



كلية الإعلام
المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

التماس المرأة المصرية للمعلومات عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وعلاقته بالوعي بالمشكلات الاقتصادية

د. حسن فراج حسن فراج

مدرس الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال

كلية الدراسات العليا للطبولة - جامعة عين شمس

مقدمة:

أدت الثورة الرقمية وظهور الاقتصاد الجديد، لتحول الفرص التي اكتسبتها المرأة المصرية في العقود السابقة، سواء بمشاركتها في الاقتصاد الرسمي أو غير الرسمي الذي أصبح ضمن مظاهر الاقتصاد الرقمي مما يجعلها تسعى لمتابعة مستجدات الإخبار الاقتصادية وذلك من خلال الشبكات والتطبيقات الإخبارية المدعومة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التي تتميز بالمرونة في الأداء وقادرة على التكيف مع المستجدات، خاصة أنه من المتوقع أن الاقتصاد الرقمي بحلول عام ٢٠٢٥، سيعيد تشكيل المشهد الاقتصادي في العالم. ومع التطور السريع في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وانتشار تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية بين كثير من المستخدمين وذلك في ظل وجود الملايين من مستخدمي الأجهزة المحمولة، فانتبهت المؤسسات الصحفية والمواقع والتطبيقات الإخبارية إلى أهمية تلك الوسيلة الإعلامية الجديدة حيث زادت المنافسة فيما بينها من أجل اللحاق بركب التطور وسط زخم التطبيقات المتاحة للمستخدم، لذلك سعت إلى توظيف إمكانات الهواتف المحمولة في تقديم خدمات إعلامية متعددة للمستخدم، وحرصت أن يكون لديها مكان بين العديد من التطبيقات، وانعكس ذلك على الخدمات الإخبارية التي تقدمها ليكون لها تطبيقات يتم تثبيتها على هواتف المستخدمين لتوافيهم بالأخبار العاجلة في كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والفيديوهات والتسجيلات الصوتية وغيرها من صور المحتوى المعلوماتي الإخباري.

ويعتبر تنامي الوعي الاقتصادي لدى المرأة المصرية يساعد بشكل كبير في حل المشكلات الاقتصادية بصورة إجرائية؛ حيث إن الوعي الاقتصادي في صورته الصحيحة يوجه السلوك نحو خطورة تلك المشكلات؛ فيتم التقليل من طلب السلع والخدمات والكماليات المرتبطة بالرفاهية، وتزداد القيمة الشرائية ومن ثم الحفاظ على الاستهلاك العام، وهذا من مسببات الاستقرار الاقتصادي في الدولة، كما ينتج عن ذلك انخفاض حجم الاستيراد ومن ثم تنامي الصادرات، بما يحقق التوازن والاستقرار الاقتصادي أيضًا.

فالوعي الاقتصادي ركيزة أساسية لنجاح حل المشكلات الاقتصادية في المجتمع فمن أهم وظائف الإعلام الاقتصادي التغطية الشاملة والوفائية والدقيقة للأحداث الاقتصادية محليًا وإقليميًا ودوليًا، حيث تساعد التطبيقات الإخبارية في نشر الوعي الاقتصادي من خلال نشر المعلومات الاقتصادية بدقة وطرح وجهات النظر الآراء حول المسائل الاقتصادية مما يجعلها من المصادر الأساسية للمعلومات الاقتصادية للمرأة المصرية.

مشكلة البحث:

تحظى المرأة باهتمام المجتمعات الإنسانية التي تسعى للتطور والتقدم، وذلك بسبب فعاليتها في المجتمع، وأدى توالي الأحداث والمشكلات الاقتصادية إلى أن الجمهور المصري بصفة عامة والمرأة المصرية بصفة خاصة في حاجة إلى المعلومات الاقتصادية بخصوص كل تلك الأحداث والقضايا وفي حاجة إلى رفع مستوى الوعي الاقتصادي لديها من أجل فهم دقيق لواقع التحديات التي نمر بها. وتؤدي وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها دوراً اجتماعياً هاماً في نقل الأخبار والمعلومات في عصر يمتاز بالتقدم التكنولوجي والتداخل الفكري والتأثير الإعلامي في عالم يشهد ثورة غير مسبوقه في تكنولوجيا الاتصال والتي أدت إلى تسريع تدفق المعلومات من خلال تطبيقات الهاتف الإخبارية بأشكالها المختلف من أخبار وتقارير ومعلومات اقتصادية واجتماعية وفي شتى المجالات تجعلها مصدر أساسي للمعلومات للمستخدمين.

ويعني الوعي الاقتصادي الإطار المفاهيمي للقيم الاقتصادية التي تؤدي إلى فهم الواقع الاقتصادي بصورة صحيحة لدى المرأة المصرية بما يعمل على توجيه سلوكها الاقتصادي إلى المسار المرغوب فيه؛ حيث تصبح ممارساتها الاقتصادية مقبولة فيما يرتبط بالمناحي الاقتصادية، مما يؤدي ذلك إلى تعظيم الموارد الاقتصادية والمشاركة في التنظيم الاقتصادي والسعي إلى تحقيق الأهداف الاقتصادية العامة والخاصة. ويشهد العالم اليوم تحديات اقتصادية جمة تتطلب مواجهة جماعية، مما يحتم ضرورة الاهتمام بالوعي الاقتصادي لدى الكافة والمرأة بشكل خاص؛ فقد أصبح تنميته فرض عين؛ حيث ينبغي أن تمتلك قدرًا من المعلومات والمهارات التي تؤكد الاتجاهات الإيجابية في المناحي الاقتصادية؛ ليشرك ويتفاعل وينتج ويدخر ويستهلك بصورة مقننة، ويتخذ القرارات الاقتصادية الرشيدة التي يرتبها. ولتحديد المشكلة بدقة قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها (٤٠) من المبحوثات، وجاءت نتائجها كالتالي:

١- تستخدم (٨٥ ٪) من عينة الدراسة الاستطلاعية تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية لمتابعة المشكلات الاقتصادية، و(١٥٪) منهن لا يستخدمونها.

٢- أكثر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية استخدامًا لدى المبحوثات في متابعة المعلومات والأخبار الاقتصادية وفقًا لعينة الدراسة الاستطلاعية هي تطبيق الوطن بنسبة (٩٤,١٪)، و اليوم السابع في الترتيب الثاني بنسبة (٨٨,٢٪)، وتطبيق القاهرة ٢٤ في الترتيب الثالث بنسبة (٧٣,٥٪)، و المصرى اليوم في الترتيب الأخير بنسبة (٦١,٨٪).

٣- بالنسبة لمدى اهتمام المبحوثات عينة الدراسة الاستطلاعية بالمشكلات الاقتصادية باستخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية جاء بدرجة كبيرة في المرتبة الأولى بنسبة (٥٥,٩٪)، وبدرجة متوسطة في الترتيب الثاني بنسبة (٣٥,٣٪)، وجاء بدرجة قليلة في الترتيب الأخير بنسبة (٨,٨٪). وبذلك يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: **ما علاقة التماس المرأة المصرية للمعلومات عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية بالوعي بالمشكلات الاقتصادية؟**

تساؤلات البحث:

يتمثل التساؤل الرئيس للبحث في «**ما علاقة التماس المرأة المصرية للمعلومات عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية بالوعي بالمشكلات الاقتصادية؟** و**ينبثق من التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل في:**

- ١- ما مدى التماس المرأة المصرية للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية؟
- ٢- ما أهم الدوافع الطقوسية والنفعية لاستخدام المبحوثات لتطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية؟
- ٣- ما أهم النوايا السلوكية لدى المبحوثات الناتجة عن استخدامهم لتطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية؟
- ٤- ما مستوى وعى المبحوثات (الانتباه وفهم المعلومات - تذكر المشكلات الاقتصادية - إدراك المشكلات الاقتصادية) الناتج عن استخدامهم لتطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية؟
- ٥- ما مدى ثقة المبحوثات فى المعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية؟
- ٦- ما أهم العوامل المؤثرة فى التماس المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية؟
- ٧- ما معدل إدراك المبحوثات للمشكلات الاقتصادية أثناء استخدامهم لتطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية؟

أهمية البحث:

- ١- أهمية دور الصحافة الإلكترونية وتطبيقاتها الرقمية كمصدر للمعلومات الاقتصادية للمساعدة فى طرح حلول للمشكلات الاقتصادية وكيفية مواجهاتها.
- ٢- يسهم البحث فى توفير المحتوى المناسب من المعلومات للمستخدمين عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية.
- ٣- تقديم حلول مقترحة لمقترحة للمشكلات الاقتصادية التى يمر بها المجتمع وفقًا لوجهه نظر المبحوثات عينة الدراسة.
- ٤- الإسهام فى سد الفجوة البحثية فى مجال الدراسات الصحفية الاقتصادية خاصة لدى المرأة المصرية.

٥- تساعد الدراسة فى فهم سلوكيات المرأة المصرية ودوافعها فى التماسها للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف الإخبارية .

أهداف البحث:

يتمثل الهدف الرئيس في: التعرف على علاقة التماس المرأة المصرية للمعلومات عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية بالوعي بالمشكلات الاقتصادية؟. وينبثق من الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية:

١- تحديد مستوى التماس المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية.

٢- التعرف على دوافع وسلوكيات استخدام المبحوثات لتطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية.

٣- رصد أهم العوامل المؤثرة فى التماس المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية

٤- تحديد اتجاه التأثير بين سلوك التماس المعلومات حول المشكلات الاقتصادية و مستوى ووعي المبحوثات للمخاطر المرتبة عليها .

٥- الكشف عن مدى إدراك المبحوثات للمشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية

٦- تحديد مستوى ثقة المبحوثات فى تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية كمصدر للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية .

٧- التعرف على مدى وعي المبحوثات للمشكلات الاقتصادية نتيجة التماس المعلومات حولها من تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية.

متغيرات البحث:

١- المتغير المستقل: التماس المرأة المصرية للمعلومات عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية.

٢- المتغير التابع: الوعي بالمشكلات الاقتصادية.

٣- المتغيرات الوسيطة: (الحالة الاجتماعية-نوع التعليم- المستوى الاقتصادى والاجتماعي).

