣٨	.719	1.40	154	أقل من ٢٥ سنة	السن
			.974	1.59	123	من ٢٥ الى اقل من ٣٠ سنة	
			.924	1.54	74	من ٣٠ الى اقل من ٤٠	
			1.045	1.73	37	من ٤٠ الى اقل من ٥٠	
			.577	1.83	12	٥٠ سنة فاكثر	
			.875	1.53	400	الإجمالي	
٠.٠٠٠ دال	٢ ٣٩٧	ف=١١.٠٥٧	1.109	2.00	40	مؤهل متوسط	المستوي التعليمي
			.787	1.43	317	مؤهل عالي	
			1.045	1.84	43	دراسات عليا	
			.875	1.53	400	الإجمالي	
٠.٠٠٠ دال	٢ ٣٩٧	ف=١١.٧٧٧	.927	1.67	240	اقل من ٥٠٠٠	متوسط الدخل للأسرة
			.696	1.27	148	من ٥٠٠٠ الي ١٠٠٠٠	
			1.044	2.00	12	أكثر من ١٠٠٠٠	
			.875	1.53	400	الإجمالي	
٠.٠٠٠٢ دال	٢ ٣٩٧	ف=٦.٢٢٣	.954	1.69	188	منخفض	المستوي الاقتصادي الاجتماعي
			.783	1.38	171	متوسط	
			.741	1.41	41	مرتفع	
			.875	1.53	400	الإجمالي	

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين تعرض عينة الدراسة للشئون الاقتصادية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية، فتم استخدام اختبارات لقياس الفروق وفقاً للنوع، وتم استخدام اختبار ف لقياس الفروق وفقاً للعمر والمستوى التعليمي ومستوى الدخل الشهري والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، وجاءت النتائج على النحو التالي:

## تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

فيما يتعلق بالنوع، بلغت قيمة ت (١١.٢٦١) عند درجة حرية (٣٩٨) ومستوى معنوية (٠.٠٠١)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالتعرض للشئون الاقتصادية عبر مواقع الالكترونية للصحف المصرية، وذلك لصالح عينة الدراسة من الذكور بمتوسط حسابي (١.٦٨) وانحراف معياري (٠.٨٧٤) ثم عينة الدراسة من الإناث بمتوسط حسابي (١.٣٩) وانحراف معياري (٠.٨٥٥).

### جدول رقم (٣)

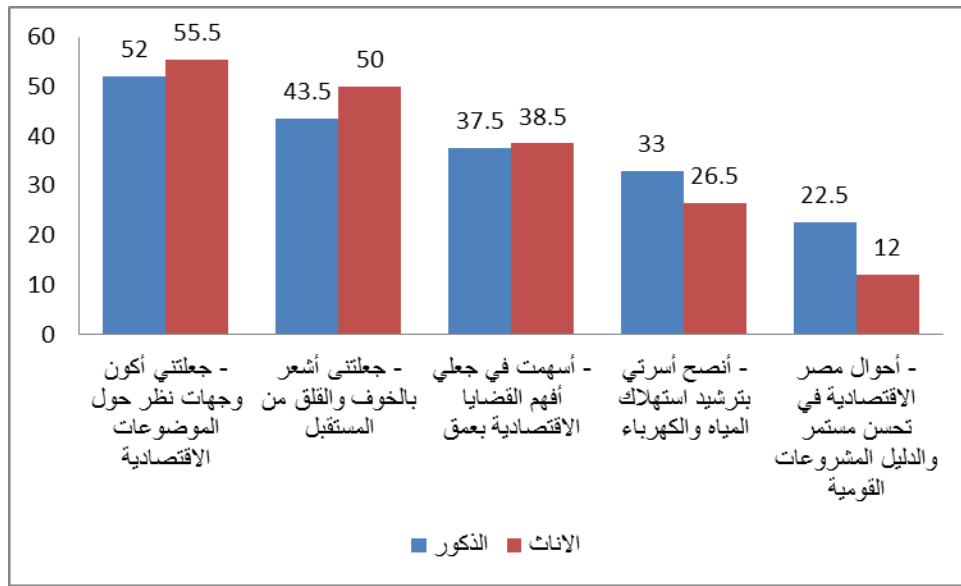
الآثار المترتبة على الاعتماد في متابعة القضايا الاقتصادية على مواقع الصحف المصرية

الإجمالي		الإناث		الذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
٥٣.٨	٢١٥	٥٥.٥	١١١	٥٢.٠	١٠٤	- جعلتني أكون وجهات نظر حول الموضوعات الاقتصادية
٤٦.٨	١٨٧	٥٠.٠	١٠٠	٤٣.٥	٨٧	- جعلتني أشعر بالخوف والقلق من المستقبل
٣٨.٠	١٥٢	٣٨.٥	٧٧	٣٧.٥	٧٥	- أسهمت في جعلني أفهم القضايا الاقتصادية بعمق
٢٩.٨	١١٩	٢٦.٥	٥٣	٣٣.٠	٦٦	- أنصح أسرتي بترشيد استهلاك المياه والكهرباء
١٧.٣	٦٩	١٢.٠	٢٤	٢٢.٥	٤٥	- أحوال مصر الاقتصادية في تحسن مستمر والدليل المشروعات القومية
٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن الآثار المترتبة على الاعتماد في متابعة القضايا الاقتصادية على مواقع الصحف المصرية، حيث جاء في المقدمة أثر " جعلت عينة الدراسة تكون وجهات نظر حول الموضوعات الاقتصادية" بنسبة ٥٣.٨% من إجمالي عينة الدراسة، وبرز هذا الأثر لدى نسبة ٥٢% من الذكور في مقابل نسبة ٥٥.٥% لدى الإناث، ثم جاء في الترتيب الثاني أثر " جعلت عينة الدراسة تشعر بالخوف والقلق من المستقبل" بنسبة ٤٦.٨% من الإجمالي السابق، وبرز هذا الأثر لدى نسبة ٤٣.٥% من الذكور في مقابل نسبة ٥٠% لدى الإناث، ثم في الترتيب الثالث جاء أثر " إسهامها في جعل عينة الدراسة تفهم القضايا

## تأثير الشؤون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصرى نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

الاقتصادية بعمق" بنسبة ٣٨%، وبرز هذا الأثر لدى نسبة ٣٧.٥% من الذكور في مقابل نسبة ٣٨.٥% لدى الإناث، ثم في الترتيب الرابع جاء أثر " نصيحة الأسرة بترشيد استهلاك المياه والكهرباء" بنسبة ٢٩.٨%، وبرز هذا الأثر لدى نسبة ٣٣% من الذكور في مقابل نسبة ٢٦.٥% لدى الإناث، وفي الترتيب الخامس والأخير جاء أثر " رؤية أن أحوال مصر الاقتصادية في تحسن مستمر والدليل المشروعات القومية" بنسبة ١٧.٣%، وبرز هذا الأثر لدى نسبة ٢٢.٥% من الذكور في مقابل نسبة ١٢% لدى الإناث، ويلخص الشكل التالي الأثار المترتبة على الاعتماد في متابعة القضايا الاقتصادية على مواقع الصحف المصرية، وذلك على النحو التالي:



شكل رقم (٢)

الآثار المترتبة على الاعتماد في متابعة القضايا الاقتصادية على مواقع الصحف المصرية

تدل النتائج السابقة على تميز التغطيات الصحفية وقدرتها على تحقيق حالة من المعرفة لدى الجمهور المتابع لها لذا جاء في المقدمة التأكيد على أنها ساهمت في تشكيل معرفتهم بهذه الموضوعات وتحقيق الفهم الأعمق لها، كما أنها ساهمت في تكوين رؤية عن أداء الدولة ومشروعاتها القومية، إلا أن هذه التغطيات قد أحدثت تأثيرًا على الحالة المزاجية للجمهور المتابع لها.



## تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

### وأظهرت الدراسة عدد من النتائج الهامة ومنها :

-أوضحت الدراسة مدى اهتمام عينة الدراسة بالموضوعات الاقتصادية التي تنتشر في المواقع الصحفية المصرية، حيث جاء في المقدمة إشارة عينة الدراسة لاهتمامها بدرجة متوسطة بنسبه ٦٠.٣% ثم في الترتيب الثاني الإشارة للاهتمام المرتفع بنسبة ٢٥.٣% ثم في الترتيب الثالث جاء الاهتمام المنخفض من قبل نسبة ١٤.٤% .