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التى استطلعها الباحث التى أجريت عن المرأة المصرية و الوعى والمشكلات الاقتصادية وتطبيقات الهاتف الإخبارية ، وفيما يأتي عرض لأبرز هذه الدراسات :

أولاً: الدراسات الخاصة بالقضايا والمشكلات الاقتصادية

دراسة (إحسان، ٢٠٢٣). بعنوان التأثير الاجتماعي للأزمة الاقتصادية في الأسر المصرية (دراسة ميدانية لبعض شرائح الطبقة الوسطى بمدينة القاهرة، تناول هذه الدراسة الأثر الاجتماعي للأزمة الاقتصادية العالمية في مصر وفي الأسرة المصرية. وكانت إشكالية الدراسة تدور حول تساؤل رئيسي مؤداه: ما هي تأثيرات الأزمة الاقتصادية في الأسر المصرية. لذلك هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثيرات

التضخم في العنف الأسرى واستراتيجيات الأسر المصرية لمواجهة غلاء الأسعار. جرت الدراسة وفقاً للمنهج الوصفي بما يشتمل عليه هذا المنهج من خطوات علمية ومنهجية، وقد راعت الدراسة التركيب الطبقي والمتغير التعليمي والمهني. وتوصلت للعديد من النتائج التي كان من أبرزها: أثر الغلاء في الأسر المصرية، فتسبب في انخفاض معيشة الأسرة وزيادة الأعباء المفروضة على الوالدين مما استلزم ضرورة ترشيد الإنفاق وترتيب الأولويات، من أهم الآثار الاجتماعية للتضخم هي تعميقه لحدة التمايز الاجتماعي. وترشيد الاستهلاك يهدف إلى رفع الوعي والفهم والمسؤولية لدى الأفراد في استخدام الأسلوب الأمثل في التعامل مع الموارد المتاحة.

واستهدفت دراسة (زين، ٢٠٢٢) استكشاف أهمية توظيف الصحافة المتخصصة في معالجة الأزمات الاقتصادية في السودان: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على صحيفة إيلاف الاقتصادية، وأكدت الدراسة توجد علاقة وطيدة بين المعلومة والقرار الاقتصادي ومن هنا يأتي الدور الاستراتيجي للإعلام الاقتصادي وخاصة الصحافة المتخصصة في دفع حركة الاقتصاد ومسايرة التنمية الشاملة ومعالجة الأزمات، وممارسة النقد والتقييم والتوجيه والإخبار ونشر الوعي والثقافة الاقتصادية في المجتمع. فجاءت أهمية الدراسة وهدفها معرفة البرامج والأساليب والطرق التي تنتهجها الصحيفة المتخصصة، في معالجة الأزمات وحجم وطبيعة التغطيات الصحفية لمختلف القضايا الاقتصادية.

وركزت دراسة (عباس، ٢٠٢٢) على الشأن الاقتصادي واتجاهات النخبة حوله بالتطبيق على قضية تعويم الجنية وأزمة الدولار عام ٢٠١٦، وركزت الدراسة على الأطر الإخبارية لتناول المواقع العالمية الشأن الاقتصادي المصري وخلصت إلى وجود علاقة ارتباطية بين التبعية الدولية للمواقع الإخبارية العالمية، واتباع حيادية والموضوعية في تغطية القضية.

واستهدفت دراسة (Scacco & muddiman, ٢٠٢٠) حول التماس المعلومات في بيئة الأخبار المعاصرة، وكيفية تأثير عناوين الأخبار الرقمية على التماس المعلومات الإخبارية، من خلال دراستين تجريبية وميدانية، وقامت بفحص كيفية تأثير عرض المعلومات الإخبارية على مواقف وسلوكيات التماس المعلومات من الأخبار وأكدت على سعي الجمهور إلى الأخبار الرقمية، والتماسهم للمعلومات وتأثيرها على السلوك.

وتوصلت دراسة (Damstra & Boukes, 2018) للعلاقة بين ثلاثة متغيرات مهمة هي: حالة الوضع الاقتصادي الفعلي، وحجم تغطية الأخبار الاقتصادية، وتوقعات الجمهور، من خلال اختبار مدى صحة الفرض القائل بأن حالة الاقتصاد الفعلي تؤثر على حجم التغطية الإخبارية للشأن الاقتصادي سواء بالسلب أو الإيجاب، كذلك تغطية الأخبار الإيجابية في الشأن الاقتصادي تؤثر على توقعات الجمهور بالإيجاب والعكس صحيح، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في تحليل مضمون ٧ صحف، واقتصرت فترة التحليل على أخبار الأزمة الاقتصادية التي شهدتها البلاد في الفترة من (٢٠٠٢ - ٢٠١٥) في حين اشتملت الدراسة الميدانية على عينة من الجمهور الهولندي، وتوصلت النتائج إلى أن الأمر يتوقف على حالة الاقتصاد التي تشهدها البلاد فإذا كان الوضع الاقتصادي متدن ترتب على ذلك تغطية مكثفة للشأن الاقتصادي، وينعكس ذلك على الجمهور الذي يسعى للبحث عن معلومات أكثر لفهم الأزمة والتغلب عليها فيزيد معدل التعرض لوسائل الإعلام، والعكس صحيح بالنسبة للوضع الاقتصادي المتطور.

وتناولت دراسة (Damstra & Vliegenthart, 2016) التي سعت الدراسة كيفية المعالجة الصحفية للأزمة الاقتصادية في هولندا، التي شهدتها البلاد في الفترة من (٢٠٠٧ - ٢٠١٣)، والأطر الخبرية التي تم الاعتماد عليها في هذه المعالجة، واعتمدت الدراسة التحليلية على عينة عشوائية بسيطة مكونة من (١٠٦٣) مقالاً من إجمالي (٤٢٥٨) مقالاً تناول الأزمة الاقتصادية الهولندية، وتم جمع بيانات الدراسة التحليلية من خلال استمارة تحليل مضمون، وتوصلت النتائج إلى أن الصحف الهولندية كرّست كل اهتمامها لتغطية الأزمة، وإن كان هناك اختلاف في أسلوب المعالجة فذلك يعود إلى اتجاه الصحيفة نفسها، فالصحف القومية اهتمت بطرح الأزمة أكثر من الصحف الشعبية، والصحف المتخصصة في الشؤون المالية والاقتصادية ركزت على كل ما يتعلق بالأزمة أكثر من نظيرتها غير المتخصصة في شؤون الاقتصاد.

وخلصت دراسة (حلي، ٢٠١٦) برصد وتحليل التغطية الصحفية لقضية التضخم في الأسعار بالصفحات الاقتصادية في الصحف السورية اليومية وتقييم واقع أدائها وتأثيرها على المواطن، واعتمدت الدراسة على عينة تحليلية عشوائية بطريقة الأسبوع الصناعي المنتظم من الصحف محل الدراسة، وهي (الثورة، والبعث، والوطن)، وبلغت الأعداد المسحوبة من كل صحيفة ١٢ عددًا، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال تصميم استمارة تحليل مضمون، وتوصلت الدراسة إلى أن معالجة الصحافة السورية اليومية لمشكلة ارتفاع الأسعار يغلب عليها نوع المعالجة الإخبارية التي تركز على التقارير والقصص الخبرية على حساب المعالجة التفسيرية والاستقصائية، كما اقتصر النطاق الجغرافي لمعالجة الصحف لمشكلة التضخم الاقتصادي على مدينة دمشق وريفها على حساب المدن الأخرى والريف السوري.

وأكدت دراسة (محمود، ٢٠١٥) رصد وتحليل أطر معالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية المطروحة في المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك- تويتر) والمقارنة بينها، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في مواقع (المصري اليوم، ومصراوي، واليوم السابع)، وعينة من بعض الصفحات عبر الفيسبوك وعينة من تويتر، أما العينة الميدانية فتمثلت في عينة عشوائية من الشباب المصري مستخدمي المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي (بالقاهرة الكبرى يبلغ قوامها (٤٠٠) مفردة في الفئة العمرية من ١٨ - ٣٥ عامًا، واعتمدت الدراسة على نظرية الأطر الخبرية، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال تصميم استمارة استبيان، وتوصلت الدراسة إلى أنه رغم اتفاق المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي عينة الدراسة في طرح القضايا الاقتصادية والاجتماعية نفسها في الأغلب؛ إلا أنه كانت هناك اختلافات جوهرية في الأولويات وطبيعة تناول ورؤى الطرح واتجاهاته، بالإضافة إلى اختلاف جذري في الأطر التي تم توظيفها، ويرجع ذلك إلى اختلاف طبيعة المواقع الإلكترونية عن شبكات التواصل الاجتماعي والقائمين عليها.

وخلصت دراسة (عبد الشافي و محمد، ٢٠١٢) لرصد المعالجة الصحفية لقضايا الاقتصاد المصري الموجهة لقراء الصحف، وشملت قضايا مثل (البطالة -ارتفاع الأسعار-الفقر-الفساد)، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في الأعداد الصادرة من صحف (الأهرام- المصري اليوم- وفقًا لنتائج الدراسة الاستطلاعية، باستخدام أسلوب الأسبوع الصناعي في الفترة من ٢٠١٠/٥/١ حتى ٢٠١١/٥/٣١م، وتوصلت النتائج إلى أن قضية الفساد جاءت في الترتيب الأول من بين قضايا الاقتصاد المصري (عينة الدراسة) بنسبة ٤٣،٥ ٪، وجاءت صحيفة الوفد في مقدمة الصحف المصرية المهتمة بقضية الفساد بنسبة ٢٠،٣ ٪،

تلتهما الأهرام بنسبة ١٢,٩٪، ثم المصري اليوم بنسبة ١٠,٣٪، ثم قضية ارتفاع الأسعار بنسبة ٢,٨٪، واهتمت بها جريدة المصري اليوم أكثر من غيرها بنسبة ١٠,٦٪، ثم جاءت قضية البطالة في الترتيب الثالث، وأخيرًا الفقر في المكانة الأخيرة من بين اهتمامات الصحف المصرية. وتوصلت دراسة (Boomgaarden, van, vliegenthart & devreese, 2011)، التي حاولت التعرف على مدى تأثير التغطية الإعلامية للأزمات الاقتصادية على إدراك الجمهور لتلك الأزمات، وهل كمية ونوعية المعلومات المقدمة للجمهور في وقت الأزمات تساعده على كيفية التعامل مع الأزمة وزيادة إدراكه بها، واستندت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في تحليل النشرة الإخبارية الرئيسية في التلفزيون الهولندي، بالإضافة إلى تحليل المقالات التي تناولت الأزمة الاقتصادية في صحيفتين من صحف هولندا لمدة ثلاثة أسابيع باستخدام الأسلوب الصناعي، كما تمثلت عينة الدراسة الميدانية في عينة من الجمهور الهولندي تم اختيارها عشوائيًا بواقع (٢٤٠٠) مفردة من ١٧ عامًا فما فوق، وتوصلت النتائج إلى أن كمية المعلومات التي يتم توجيهها للجمهور تتحكم في إدراكه وتوقعاته حول الأزمة، وذلك وفقًا لاتجاه التغطية، فكلما كان التركيز على تقديم أخبار سلبية حول الأزمة كلما كانت توقعات الجمهور سلبية، والعكس.