- وقد ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام عينة الدراسة بالموضوعات الاقتصادية التي تنتشر في المواقع الصحفية المصرية ونوع عينة الدراسة، وعن أسباب تزايد أهمية متابعة عينة الدراسة لقضايا الاقتصاد في مصر التي تغطيها المواقع الصحفية المصرية، حيث جاء في المقدمة سبب "انخفاض قيمة العملة المحلية" ثم سبب " وجود عمالة غير منتظمة" ثم سبب "الضعف الاقتصادي للدولة" فسبب "زيادة الطلب على السلع" ثم سبب "مشكلة الزيادة السكانية" وأخيرًا سبب "تأخر الحكومة في اتخاذ القرار تعويم الجنيه".

- وقد ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مقياس العام لأسباب تزايد أهمية متابعة عينة الدراسة لقضايا الاقتصاد في مصر التي تغطيها المواقع الصحفية المصرية ونوع عينة الدراسة.

-بينت الدراسة الآثار المترتبة على الاعتماد في متابعة القضايا الاقتصادية على مواقع الصحف المصرية، حيث جاء في المقدمة أثر " جعلت عينة الدراسة تكون وجهات نظر حول الموضوعات الاقتصادية" بنسبة ٥٣.٨% من إجمالي عينة الدراسة، ثم أثر "جعلت عينة الدراسة تشعر بالخوف والقلق من المستقبل" بنسبة ٤٦.٨% ثم أثر " إسهامها في جعل عينة الدراسة تفهم القضايا الاقتصادية بعمق" بنسبة ٣٨%، ثم أثر " نصيحة الأسرة بترشيد استهلاك المياه والكهرباء" بنسبة ٢٩.٨%، ثم أثر " رؤية أن أحوال مصر الاقتصادية في تحسن مستمر والدليل المشروعات القومية" بنسبة ١٧.٣%.

- جاء نسبة ٧١.٣% من عينة الدراسة كان ثقتها في هذه التغطيات الصحفية التي تقدمها المواقع الصحفية المصرية في الشئون الاقتصادية متوسطاً، وفي الترتيب الثاني جاء نسبة ١٧.٤% من عينة الدراسة ثقتها منخفضة وأخيرًا نسبة ١١.٣% جاء ثقتها مرتفع.

-أثبتت الدراسة وجود شعور بالقلق تجاه المستقبل بعد تصفح عينة الدراسة ومتابعتها للموضوعات الاقتصادية في المواقع الصحفية المصرية، حيث جاء نسبة ٦٢.٥% من عينة الدراسة تؤكد على حدوث الشعور بالقلق لديها تجاه المستقبل، وفي الترتيب الثاني جاء نسبة ٣٦.٣% من عينة الدراسة توضح حدوث هذا الشعور في بعض الأحيان وأخيرًا في الترتيب الثالث جاء نسبة ١.٢% تؤكد على عدم الشعور بالقلق تجاه المستقبل، وذلك بنسبة ٢.٥% للذكور فقط، وقد ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وجود شعور بالقلق تجاه المستقبل بعد تصفح عينة الدراسة ومتابعتها للموضوعات الاقتصادية في المواقع الصحفية المصرية ونوع عينة الدراسة.

## تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

- أظهرت الدراسة ما يتعلق بالحالة المزاجية الشخصية والشعور الغالب لدى عينة الدراسة بعد قراءة الأخبار الاقتصادية في المواقع الصحفية المصرية، حيث جاء في المقدمة حالة "الشعور بالخوف من المستقبل نتيجة الإجراءات الاقتصادية" ثم جاء حالة "الشعور بالتوتر والإحباط نتيجة التعرض للأخبار الاقتصادية" ثم حالة "يصبح لدى عينة الدراسة خلفية ثقافية سياسية واسعة عن مصر" ثم حالة "غير متأكد من الأحاسيس الإيجابية حيال الأخبار الاقتصادية" ثم حالة "محاولة تذكر أحداث سعيدة لأحسن من حالتي المزاجية" ثم حالة "لا تجعل عينة الدراسة تلك الأخبار تؤثر على حالتي المزاجية" ثم حالة "الشعور بالتفاؤل تجاه أخبار مصر".