ثانيًا: الدراسات التي تناولت المرأة المصرية

اهتمت دراسة (الحفناوي، ٢٠٢٣) باعتماد المرأة المصرية على الصحف الإلكترونية في الحصول على معلومات حول تزايد معدلات الطلاق في مصر، استهدفت الدراسة رصد مدى المرأة على الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول ظاهر تزايد الطلاق في مصر، والتعرف دوافع اعتماد المرأة على الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول ظاهر تزايد الطلاق في مصر، ورصد درجة اعتماد المرأة على الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول ظاهر تزايد الطلاق في مصر، ورصد التأثيرات الناتجة عن تعرضهم للمعلومات بشأن تزايد الطلاق، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، واعتمدت الباحثة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لبناء فروض الدراسة، وطبقت الدراسة على عينة عمدية متاحة قوامها ٤٠٠ مفردة من المرأة من مستخدمي الصحف الإلكترونية محل الدراسة من محافظات القاهرة والجيزة؛ وذلك للإجابة عن عدد من التساؤلات البحثية وفروض الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أبرزها فقد جاءت نسبة ٧٣,٨٪، من عينة الدراسة (المرأة المصرية) يعتمدون على الصحف الإلكترونية في الحصول على معلومات حول تزايد معدلات الطلاق في مصر بدرجة كبيرة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى مجيء «ضعف الإمكانات المادية» في الترتيب الأول، قد جاءت «ضعف الإمكانات المادية» في الصدارة بنسبة ٦٦,٧٥٪.

رصدت دراسة (كمال، ٢٠٢٣) أهمية الخطاب الإعلامي للصحف الإلكترونية حول قضايا المرأة المصرية ومجالات تمكينها: دراسة تحليلية، وأهتمت برصد وتحليل الخطاب الصحفي للصحف الإلكترونية حول قضايا المرأة المصرية ومجالات تمكينها ومسارات البرهنة التي عالج الخطاب من خلالها تلك القضايا ومجالات تمكينها، وكذلك القوى الفاعلة والأطر المرجعية والإعلامية التي تناولها الخطاب، وتم الاعتماد على نظريتي تحليل الخطاب وتحليل الإطار الإعلامي كإطار نظري للدراسة، وتم تحليل كافة الأشكال الإخبارية المنشورة في عينة الدراسة وهي: (بوابة الأهرام ممثلًا للصحف القومية، وموقع صحيفة الوفد

ممثلاً للصحف الحزبية، وموقع صحيفة اليوم السابع ممثلاً للصحف الخاصة) في الفترة من ١ فبراير ٢٠٢٢ وحتى ١٥ مايو ٢٠٢٢، وبلغت عدد المواد الإخبارية الخاضعة للتحليل (١٣٧٩) قالب إخباري، وكشفت النتائج عن تصدر موقع اليوم السابع كأعلى الصحف الإلكترونية الثلاثة في تغطية قضايا المرأة بواقع ٨٣٥ مادة خبرية، تلاها بوابة الأهرام بواقع ٤٥٦ مادة خبرية، وفي المرتبة الأخيرة بوابة الوفد بواقع ٨٨ مادة خبرية فقط، كما جاء الخبر في مقدمة الفنون الصحفية المستخدمة في معالجة قضايا المرأة بالصحف الإلكترونية، يليه التحقيق، وأخيراً المقال، وبرزت ٨ قضايا ومجالات تمكين للمرأة عالجتها الصحف الإلكترونية.

وأكدت دراسة (Ramnarine (2017 على قضايا المرأة والتنمية الاقتصادية تتكون هذه الرسالة من ثلاث قضايا تحت موضوع متكرر لقضايا المرأة وصحة الطفل والتنمية الاقتصادية في الفصل الأول، ندرس تأثير زواج الأطفال على النتائج الصحية للنسل في بنغلاديش. أستخدم تبايناً خارجياً في صدمات الجفاف والفيضانات كأداة لزواج الأطفال وقياس النتائج الصحية للأطفال عن طريق التقزم، من مؤشر الارتفاع مقابل العمر أطور نموذجاً نظرياً لإثبات أن قرار الزواج المبكر من إحدى الفتيات هو نتيجة لنوع صدمة الصدمات التي يتعرض لها المنزل من التقدير التجريبي، أجد أن الأطفال من نقابات زواج الأطفال هم أكثر عرضة للتقزم. كما أجد أن تأثير زواج الأطفال يتركز من خلال الزيادات في التقزم الشديد.

واهتمت دراسة (جعفر، ٢٠١٧) "بتفسير أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا" استهدفت هذه الدراسة التعرف على الأطر التي قدم من خلالها الإعلام الجديد المدونات وصفحات الفيس بوك قضايا المرأة وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا من خلال رصد نوع الأطر المهيمنة في تقديم قضايا المرأة، وهي من الدراسات الوصفية التي استخدم منهج المسح الإعلامي واستخدمت أسلوب المقارنة المنهجية وتحليل المضمون واستمارة الاستبيان الإلكترونية على عينة قوامها "٤٧٧" مفردة من متابعي الإعلام الجديد ومن أهم ما توصلت إليه من نتائج ما يلي: أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن العنف هو أهم القضايا التي قامت بتغطيتها عينة الدراسة وتفوقت فيها المدونات بنسبة ٥١,٩٪، وأوضحت الدراسة التحليلية أيضاً أن إطار الضحية هو أهم الأطر الخبرية التي وظفتها عينة الدراسة في معالجتها لقضايا المرأة، حيث تم استخدامه في المدونات بنسبة ٣٦,٩٪، وفي صفحات الفيس بوك بنسبة ١١,٥٪.

ورصدت دراسة (مصطفى، ٢٠١٧) "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو التمكين السياسي للمرأة" استهدفت هذه الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو التمكين السياسي للمرأة وهي من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح واستخدمت الاستبيان لعينة قوامها ٣٧٠ مفردة من طلبة خمس جامعات بواقع ثلاثة حكومية جامعة القاهرة - عين شمس - الأزهر) واثنين خاصة (الأهرام الكندية، اخبار اليوم) ومن أهم ما توصلت إليه من نتائج: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة من حيث احتمالية القيام بسلوك تصحيحي داعم لقضية التمكين السياسي للمرأة عبر الإنترنت أو في الواقع الفعلي لصالح الإناث في الحالتين. كما أظهرت النتائج الكيفية رفض الذكور لتولي المرأة المناصب السياسية والقيادية العليتها إضافة إلى اقتناعهم بعدم أهمية المرأة للعمل السياسي رغم إيمانهم بأهمية

حصول المرأة على حقوقها السياسية، ولكن شريطة عدم تولي تلك المناصب مما يعطي مؤشرا سلبياً على استمرار قوة أفكار ومبادئ المتجمع الذكوري على مستوى الفئات العمرية الأصغر والأكثر تعليماً. واستهدفت دراسة (إبراهيم، ٢٠١٦) المعالجة الإعلامية لحقوق المرأة المصرية وعلاقتها باتجاهات الجماهير نحوها ركزت هذه الدراسة التعرف على المعالجة الإعلامية لحقوق المرأة المصرية وعلاقتها باتجاهات الجماهير نحوها، وهي من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح واستخدمت تحليل المضمون ٥٧ فقرة من الفقرات التي تناولت حقوق المرأة محل الدراسة، كما استخدمت أداة الاستبيان لـ ٥١٨ مفردة ومن أهم ما توصلت إليه من نتائج وشغلت مجموعة القضايا المتعلقة بالحقوق للمرأة بنسبة ٤٢٪ من إجمالي قضايا المرأة، جاءت قضيتي الطلاق، والخيانة الزوجية في أولوية هذه القضايا بنسبة ٧٪ لكل منهما يلي ذلك في الترتيب بنسبة ٣٥٪ العديد من القضايا المرتبطة بالحقوق الزوجية للمرأة ومنها الحق في اتيار الزوج على أساس سليم.

التعقيب على الدراسات السابقة:

- **عينة الدراسة:** اعتمدت الدراسات السابقة على عينات ميدانية وتحليلية كالتالي: مثل دراسة (كمال، ٢٠٢٣) ودراسة (Boomgaarden, van, vlienghart & devreese, 2011) ودراسة (عادل، ٢٠١٦).

نوع الدراسة والمنهج: اعتمدت بعض الدراسات على منهج المسح ؛ بهدف وصف الظاهرة موضوع الدراسة والعوامل المؤثرة فيها، وبعضها اعتمد على منهج دراسة الحالة إلى جانب منهج المسح وذلك تبعاً لطبيعة الدراسة، بينما اعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح مثل دراسة (إبراهيم، ٢٠١٦)، والبعض تجريبية مثل دراسة (Ramnarine, 2017)

- اعتمدت معظم الدراسات الميدانية على عينات متباينة حسب نوع الدراسة، فاعتمدت معظم الدراسات على عينات بشرية تختلف من حيث الحجم وطريقة سحب العينة وذلك حسب متغيرات الدراسة.

- **الأطر المنهجية وأدوات جمع البيانات:** اعتمدت معظم الدراسات على تحليل المحتوى الكمي والكيفي (عبد الشافي، و محمد، ٢٠١٢) واستخدمت بعض الدراسات على تحليل المضمون (Damstra & Vlienghart, 2016) ، وبعض الدراسات استخدمت المقابلة المتعمقة مثل الدراسات (محمود، ٢٠١٥).

الأطر النظرية: استخدمت بعض الدراسات نظرية التماس المعلومات مثل دراسة (Scacco & muddiman, 2020)، ونظرية الأطر مثل (عبد الشافي، و محمد، ٢٠١٢)، ونظرية الاعتماد مثل (زين، ٢٠٢٢).

- قلة الدراسات التي تناولت استخدام المرأة المصرية للتطبيقات الإخبارية في الحصول على المعلومات الاقتصادية .

- وبمراجعة نتائج الدراسات السابقة لاحظ الباحث أنها لم تهتم بدور تطبيقات الهاتف الإخبارية في زيادة وعي المرأة المصرية بالمشكلات الاقتصادية، وهذا ما تناولته الدراسة الحالية.

الإطار النظري:

يعتمد البحث في إطاره النظري وبناء فروضه على مدخل: التماس المعلومات

- نموذج التماس المعلومات:

يفترض نموذج التماس المعلومات وجود حوافز ومنبهات ومواقف تدفع الإنسان للسعي لطلب المعلومات من مصادرها المختلفة لمواجهة مشكلة ما، أو بمقارنتها بما لديه من معارف وخبرات سابقة بهدف اكتساب القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة. وقد يلجأ الفرد إلى استراتيجية البحث المجازف، التي تعتمد على مصدر معين أو عدة مصادر أساسية لجمع كل ما يمكنه من معلومات، ثم يتم تصنيفها وتحليلها وربطها بالخبرة السابقة للشخص. (مكاوي وحسين، ٢٠١٦)

- وترتبط دراسة التماس المعلومات واستخدامها على نطاق واسع بنظرية صناعة المعنى Making Sense Theory التي بلورها ديرفن (Dervin)، حيث يشير لصناعة المعنى باعتبارها سلوكاً اتصالياً على المستوى المعرفي والسلوكي للفرد، في بناء خبراته عن الأحداث عبر الزمان والمكان، وهي نظرية معنية بكيفية بناء المعلومات ومعالجتها واستخدامها ونشرها بين الأفراد، مثلها في ذلك مثل نموذج التماس المعرفة الذي يجعل البحث بديهيًا في حياة الفرد اليومية، على المستوى الشخصي والاجتماعي، لتساعده على اتخاذ القرارات في المواقف المتباينة، وغالبًا ما يرتبط التماس المعرفة عن المعلومات الاقتصادية بظواهر محددة، حيث تزداد رغبة الفرد في استعادة السيطرة على إحساسه بنقص المعلومات الذي قد يواجهه في حالة عدم اليقين من المعلومات، بالتالي فالحاجة ملحة للتواصل الهائل والفوري لتلبية الاحتياجات المعرفية لدى الجمهور، وتبادل المعلومات، لفهم وتفسير الأزمة على نحو ما، وتسعى الدراسات إلى فهم التعقيدات الكامنة وراء سلوك البحث عن المعلومات الاقتصادية، فحاول بعضها دراستها من منظور المشاركة أو تجنب البحث عن المعلومات الاقتصادية، أو مدى قدرة المرء على فهم تلك المعلومات (jyoti,kaur,lin&thing, 2018).

العوامل المؤثرة على التماس المعلومات:

تساعد معرفة خصائص الباحثين عن المعلومات عبر الإنترنت في فهم احتياجاتهم والعوامل التي تؤثر على بحثهم واستخدامهم للمعلومات :

١ - تأثير السياق : تميل الدراسات إلى التركيز على المعلومات التي يحتاجها المستخدم خلال الموقف القائم، واختياره لقنوات المعلومات وبعض العوامل المؤثرة في البحث عن سلوك التماس المعلومات، مع دراسة القدرات المعرفية للناس والاختلافات الفردية في سلوك البحث، وهناك اتجاه لدراسة أثر العوامل الظرفية (السياق) على البحث عن المعلومات (li,theng&foo, 2015) بحيث:

(أ) يراعى الموقف القائم كخلفية البحث، بحيث يتم إجراء البحث للعثور على كيفية بحث المستخدمين للحصول على معلومات في هذه الحالة.

(ب) اعتبار الوضع كمتغير بالبحث: أي يتم دراسة أثر السياق العام للأزمة (كمتغير مستقل) على التماس المستخدم للمعلومات عنها (Xia,2017).

فعلى سبيل المثال قام "والنجرين وزملاؤه Wallengren,segesten&friberg,2010 بدراسة الاحتياجات المعلوماتية لأقارب مرضى السكتة الدماغية، ود رسوا خصائص عملية التماس المعلومات

لديهم بعد وقت قصير من السكتة الدماغية وبعد ستة أشهر من حيث العوامل الظرفية، ومصادر المعلومات؛ وقد وجدوا أن الاحتياجات المعلوماتية للأقارب مع التطورات في صحتهم وكذلك حالة المرضى تتغير، فكلما كانت حالتهم الصحية أكثر استقراراً، قلت حاجتهم للمعلومات.

كما درس (kumari, 2014) اختيارات مصادر المعلومات في الوضع العادي تارة وفي الطوارئ تارة أخرى، فتبين أنه بالمقارنة مع الحالات الأقل إلحاحاً، فإن الأخبار التلفزيونية والإذاعية، والأطباء، والمؤسسات الصحية هي مصادر المعلومات الأكثر أهمية من الإنترنت في حسم الوضع.

٢ - تكلفة الخدمة: التماس المعلومات الاقتصادية عبر الإنترنت يتأثر بارتفاع تكلفة الخدمة، حيث كشفت دراسات أجريت في غانا وفي نيجيريا، أن طلاب الجامعة أشاروا إلى أن تكلفة الوصول إلى الإنترنت وعدم انتظام إمدادات الطاقة بمثابة عائق رئيس أمام الوصول إلى المعلومات؛ أي أن الأكثر دخلاً أقدر على الحصول على أجهزة متصلة بالإنترنت مثل الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة.

٣- النوع: فالإناث أكثر عرضة للبحث عبر الإنترنت عن المعلومات الاقتصادية من الذكور، إذ أن الذكور غالباً ما يستخدمون الإنترنت لأغراض التسلية، أما الإناث فينتابهن القلق بشأن التحديات الاقتصادية.

٤- التعليم: كما قد يكون الأشخاص المتعلمون أكثر وعياً بمصادر المعلومات بخلاف المتخصصين في المجال الاقتصادي، كما أنهم قادرين على تفسير وفهم المعلومات التي يقرؤونها من الإنترنت (Xia, 2017).

٥ - الثقافة السائدة: حيث وجدت بعض الأبحاث أن طبيعة الثقافة القائمة على البناء الهرمي في المجتمع (النزعة الفردية الليبرالية كما في الولايات المتحدة الأمريكية) جعلت الناس أقل سعياً للتماس معلومات المخاطر (مثل التغيير المناخي)، بينما تدفع الثقافة القائمة على المساواة الاجتماعية (كما في الصين) إلى سعي أكبر للبحث عن معلومات المخاطر (Yang, kahlor & li, 2014)

العوامل المؤثرة على إدراك المخاطر لدى الجمهور:

١- الثقة في مصادر المعلومات: تشير الأبحاث السابقة إلى أن الثقة تؤدي دوراً مهماً في تشكيل تصورات الناس وسلوكياتهم واستجاباتهم بشأن المخاطر، فكلما كان تصور المخاطر متضخماً، زاد البحث عن المعلومات المرتبطة بتلك المخاطر من مصدر معروف خبير أو شخصية شهيرة، مما يدفعهم لمعالجة تلك المعلومات بطريقة مستنيرة وأكثر وعياً، وبالتالي تنخفض تصورات المخاطر كما يشير بطريقة مستنيرة وأكثر وعياً، وبالتالي تنخفض تصورات المخاطر كما يشير (نموذج السعي لمعلومات المخاطر ومعالجتها) RISP لجريفيين وآخرين (Griffin)، والذي يعتبر كلا من الثقة والتأثير مؤشرات غير مباشرة للبحث عن معلومات المخاطر؛ أي أن الثقة في مصدر المعلومات تؤثر على تصورات المخاطر، ليس لأنها تحرف التحليل الداخلي للأفراد حول تكلفة الأزمة وعوائدها؛ بل لأنها تقودهم إلى تقييم أقل للمخاطر المحتملة.

٢- ردود الفعل العاطفية تجاه الخطر: فغالباً ما تؤدي إلى تصورات معينة سلباً أو إيجاباً على التقييمات المعرفية للمخاطر وبالتالي السلوكيات. فعلى سبيل المثال، فإن الأفراد ممن يتأثرون إيجابياً فيصبحون أكثر حرصاً أو أكثر فاعلية في الأزمة، يميلون إلى إجراء تقييم أكثر تفاؤلاً للوضع، مما قد يحفزهم على التماس معلومات مخاطر معينة، بل وتحمل مخاطر أكبر واللجوء لاستراتيجيات بديلة، في حين

أن من يعانون تأثيرًا عاطفيًا سلبيًا في الأزمات، عادة ما تكون الخيارات أو الأحكام لديهم أكثر تشاؤمًا بطبيعتها، مما يؤدي إلى تجنبهم للمعلومات حول المخاطر قدر الإمكان (kumari, 2014)

٣- طبيعة الخطر القائم : حيث أشار علماء النفس الاجتماعي إلى أنه يمكن تقسيم الخطر إلى:

أ- مستوى منخفض من الخطورة: الخطر الطوعي أو الناتج عن اختيار (مثل الدخول في حرب ما) - كونه تحت السيطرة- آثاره واضحة- يتضمن مصادر موثوق بها- أن يكون مألوفًا- تأثيره على البالغين بالدرجة الأولى.

ب- مستوى عال من الخطورة: خطر فُرض على المجتمع وليس باختياره- خارج سيطرة الجماعة- آثاره غير ملموسة أو مؤجلة- من صنع الإنسان- يتضمن مصادر غير موثوق بها- خطر غير مألوف أو غريب- تأثيره على الصغار بالدرجة الأولى.