- أكدت الدراسة أن نسبة ٤٢.٥% من عينة الدراسة كان تقييمها لوجود تأثير سلبي على الحالة المزاجية نتيجة التغطيات الصحفية المتخصصة في الشأن الاقتصادي وجاء نسبة ٤٢% من عينة الدراسة كان تقييمها محايداً لتأثير التغطيات على حالتهم المزاجية وأخيراً جاء نسبة ١٥.٥% من عينة الدراسة كان تقييمها لتأثير التغطية الصحفية على حالتهم المزاجية إيجابياً وذلك بنسبة ٢٦% لدى عينة الدراسة من الذكور في مقابل نسبة ٥% لدى عينة الدراسة من الإناث، وقد ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الحالة المزاجية التي تعبر عن بعض الحالات الشعورية في الوضع الراهن نتيجة متابعة التغطيات الصحفية المتخصصة في الشأن الاقتصادي ونوع عينة الدراسة.

- أظهرت الدراسة مدى الرضا العام عن الأداء الحكومي في ظل الوضع الاقتصادي الراهن نتيجة متابعة التغطيات الصحفية المتخصصة في الشأن الاقتصادي وجاء نسبة ٤١.٧% من عينة الدراسة كان تقييمها متمثلاً في وجود رضا متوسط عن التغطيات الصحفية المتخصصة في الشأن الاقتصادي وجاء نسبة ٤٠.٨% من عينة الدراسة كان تقييمها متمثلاً في الرضا الضعيف وأخيراً جاء نسبة ١٧.٥% من عينة الدراسة كان تقييمها الرضا الكبير عن الأداء الحكومي.

وقد ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التعرض لتغطية الشئون الاقتصادية بمواقع الصحف ونوعية المزاج العام السائد لدى عينة الجمهور المصري؛ مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى التعرض لتغطية الشئون الاقتصادية بمواقع الصحف كلما دلل ذلك على ارتفاع احتمالية التأثير على نوعية المزاج العام السائد لدى الجمهور المصري.

أشارت النتائج إلي وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للشئون الاقتصادية بمواقع الصحف ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في مواجهة الأزمات الاقتصادية لدى عينة الجمهور المصري؛ مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى التعرض لتغطية الشئون الاقتصادية بمواقع الصحف كلما دلل ذلك على ارتفاع درجة الرضا عن الأداء الحكومي في مواجهة الأزمات الاقتصادية من وجهة نظر عينة الدراسة من الجمهور المصري.

- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للشئون الاقتصادية بمواقع الصحف ودرجة شعورهم بالقلق المستقبلي؛ مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى التعرض لتغطية الشئون

## تأثير الشؤون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

الاقتصادية بمواقع الصحف كلما دلل ذلك على ارتفاع مستوى شعورهم بالقلق المستقبلي تأثيرًا بالتغطيات الصحفية للأزمات الاقتصادية.

- أشارت الدراسة إلي وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين التعرض للشؤون الاقتصادية بمواقع الصحف ودرجة الثقة فيها؛ مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى التعرض لتغطية الشؤون الاقتصادية بمواقع الصحف كلما دلل ذلك على ارتفاع مستوى ثقتهم في التغطيات الصحفية للقضايا الاقتصادية.

- أكت الدراسة وجود فروق معنوية بين عينة الدراسة من الجمهور المصري من حيث التعرض للشؤون الاقتصادية عبر مواقع الانترنت وللصحف المصرية وفقًا للنوع والمستوى التعليمي ومتوسط الدخل الشهري والمستوى الاقتصادي.

- أظهرت الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة من الجمهور المصري من حيث التعرض للشؤون الاقتصادية عبر مواقع الانترنت وللصحف المصرية وفقًا للعمر.