ويشير ويلسون إلى جوانب إدراك المخاطر: (Wilson, zwickle, walpole, 2019)

أ - الحدث Hazard : الكيان الذي يشكل احتمالية معينة لوقوع عواقب سلبية (المخاطر الطبيعية الزلازل والتسونامي والرياح البرية والطقس السيء - الأوبئة - الإرهاب).

ب - التعرض Exposure : عدد الأشخاص/ الأشياء المتأثرة بالمخاطر / المعدل الأساسي للمخاطر العشوائية.

ج - المخاطرة Risk : حدوث نتيجة سلبية نتيجة التعرض لخطر ما نتيجة للتعرض لحدث ما .

د - نسبة احتمال وقوع الحدث Possibility .

هـ - الدرجة النسبية للمخاطر نتيجة التعرض الشخصي لها Vulnerability .

و - النتائج السلبية لشيء ذي قيمة بالنظر إلى التعرض لخطر ما .Consequences.

ز - شدة العواقب الناجمة عن الخطر Severity.

تطبيق نظرية التماس المعلومات. في البحث الحالي:

يستفيد الباحث من هذه النظرية في الكشف عن علاقة التماس المرآة المصرية للمعلومات عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية بالوعي بالمشكلات الاقتصادية ، وتأثيرات استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية في الحصول على المعلومات التي توفرها تلك التطبيقات لزيادة وعي المبحوثات، و دوافعهم من استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ، والمساعدة في تنمية وعيهم بمخاطر المشكلات الاقتصادية والسلوكيات الواجب اتباعها لمواجهة تلك التحديات وفقاً لتقييم المبحوثات . وقد تم تطبيق مبادئ نظرية التماس المعلومات في البحث الحالي وفقاً للآتي:

١- الدوافع

أ- دوافع نفسية:

- التعرف على أحدث الأخبار الاقتصادية من خلال التطبيقات.

- مناقشة مميزات التطبيقات الإخبارية مع زملائى الآخرين.

- سرعة متابعة الأخبار الاقتصادية لحظة بلحظة.

- الحصول على معلومات عن التحديات الاقتصادية .

ب. دوافع طقوسية:

- توفير الوقت والجهد.
- تساعدي في متابعة المعلومات الاقتصادية بشكل سريع.
- التخلص من الملل .
- لتوافرها في كل وقت بسهولة.

٢- مراحل التماس المعلومات حول المشكلات الاقتصادية:

- القلق دفعني للبحث عن المعلومات الاقتصادية.
- حصلت على المعلومات من مصادرها الرسمية.
- تأكدت من مصداقية المعلومات.
- اقتنعت ببعض المعلومات الاقتصادية.
- تناقشت مع بعض الاصدقاء حول المشكلات الاقتصادية.
- حاولت الاستماع لوجهات نظر مختلفة حول بعض المشكلات الاقتصادية.
- نشرت بعض المعلومات على صفحتي في مواقع التواصل الاجتماعي.

٣- وعى المبحوثات بالمشكلات الاقتصادية:

أ- الانتباه وفهم المعلومات الاقتصادية:

- انتبه ان عدم توفر بعد السلع يؤدي إلى ارتفاع سعر المعروض.
- افهم ان مشكلات الاقتصاد المصري متراكمة ومتشابكة.
- اعتقد ان مصر تقدر على الصمود أما تغيرات الاقتصاد العالى.
- تطبيقات الهاتف الإخبارية تساعدي في فهم أبعاد المشكلات الاقتصادية

ب- تذكر المشكلات الاقتصادية:

- ا تذكر دائماً الإصلاح الاقتصادى يستغرق وقتاً طويلاً.
- أزمة فيروس كورونا أدت لضغوط اقتصادية .
- ا تذكر دائما ارتفاع الصادرات المصرية يساعد بشكل كبير على الخروج من الأزمة الاقتصادية.
- ا تذكر ان متابعتي ل اخبار ارتفاع عوائد السياحة عبر تطبيقات الهاتف الإخبارية يعتبر من بعض حلول الازمة الاقتصادية.

ج- إدراك المشكلات الاقتصادية :

- إدرك أن ارتفاع الديون الداخلية والخارجية يمثل قلق لديكي.
- أشعر أن اخبار الحرب الروسية التى اتابعها عبر تطبيقات الهاتف الإخبارية أثرت على الاقتصاد المصرى.

- اعتقد أن ارتفاع الأسعار بسبب زيادة الاعتماد علي الاستيراد بالدولار .
- انخفاض قيمة الجينة أمام الدولار يشكل ضغط على الاوضاع الاقتصادية.

٤- النوايا السلوكية تجاه المشكلات الاقتصادية:

- أعيد ترتيب أولوياتي أثناء شراء بعض المنتجات.
- أشعر بالقلق من التغيرات الاقتصادية.

- أسعى للمساعدة فى زيادة دخل الأسرة.
- أقوم بشراء المنتجات الأساسية فقط.
- أقوم بمتابعة الأخبار الاقتصادية بصفة يومية.
- سأقوم بمشاركة بعض المنشورات بغرض التحذير من بعض التجار.
- لن أقوم بشراء المنتجات المبالغ فى سعرها.
- أعتد بشكل أكبر فى الشراء المنتجات المحلية الصنع بدلا من المستوردة.
- أسعى إلى ادخار بعض الأموال.
- سأشتري احتياجاتى بزيادة لتكفينى لمدة كبيرة.

٥-العوامل المؤثرة فى التماس المعلومات حول المشكلات الاقتصادية:

- أستطيع استخدام التطبيقات بكل سهولة للحصول على المعلومات.
- تحميل التطبيقات بشكل سهل وسريع .
- ابحث عن المعلومات الاقتصادية لتكوين رأى .
- ابحث عن المعلومات الاقتصادية لتنوع مصادر المعلومات.
- تسهم التعرف على معلومات جديدة.
- استخدام التطبيقات حسب احتياجاتى من المعلومات.
- تساهم المعلومات فى اشغال وقتى.

التعريفات الإجرائية:

١- التماس المعلومات وتعرف بأنها: «سعى المبحوثات للحصول على المعلومات حول المشكلات الاقتصادية».

٢- المشكلات الاقتصادية وتعرف بأنها: «مشكلات أو صعوبات نتيجة ضغوط محلية أو دولية وتشكل مخاطر على مستقبل واستقرار الدولة» .

الوعي ويعرف بأنه: القدرة على الوعي بالمشكلات المختلفة وفهم القضايا الاقتصادية وكذلك الأمام العام بالحالات والظروف الاقتصادية على المستوى المحلي والدولي، بما يمكن من المشاركة بإيجابية وفاعلية في تنفيذ الخطط .

نوع ومنهج البحث:

تنتهى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التى عملت على رصد التماس المرأة المصرية للمعلومات عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وعلاقتها بالوعي بالمشكلات الاقتصادية، واعتمدت على منهج المسح بالعينة.

فروض البحث:

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا بين مستوى التماس المرأة المصرية للمعلومات الاقتصادية

عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى الوعي لديها .

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين دوافع استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى وعي المبحوثات بالمشكلات الاقتصادية .

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين درجة الاهتمام بمتابعة المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية والنوايا السلوكية تجاهها .

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين مستوى التماس المرأة المصرية للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى الثقة لديها .

الفرض الخامس:

توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين درجة الاهتمام بمتابعة المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى الوعي بها .

الفرض السادس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات فى مستوى التماس المعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (الحالة الاجتماعية-المستوى الاقتصادى الاجتماعى ، السن ، نوع التعليم) .

الفرض السابع:

توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين درجة الاهتمام بمتابعة المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية والعوامل المؤثرة فى التماسهم لها .

مجتمع وعينة البحث:

١. مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع الدراسة المرأة المصرية من ١٨-٤٠ عاماً .

ب. عينة البحث:

تمثلت في عينة عمدية من المبحوثات مستخدمي تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية فى متابعة المشكلات الاقتصادية من (١٨-٤٠) عاماً، والتي يبلغ عددها (٤٠٠) من المبحوثات عينة الدراسة .

- خصائص عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية

جدول (١): خصائص العينة وفقاً لمتغيرات الدراسة (ن=٤٠٠)

الاستجابة		الفئات	المتغيرات
ك	%		
١٨٤	٤٦	متزوجة	الحالة الاجتماعية
٢١٦	54	غير متزوجة	
292	٧٣	حكوى	نوع التعليم
١٠٨	٢٧	خاص	
276	٦٩	من ٢١ الى ٣٠ سنة	العمر
٨٤	٢١	من ٣١ الى ٤٠ سنة	
٤٠	١٠	أكثر من ٤٠ سنة	
132	٣٣	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
١٩٦	٤٩	متوسط	
٧٢	١٨	مرتفع	

مبررات اختيار عينة الدراسة:

- أ- اعتمدت الدراسة على عينة عمدية من المبحوثات (متزوجة - غير متزوجة) ، لتحقيق التباين فى العينة ، والاختلاف فى المستوى الاقتصادى والاجتماعى والمستوى التعليمى .
- ب- اقتصت الدراسة على مرحلة عمرية محددة وذلك بناء على نتائج الدراسة الاستطلاعية ، والتي أكدت على اهتمام تلك الفئة بمتابعة المشكلات الاقتصادية .
- ت- اعتمدت الدراسة على المبحوثات مستخدمى تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ، لأنها تطبيقات تستخدمها المرأة المصرية وفقاً للدراسة الاستطلاعية .
- ث- ركزت الدراسة على المرأة المصرية ، باعتبارهم فئة وشريحة تمثل قطاعاً فاعلاً فى المجتمع .
- ج- روعي التنوع الجغرافى والتمثيل الدقيق لشقى التعليم المصرى (الحكوى والخاص) فى اختيار العينة للوصول إلى نتائج أكثر تعبيراً عن مجتمع الدراسة .

أدوات البحث:

استمارة استبيان للمبحوثات عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان باعتبارها إحدى أدوات جمع البيانات فى إطار منهج المسح لجمع بيانات الدراسة ، وتم تطبيق الاستبيان على عينة عمدية مكونة من (٤٠٠) وجاءت محاور الاستبيان كالتالى :

المحور الأول: التماس المعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية .
المحور الثانى : دوافع المبحوثات لاستخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية فى التعرف على الإخبارية الإقتصادية .

المحور الثالث المشكلات الاقتصادية التي تتابعها المبحوثات عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية.
 المحور الرابع: مراحل التماس المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية.
 المحور الخامس: وعى المبحوثات بالمشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية.

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

قام الباحث بإعداد استبيان هدفه التعرف على مدى التماس المرأة المصرية للمعلومات عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وعلاقتها بالوعي بالمشكلات الاقتصادية ، وقد تتضمن الاستبيان (١٤) سؤال ، **وتحسب الدرجة على كل عبارة بناءً على مقياس ليكرت الثلاثي كما في الجدول الآتي:**

جدول (٢) يوضح مقياس ليكرت لتصحيح المقياس

الدرجات على مقياس ليكرت	عدد الأرقام التي تأخذها كل درجة	الأرقام المعبرة عن الدرجات
موافق	٣	من ٢,٣٤ الي ٣
محايد	٢	من ١,٦٧ الي ٢,٣٣
معارض	١	من ١ الي ١,٦٦

ويتضح من الجدول السابق:

عند إجابة المبحوث على عبارة موافق يأخذ رقم (٣) من (٣) على إجابته وعند إجابته على محايد يأخذ رقم (٢) من (٣) وعند إجابته على معارض يأخذ رقم (١) من (٣) وبذلك يمكننا معرفة مدى التماس المرأة المصرية للمعلومات عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وعلاقتها بالوعي بالمشكلات الاقتصادية لكل المبحوثات بالعبارات داخل اسئلة الاستبيان.

الصدق والثبات:

ولتوفير صدق البيانات عُرضت الاستمارة على مجموعة من المحكمين(*)، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة بعض الأسئلة وإضافة البعض وحذف البعض الآخر، وبهذا تحقق الصدق الظاهري للبيانات. كما أُجري اختبار فعلي لاستمارة الاستقصاء من خلال تطبيقها على عينة نسبتها ١٠٪ (أي ما يعادل ٤٠ مفردة من المبحوثات)؛ للتأكد من وضوح الأسئلة وسهولة فهمها، وإعادة صياغة الاستمارة على ضوء ذلك في صورتها النهائية وفقاً للملاحظات التي أوردتها المبحوثون، ولقياس ثبات الصحيفة أُعيد تطبيق الاستمارة على العينة نفسها من المبحوثين وذلك بعد مضي أسبوعين تقريباً من تطبيق الاستمارة وتم حساب نسبة الثبات بين التطبيقين، وقد بلغت نسبة الثبات ٠,٩٤، وهي نسبة عالية تدل على قابلية استمارة الاستقصاء للتطبيق.

صدق الاستبيان: يقصد بالصدق ان يقيس الاستبيان ما وضع لقياسه، وقد اجري اختبار الصدق للتأكد من صدق الاستبيان من حيث صدق المحتوى Continent Validity، وتم التحقق من الصدق الظاهري للاستبيان من خلال عرضه على مجموعة من المحكمين في المجالات التي ترتبط بموضوع الدراسة، وتم تعديله وفقاً لما ابدوه من ملاحظات.

صدق الاتساق الداخلي (صدق البناء) (Constructive Validity): بعد إجراء التعديلات التي اقترحها المحكمون على الصورة المبدئية وللتأكد من صدق البناء التكويني للاستبانة طبقت على نتائج الاستبانة ومن ثم استخراج معامل ارتباط بيرسون عن كل عبارة من عبارات الاستبانة والمحور الذي تنتمي إليه ، باستخدام البرنامج الإحصائي «SPSS» برنامج «الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية» Statistical Package for the Social Science وذلك لإظهار مدى اتساق العبارات مع المحور الواردة فيه .

جدول (٣) معاملات ارتباط عبارات الاستبانة بالمحور الذي تدرج تحته

مراحل التماس المعلومات		أهم المشكلات الاقتصادية		الدوافع		درجة الاعتماد	
معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة
**،٧٤٢	١	**،٧٠٩	١	**،٧٣٩	١	**،٤٤٦	١
**،٧٠٢	٢	**،٦٠٣	٢	**،٦٣٤	٢	**،٧٤٩	٢
**،٧٥٦	٣	**،٧٧٤	٣	**،٧٤٩	٣	**،٦٨٢	٣
**،٦٩٩	٤	**،٨٣٠	٤	**،٧٠٠	٤	**،٦٧٨	٤
**،٦٥٤	٥	**،٧٦٣	٥	**،٦٤٢	٥	**،٥٦٠	٥
**،٦٦١	٦	**،٧٢٦	٦	**،٧٩٩	٦	**،٤٣٨	٦
**،٤٤٢	٧	**،٧١٣	٧	**،٥٧٣	٧		
		**،٧٥١	٨	**،٦٣٥	٨		
		**،٧٢٩	٩				
النوايا السلوكية				وعى المبحوثات بالمشكلات الاقتصادية			
معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة
**،٥٧٧	٧	**،٥٨٦	١	**،٧٢٧	٧	**،٥٥٦	١
**،٦٧٧	٨	**،٥٧٨	٢	**،٧٢٠	٨	**،٦١٥	٢
**،٤٦٩	٩	**،٥٥٥	٣	**،٧١٤	٩	**،٦٧٩	٣
**،٥٧٠	١٠	**،٦٤٢	٤	**،٦٩٩	١٠	**،٦٩١	٤
		**،٦٦٥	٥	**،٧٣٤	١١	**،٦٨٨	٥
		**،٥٦٢	٦	**،٦٩٨	١٢	**،٦٩٤	٦
المقترحات		مشكلات الاستخدام		العوامل المؤثرة		البحث المجازف	
معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة
**،٦٨٧	١	**،٦٠٥	١	**،٦٤٠	١	**،٧٩٤	١
**،٦٧١	٢	**،٦٩٣	٢	**،٧٠٣	٢	**،٧٨٦	٢
**،٥٧٠	٣	**،٧١٠	٣	**،٧٤٨	٣	**،٥٦٠	٣
**،٧٠٨	٤	**،٧٥٥	٤	**،٧٦٣	٤		
**،٧٣٨	٥	**،٦٩٧	٥	**،٧٧٥	٥		
**،٥٩٤	٦	**،٦٩٩	٦	**،٥٨٧	٦		
**،٧٣٦	٧	**،٦٨٦	٧	**،٦٢٠	٧		

وكما هو واضح من النتائج المدرجة بالجدول رقم (٣) أن قيم معاملات الارتباط بين عبارات الاستبانة والمحور الذي تنتهي اليه ، تراوحت بين (٠,٤٣٨ - ٠,٨٣٠) وجميعها دالة احصائيا عند (٠,٠١) مما يشير الى مناسبة هذه العبارات للمحاور التي تنتهي اليها

ثبات الاستبيان: يقصد بثبات أداة الدراسة (الاستبيان) أن يعطى هذا الاستبيان نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة، وتحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبيان يعني الاستقرار في النتائج وعدم تغيرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، ولقياس مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبيان) استخدم الباحث طريقة معامل (ألفا كرونباخ)، للتأكد من ثبات أداة الدراسة على عينة استطلاعية مكونة من (٤٠) مفردة ، وقد تم استبعاد تلك العينة الاستطلاعية من العينة الكلية عند التطبيق، والجدول رقم (٤)، يوضح معاملات ثبات أداة الدراسة.

جدول (٤) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة ن = ٤٠

الثبات Cronbach's Alpha	المحاور
٠,٦٣٤	درجة الاعتماد
٠,٨٢٤	الدوافع
٠,٨٩٢	أهم المشكلات الاقتصادية
٠,٧٨٣	مراحل التماس المعلومات
٠,٨٩٢	وعى المبحوثات بالمشكلات الاقتصادية
٠,٧٨٥	النوايا السلوكية
٠,٥٠٣	مشكلات الاستخدام
٠,٨١٥	العوامل المؤثرة
٠,٨١٦	البحث المجازف
٠,٧٩٤	المقترحات
٠,٩٤٩	الاستبيان ككل

يتضح من بيانات الجدول (٤) أن معامل الثبات العام لمحاور الدراسة مرتفع حيث بلغ (٠,٩٤٩) لإجمالي محاور الاستبانة، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بمعامل ثبات مقبول، ويمكن الوثوق بثبات النتائج التي يمكن أن تسفر عنها الاستبانة عند تطبيقها ويمكن الاعتماد عليها.

أساليب المعالجة الإحصائية:

قام الباحث باستخدام البرنامج الإحصائي (spss) لاستخراج نتائج الدراسة حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

وتم اللجوء إلي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- (١) التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- (٢) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- (٣) اختبار Chi Square Test لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- (٤) الأهمية النسبية.
- (٥) اختبار T- Test وهو أسلوب إحصائي بارامترى لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة .
- (٦) تحليل التباين ذي البعد الواحد One Analysis of Variance المعروف اختصارا باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- (٨) معامل ارتباط Pearson " بيرسون " : لمعرفة صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة
- (٩) اختبار " Test Z " لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مؤيتين.

نتائج البحث:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى التماس المرأة المصرية للمعلومات عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وعلاقتها بالوعي بالمشكلات الاقتصادية ، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان لعينة الدراسة وقوامها (٤٠٠) مفردة وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة.

١- مدى التماس المبحوثات للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وفقاً للحالة الاجتماعية

جدول (٥) التماس المبحوثات للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وفقاً للحالة الاجتماعية

الإجمالي		غير متزوجة		متزوجة		الحالة الاجتماعية معدل الالتماس
ك	%	ك	%	ك	%	
١٧	٦٨	١٣	٢٨	٢١,٧	٤٠	دائماً
٥٥	٢٢٠	٥٥,٦	١٢٠	٥٤,٣	١٠٠	أحياناً
٢٨	١١٢	٣١,٥	٦٨	٢٣,٩	٤٤	نادراً
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢١٦	١٠٠	١٨٤	الإجمالي

قيمة كيا = ٦,٥٦١ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٠٣٨ الدلالة = دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة من يلتمس المعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية بلغت ١٠٠٪ من أفراد عينة الدراسة.

كما يتضح أن هناك ارتفاع في نسبة التماس المبحوثات (عينة الدراسة) للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية بصفة غير منتظمة (أحياناً) ، وذلك بنسبة بلغت (٥٥٪) ، بينما يلتمس (٢٨٪) من افراد العينة للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية بدرجة منخفضة (نادراً) ، وأن نسبة (٢٨٪) من عينة الدراسة يلتمسون للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية بصفة دائمة ومنتظمة.