أكدت الدراسة أن أكثر الموضوعات الاقتصادية التي تفضل عينة الدراسة متابعتها والبحث عنها في تلك المواقع الصحفية المصرية، جاء في المقدمة موضوع "ارتفاع الأسعار" يتابعه نسبة ٧٣.٨% ثم في الترتيب الثاني موضوع "أسعار الذهب" ثم في الترتيب الثالث جاء متابعة موضوع "المؤتمرات الاقتصادية" بنسبة ٢١% ثم في الترتيب الرابع جاء متابعة موضوع "أخبار البورصة" وفي الترتيب الخامس والأخير جاء متابعة موضوع "حركة السياحة" بنسبة ١٦.٨%.

# تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

## المراجع :

(١) مني مجدي , تقييم أداء الإعلام المصري خلال الأزمات الاقتصادية ,رسالة دكتوراه غير منشورة ,كلية الاعلام , جامعة القاهرة, ٢٠١٣

(٢) رانيا مرزوق , التوجهات الاقتصادية للمرشحين في الانتخابات الرئاسية المصرية , مجلة السياسة الدولية , تم الرجوع إليها علي موقع الإنترنت

<Http://www.Sivassa .Org.eg/News Content/5/32/2001>

(3) Coombs, W.T. (2007) **Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing and Responding** (2nd ed.)Thousand Oaks, CA: Sage.

(٤) سماح المحمدي(٢٠٢٢) , تأثير التعرض للأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الإلكترونية أثناء الأزمات على إتجاهات المواطنين نحو الحكومة والمزاج العام لهم , المجلة المصرية لبحوث الإعلام ,العدد ٨٠ , الجزء الثاني , جامعة القاهرة , كلية الإعلام.

(٥) راللا أحمد محمد (٢٠٢٠) , أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو الإصلاح الإقتصادي , ورقة بحثية , مجلة البحوث الإعلامية , العدد ٥٥ , الجزء ٦ , جلمعة الأزهر , كلية الإعلام.

(٦)حنان عبدالوهاب , تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري - دراسة ميدانية , مجلة البحوث الإعلامية , المجلد ٥٥ , العدد ٤ , كلية الاعلام , جامعة الأزهر , ٢٠٢٠م.

(٧) أحمد شحاتة ( ٢٠١٨ ) , التوظيف السياسي للخطاب الديني في الصحافة المصرية وعلاقته بالمزاج العام في المجتمع تجاه القضايا الداخلية: دراسة تحليلية وميدانية, رسالة دكتوراه, غير منشورة, كلية الاعلام, جامعة القاهرة.

(٨) هيثم جودة, وممدوح مكاوي ( ٢٠١٥ ) , العلاقة بين التعرض للمضمون السياسي بمواقع الصحف والقنوات الفضائية والمزاج العام نحو قضايا الوطن العربي: دراسة على الجمهور المصري والسعودي , المجلة المصرية لبحوث الرأي العام, العدد الثالث

(9)Hyekyung Wooand other, Public Trauma after the Sewol Ferry Disaster: The Role of Social Media in Understanding the Public Mood,**International Journal of Environmental Research and Public Health**,Vol.12,pp.974-983.

## تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصرى نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

(١٠) عبد العزيز السيد , دور الصحف الورقية في إدارة المزاج العام للمصريين نحو تيارات الإسلام السياسي ٢٠١٥ تم

الرجوع إليها من خلال الإنترنت بتاريخ ٣/١٠/٢٠٢٠م <http://www.acrseg.org/10126>

(١١) نجوى عبدالسلام فهمي (٢٠١٣) ، استخدام تويتر لرصد المزاج العام للمجتمع في فترة الاضطرابات: أحداث محمد

محمود ٢٠١١ م في مصر نموذجًا، المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة

(12) Davies & John ,(2013), perceptions of media as a mood management too paper presented annual conference of the international communication association, London, England

<http://citation.Allacademic.com/meta/p641634inde.Html> virtual justice: testing disposition theoryin the context2 schmicrbach&mike

(13)Rene Ziegler(2013), Mood and Processing of Proattitudinal and Counterattitudinal Messages, Personality and Social Psychology Bulletin,Vol.39,No.4,pp.482-495.