وبحساب قيمه كا بلغت (٦,٥٦١) عند درجة حرية = (٢) ، وهي قيمة دالة احصائيا عند مستوي دلالة ٠,٠٥ وهو ما يؤكد علي وجود فروق ذات دلالة احصائية في معدل التماس المرأة المصرية للمعلومات الاقتصادية (عينة الدراسة) عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية لصالح الغير متزوجات للبدليل أحياناً.

٢- أكثر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية التي تستخدمها في متابعة المشكلات الاقتصادية

جدول (٦) أكثر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية التي تستخدمها في متابعة المشكلات الاقتصادية وفقاً للحالة الاجتماعية

الدلالة	قيمة z	الإجمالي		غير متزوجة		متزوجة		الحالة الاجتماعية التطبيقات
		٪	ك	٪	ك	٪	ك	
غير دالة	٠,٥٥٢	٥٨	٢٣٢	٥٩,٣	١٢٨	٥٦,٥	١٠٤	اليوم السابع
غير دالة	١,١٠٠	٣٢	١٢٨	٢٩,٦	٦٤	٣٤,٨	٦٤	جوجل نيوز
غير دالة	٠,٧٨٦	٢٨	١١٢	٢٩,٦	٦٤	٢٦,١	٤٨	المصري اليوم
دالة	٢,٧٠٥	٢٦	١٠٤	٣١,٥	٦٨	١٩,٦	٣٦	القاهرة ٢٤
غير دالة	٠,٦٤٩	٢١	٨٤	٢٢,٢	٤٨	١٩,٦	٣٦	الوطن
غير دالة	١,٧٧٨	١٩	٧٦	٢٢,٢	٤٨	١٥,٢	٢٨	مصرأوى
دالة	٢,٣٦٠	١٣	٥٢	١٦,٧	٣٦	٨,٧	١٦	نبض
غير دالة	٠,٤٧٣	٨	٣٢	٧,٤	١٦	٨,٦	١٦	أخبارك
دالة	٤,٦٥٨	٦	٢٤	١١,١	٢٧	٠,٠	٠	أسكاري نيوز
غير دالة	١,٤٥٧	٣	١٢	١,٩	٤	٤,٣	٨	زاجل
دالة	٣,٠٩٢	٢	٨	٠,٠	٠	٤,٣	٨	أوبرا نيوز
غير دالة	٠,٢٢٩	٢	٨	١,٩	٤	٢,٢	٤	بوابة صوت مصر الإخبارية
دالة	٢,٦٣٤	٢	٨	٣,٧	٨	٠,٠	٠	تابع
		٤٠٠		٢١٦		١٨٤		جملة من ستلوا

أوضحت النتائج أن من أكثر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية التي تستخدمها في متابعة المشكلات الاقتصادية وفقاً للحالة الاجتماعية تطبيق « اليوم السابع » بنسبة مئوية مقدارها (٥٨٪) موزعة بنسبة (٥٦,٥٪) للمتزوجات وبنسبة (٥٩,٣٪) لغير المتزوجات، يليها «جوجل نيوز» في المركز الثاني بنسبة مئوية مقدارها (٣٢٪) موزعة بنسبة (٣٤,٨٪) للمتزوجات وبنسبة (٢٩,٦٪) لغير المتزوجات، و «المصرى اليوم» في المركز الثالث بنسبة مئوية مقدارها (٢٨٪) موزعة بنسبة (٢٦,١٪) للمتزوجات وبنسبة (٢٩,٦٪) لغير المتزوجات، يليها «القاهرة ٢٤» في المركز الرابع بنسبة مئوية مقدارها (٢٦٪) موزعة بنسبة (١٩,٦٪) للمتزوجات وبنسبة (٣١,٥٪) لغير المتزوجات، ثم «الوطن» في المركز الخامس بنسبة مئوية مقدارها (٢١٪) موزعة بنسبة (١٩,٦٪) للمتزوجات وبنسبة (٢٢,٢٪) لغير المتزوجات، يليها «مصرأوى» في المركز السادس بنسبة مئوية مقدارها (١٩٪) موزعة بنسبة (١٥,٢٪) للمتزوجات وبنسبة (٢٢,٢٪) لغير المتزوجات، ثم «نبض» في المركز السابع بنسبة مئوية مقدارها (١٣٪) موزعة بنسبة (٨,٧٪) للمتزوجات وبنسبة (١٦,٧٪) لغير المتزوجات.

٣- درجة الاعتماد على مصادر مختلفة من تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية لالتماس المعلومات حول المشكلات الاقتصادية .

جدول (٧) درجة الاعتماد على مصادر مختلفة من تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية لالتماس المعلومات حول المشكلات الاقتصادية

م	العبارات	اجابات افراد العينة								
		معارض		محايد		موافق				
		ك	٪	ك	٪	ك	٪			
١	التطبيقات الإخبارية على الهاتف المحمول	٢٣٦	٥٩	١٠٤	٢٦	٦٠	١٥	٢٠٤٤	٨١,٣	١
٢	إعلانات عن التطبيق عبر المواقع الإلكترونية	١٩٦	٤٩	١٢٨	٣٢	٧٦	١٩	٢٠٣٠	٧٦,٧	٢
٣	عن طريق معرفتي لمميزات هذا التطبيق	١٨٤	٤٦	١١٦	٢٩	١٠٠	٢٥	٢٠٢١	٧٣,٧	٣
٤	وجود إعلانات عن هذا التطبيق في مواقع التواصل	١٧٢	٤٣	١٣٦	٣٤	٩٢	٢٣	٢٠٢٠	٧٣,٣	٤
٥	من خلال دعوة صديقي لاستخدام هذا التطبيق	١٦٤	٤١	١٠٠	٢٥	١٣٦	٣٤	٢٠٠٧	٦٩,٠	٥
٦	الإعلان عن هذا التطبيق من خلال تطبيق آخر	٩٦	٢٤	١٥٢	٣٨	١٥٢	٣٨	١,٨٦	٦٢,٠	٦

يتضح من بيانات الجدول ترتيب العبارات التي تعرض رأى عينة الدراسة تجاه درجة الاعتماد على مصادر مختلفة من تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية لالتماس المعلومات حول المشكلات الاقتصادية وحصلت (التطبيقات الإخبارية على الهاتف المحمول) على الترتيب الأول بوزن نسبي مقداره (٨١,٣٪)، يليها (إعلانات عن التطبيق عبر المواقع الإلكترونية) في الترتيب الثاني بوزن نسبي مقداره (٧٦,٧٪)، وجاءت (عن طريق معرفتي لمميزات هذا التطبيق) في الترتيب الثالث بوزن نسبي مقداره (٧٣,٧٪)، يليها (وجود إعلانات عن هذا التطبيق في مواقع التواصل) في الترتيب الرابع بوزن نسبي مقداره (٧٣,٣٪).

(%)، وحصلت (من خلال دعوة صديق لي لاستخدام هذا التطبيق) على الترتيب الخامس بوزن نسبي مقداره (٦٩ %)، والإعلان عن هذا التطبيق من خلال تطبيق آخر) فى الترتيب السادس بوزن نسبي مقداره (٦٢ %).

٤- دوافع استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الاخبارية فى التعرف على المشكلات الاقتصادية .

جدول (٨) دوافع استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الاخبارية فى التعرف على المشكلات الاقتصادية

الترتيب الاهمية النسبية	الوزن المئوي	المتوسط الحسابي	اجابات افراد العينة						الدوافع
			معارض		محايد		موافق		
			ك	%	ك	%	ك	%	
١	٩١٠	٢٠٧٣	٦	٢٤	١٥	٦٠	٧٩	٣١٦	التعرف على أحدث الأخبار الاقتصادية من خلال التطبيقات
٤	٨٦٧	٢٠٦٠	٨	٣٢	٢٤	٩٦	٦٨	٢٧٢	الحصول على معلومات عن التحديات الاقتصادية
٥	٨٣٠	٢٠٤٩	١٣	٥٢	٢٥	١٠٠	٦٢	٢٤٨	سرعة متابعة الأخبار الاقتصادية لحظة بلحظة
٧	٧٢٠	٢٠١٦	٢٨	١١٢	٢٨	١١٢	٤٤	١٧٦	مناقشة مميزات التطبيقات الاخبارية مع زملائى الآخرين
٢	٩٠٣	٢٠٧١	٣	١٢	٢٣	٩٢	٧٤	٢٩٦	لتوافرها فى كل وقت بسهولة
٣	٨٧٧	٢٠٦٣	٥	٢٠	٢٧	١٠٨	٦٨	٢٧٢	تساعدنى فى متابعة المعلومات الاقتصادية بشكل سريع
٤	٨٦٧	٢٠٦٠	٨	٣٢	٢٤	٩٦	٦٨	٢٧٢	توفير الوقت والجهد
٦	٧٣٠	٢٠١٩	٢٥	١٠٠	٣٦	١١٤	٤٤	١٧٦	التخلص من الملل

يتضح من بيانات الجدول ترتيب العبارات التي تعرض رأى عينة الدراسة تجاه دوافع استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الاخبارية فى التعرف على المشكلات الاقتصادية وحصلت (التعرف على أحدث الأخبار الاقتصادية من خلال التطبيقات) على الترتيب الأول بوزن نسبي مقداره (٩١ %) وهو ما يدل على أهمية تطبيقات الهاتف المحمول الاخبارية باعتبارها من الوسائل الحديثة التى تقدم معلومات شاملة وبتفاصيل متنوعة، مما يجعلها أداة قوية تعكس رد فعل المستخدمين حول الاوضاع الاقتصادية والاجتماعية، ويلبها (لتوافرها فى كل وقت بسهولة) فى الترتيب الثاني بوزن نسبي مقداره (٩٠٣ %)، وجاءت (تساعدنى فى متابعة المعلومات الاقتصادية بشكل سريع) فى الترتيب الثالث بوزن نسبي مقداره (٨٧٧ %)، يليها (الحصول على معلومات عن التحديات الاقتصادية) و (توفير الوقت والجهد) فى الترتيب الرابع بوزن نسبي مقداره (٨٦٧ %)، وحصلت (سرعة متابعة الأخبار الاقتصادية لحظة بلحظة) على الترتيب الخامس بوزن نسبي مقداره (٨٣ %)، و(التخلص من الملل) فى الترتيب السادس بوزن نسبي مقداره (٧٣ %).