(14) Sela Sar, George Anghelcev,(2013), Perceived risk mediates the impact of mood on the effectiveness of health PSAs, **Journal of Social Marketing**, Vol.3, No.1,pp.78-109.

(15)Sophie Lacoste-Badie and other,(2013), Influence of a sad program context on the process of advertising persuasion among younger and older adults, Recherche et Applications en Marketing (English Edition), Vol.28,No.1,pp.5-24.

(١٦) وجدى حلمى عبد الظاهر , دور وسائل الإعلام الحديثة فى التوعية ومواجهة الأزمات الأمنية , رسالة ماجستير غير منشورة , (آلية العلوم الإجتماعية , قسم الاعلام , جامعة أم القرى , ٢٠١٣م).

(17) Nicholas David Bowman& Ron Tamborini(2012), Task demand and mood repair: The intervention potential of computer games, New Media& Society,Vol.14,No.8,pp.1339-1357.

(18) Robert R. Prechter, et al,(2012), Social Mood, Stock Market Performance and U.S. Presidential Elections: ASocionomic Perspective on Voting Results, SAGE open, Vol.2.No.4,pp.1-13.

(19) Leonard Reinecke,et al,(2012), Characterizing Mood Management as Need Satisfaction: The Effects of Intrinsic Needs on Selective Exposure and Mood Repair, Journal of Communication,Vol.62.No.3, pp.437-453.

(20) Serrone& Crystine Serrone,(2012), Mood Management and Video-Game Engagement: The Importance of User-Experience and Gender in Assessing the Psychological Effects of Video-Game Play, MA Jniv- California, pp.1-118.

## تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وإنعكاسها على الجمهور المصرى نحو أداء الحكومة (دراسة ميدانية)

(21) Melissa R. Michelson,(2012), the Effect National Mood on Mexican American Political Opinion, Hispanic Journal of Behavioral Sciences, Vol.23, No.1,pp.75-70.

(٢٢) محمد شحدة على الحروب", معالجة الصحافة اليومية للشأن الأقتصادى, "رسالة دكتوراه غير منشورة, كلية الإعلام, جامعة الشرق الأوسط 2012, م.

(23)Zillmann, D., & Bryant, J. (1985). Affect, mood, and emotion as determinants of selective expo-sure.InD.Zillmann&J.Bryant(Eds.),Selective exposure to communication(pp. 157–189).Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

(24) Zillmann, D. (1988b). Mood management: Using entertainment to full advantage. In L. Dono-hew, H. E. Sypher, & E. T. Higgins (Eds.),Communication, social cognition, and affect(pp. 147–171). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

(25)Zillmann, D. (1988b). Mood management: Using entertainment to full advantage. In L. Dono-hew, H. E. Sypher, & E. T. Higgins (Eds.),Communication, social cognition, and affect(pp. 147–171). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

(26) Meadowcroft, J. M., & Zillmann, D. (1987). Women's comedy preferences during menstrualcycle.Communication Research,14, 204–218. doi: 10.1177/009365087014002004.

(٢٧) Bryant, J., & Zillmann, D. (1984). Using television to alleviate boredom and stress: Selectiveexposure as a function of inducing excitational states.Journal of Broadcasting,28, 1–20. doi:10.1080/08838158409386511

(28) Anderson, D. R., Collins, P. A., Schmitt, K. L., & Smith Jacobvitz, R. (1996). Stress-ful life events and television viewing.Communication Research,23(3), 243–260. doi:10.1177/009365096023003001

(٢٩) نسمة سليمان وهبة دبور (٢٠٢٢)، توظيف صحافة البيانات فى تناول الموضوعات الإقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى "تويتز، وانستجرام نموذجاً"، ورقة بحثية، مجلة كلية الآداب، العدد (٧٢)، جامعة المنصورة، ص ١٢٧٠.

(٣٠) محمد مصطفى رفعت (٢٠٢١)، التعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بحالة المزاج العام لدى الشباب الجامعى البحريني دراسة حالة على خطة السلام الأمريكية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٥٦، الجزء ٣، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ص ١٢٣٦.