٥- أهم المشكلات الاقتصادية التي تتابعها المبحوثات عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية .

جدول (٩) أهم المشكلات الاقتصادية التي تتابعها المبحوثات عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية

ترتيب الأهمية النسبية	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	اجابات افراد العينة						المشكلات الاقتصادية	م
			معارض		محايد		موافق			
			%	ك	%	ك	%	ك		
١	٩١٠	٢,٧٣	٥	٢٠	١٧	٦٨	٧٨	٣١٢	١	تغير أسعار السلع بشكل سريع
٢	٨٩٠,٣	٢,٦٨	٨	٣٢	١٦	٦٤	٧٦	٣٠٤	٢	انخفاض سعر الصرف مقارنة بالعملة الأخرى
٣	٨٧٠,٣	٢,٦٢	٧	٢٨	٢٤	٩٦	٦٩	٢٧٦	٣	تأثير التغيرات العالمية على الإقتصاد المصرى
٤	٨٣٠,٧	٢,٥١	١٠	٤٠	٢٩	١١٦	٦١	٢٤٤	٤	ندرة بعض السلع
٥	٨٣٠,٣	٢,٥٠	١١	٤٤	٢٨	١١٢	٦١	٢٤٤	٥	تغير سعر الفائدة من وقت لآخر
٦	٨٣٠	٢,٤٩	٩	٣٦	٣٣	١٣٢	٥٨	٢٣٢	٦	مشاكل الاستيراد بالعملة الأجنبية
٧	٨٢٠,٧	٢,٤٨	١٠	٤٠	٣٢	١٢٨	٥٨	٢٣٢	٧	انخفاض معدلات النمو الإقتصادى
٨	٨٢٠	٢,٤٦	١٠	٤٠	٣٤	١٣٦	٥٦	٢٢٤	٨	معدلات التضخم فى مصر
٩	٧٨٠,٣	٢,٣٥	١٧	٦٨	٣١	١٢٤	٥٢	٢٠٨	٩	القروض وكيفية سدادها

يتضح من بيانات الجدول ترتيب المشكلات الاقتصادية التي تتابعها عينة الدراسة عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وحصلت (تغير أسعار السلع بشكل سريع) على الترتيب الأول بوزن نسبي مقداره (٩١ ٪)، يليها (انخفاض سعر الصرف مقارنة بالعملة الأخرى) فى الترتيب الثانى بوزن نسبي مقداره (٨٩٠,٣ ٪)، وجاءت (تأثير التغيرات العالمية على الإقتصاد المصرى) فى الترتيب الثالث بوزن نسبي مقداره (٨٧٠,٣ ٪)، يليها (ندرة بعض السلع) فى الترتيب الرابع بوزن نسبي مقداره (٨٣٠,٧ ٪)، وحصلت (تغير سعر الفائدة من وقت لآخر) على الترتيب الخامس بوزن نسبي مقداره (٨٣٠,٣ ٪)، و(مشاكل الاستيراد بالعملة الأجنبية) فى الترتيب السادس بوزن نسبي مقداره (٨٣٠ ٪).

٦- مراحل التماس المعلومات حول المشكلات الاقتصادية باستخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية.

جدول (١٠) مراحل التماس المعلومات حول المشكلات الاقتصادية باستخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية .

م	مراحل التماس المعلومات	اجابات افراد العينة						المتوسط الحسابي	الوزن المئوي	ترتيب الالهمية النسبية
		معارض		محايد		موافق				
		%	ك	%	ك	%	ك			
١	حصلت على المعلومات من مصادرها الرسمية	٩	٣٦	٢٧	١٠٨	٦٤	٢٥٦	٨٥٠	١	
٢	حاولت الاستماع لوجهات نظر مختلفة حول بعض المشكلات الاقتصادية	١٢	٤٨	٣٠	١٢٠	٥٨	٢٣٢	٨٢٠	٢	
٣	اقتنعت ببعض المعلومات الاقتصادية	١٢	٤٨	٣١	١٢٤	٥٧	٢٢٨	٨١٧	٣	
٤	تأكدت من مصداقية المعلومات	١٥	٦٠	٢٨	١١٢	٥٧	٢٢٨	٨٠٧	٤	
٥	القلق دفعني للبحث عن المعلومات الاقتصادية	١٦	٦٤	٣١	١٢٤	٥٣	٢١٢	٧٩٠	٥	
٦	تناقشت مع بعض الاصدقاء حول المشكلات الاقتصادية	١٧	٦٨	٣٦	١٤٤	٤٧	١٨٨	٧٦٧	٦	
٧	نشرت بعض المعلومات على صفحاتي في مواقع التواصل الاجتماعي	٢٥	١٠٠	٢٦	١٠٤	٤٩	١٩٦	٧٤٧	٧	

يتضح من بيانات الجدول ترتيب عينة الدراسة لمراحل التماس المعلومات حول المشكلات الاقتصادية باستخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وحصلت (حصلت على المعلومات من مصادرها الرسمية) على الترتيب الأول بوزن نسبي مقداره (٨٥ ٪)، يليها (حاولت الاستماع لوجهات نظر مختلفة حول بعض المشكلات الاقتصادية) في الترتيب الثاني بوزن نسبي مقداره (٨٢ ٪)، وجاءت (اقتنعت ببعض المعلومات الاقتصادية) في الترتيب الثالث بوزن نسبي مقداره (٨١,٧ ٪)، يليها (تأكدت من مصداقية المعلومات) في الترتيب الرابع بوزن نسبي مقداره (٨٠,٧ ٪)، وحصلت (القلق دفعني للبحث عن المعلومات الاقتصادية) على الترتيب الخامس بوزن نسبي مقداره (٧٩ ٪)، و(تناقشت مع بعض الاصدقاء حول المشكلات الاقتصادية) في الترتيب السادس بوزن نسبي مقداره (٧٦,٧ ٪).

ويمكن تفسير تلك النتيجة بأن المبحوثات يجمعن بين أكثر من مصدر لالتماس المعلومات ، لتحقيق اقصى استفادة ممكنة .

٧- درجة ثقة المبحوثات فى المعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وفقاً للحالة الاجتماعية

جدول (١١) درجة ثقة المبحوثات فى المعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وفقاً للحالة الاجتماعية

الإجمالي		غير متزوجة		متزوجة		الحالة الاجتماعية
ك	%	ك	%	ك	%	
٩	٣٦	١٢	٥٠,٦	٢٤	١٣	درجة الثقة
٧٣	٢٩٢	١٦٤	٧٥,٩	١٢٨	٦٩,٦	أثق بدرجة كبيرة
١٨	٧٢	٤٠	١٨,٥	٣٢	١٧,٤	أثق بدرجة متوسطة
١٠٠	٤٠٠	٢١٦	١٠٠	١٨٤	١٠٠	أثق بدرجة منخفضة
						الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٦,٨١١ = درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٠٣٣ الدلالة = دالة

يتضح أن هناك ارتفاع فى نسبة درجة ثقة المبحوثات (عينة الدراسة) فى المعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية بدرجة متوسطة، وذلك بنسبة بلغت (٧٣ ٪)، بينما يثق (١٨ ٪) من افراد العينة فى المعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية بدرجة منخفضة، وأن نسبة (٩ ٪) من عينة الدراسة يثقون فى المعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية بدرجة كبيرة. وبحساب قيمه كا^٢ بلغت (٦,٨١١) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة دالة احصائيا عند مستوي دلالة ٠,٠٥ وهو ما يؤكد علي وجود فروق ذات دلالة احصائية فى درجة ثقة المبحوثات فى المعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية لصالح الغير متزوجات للبدليل أنق بدرجة متوسطة. ويرى الباحث أهمية تلك النتيجة حيث أنها تعكس مستوى ثقة المبحوثات فى التطبيقات الإخبارية.

٨- درجة وعى المبحوثات بالمشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية

جدول (١٢) درجة وعى المبحوثات بالمشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية

ترتيب الاهمية النسبية	الوزن المثوي	المتوسط الحسابي	اجابات افراد العينة						وعى المبحوثات بالمشكلات الاقتصادية	الأبعاد
			معارض		محايد		موافق			
			%	ك	%	ك	%	ك		
١	٩٤,٧	٢,٨٤	٣	١٢	١٠	٤٠	٨٧	٣٤٨	انتبه ان عدم توفر بعد السلع يؤدى الى ارتفاع سعر المعروض	الانتباه وفهم المعلومات الاقتصادية
٣	٩١,٣	٢,٧٤	١	٤	٢٤	٩٦	٧٥	٣٠٠	افهم ان مشكلات الاقتصاد المصرى متراكمة ومتشابكة	
٥	٨٧,٠	٢,٦١	٧	٢٨	٢٥	١٠٠	٦٨	٢٧٢	تطبيقات الهاتف الإخبارية تساعدنى فى فهم أبعاد المشكلات الاقتصادية	
١٠	٧٩,٧	٢,٣٩	١٥	٦٠	٣١	١٢٤	٥٤	٢١٦	اعتقد ان مصر تقدر على الصمود أما تغيرات الاقتصاد العالى	
٤	٨٩,٣	٢,٦٨	٥	٢٠	٢٢	٨٨	٧٣	٢٩٢	أزمة فيروس كورونا أدت لضغوط اقتصادية	تذكر المشكلات الاقتصادية
٦	٨٦,٠	٢,٥٨	٨	٣٢	٢٦	١٠٤	٦٦	٢٦٤	اتذكر دائما ارتفاع الصادرات المصرية يساعد بشكل كبير على الخروج من الأزمة الاقتصادية	
٧	٨٥,٧	٢,٥٧	٦	٢٤	٣١	١٢٤	٦٣	٢٥٢	اتذكر ان متابعتى لخبار ارتفاع عوائد السياحة عبر تطبيقات الهاتف الإخبارية يعتبر من بعض حلول الازمة الاقتصادية	
٨	٨٤,٧	٢,٥٤	٨	٣٢	٣٠	١٢٠	٦٢	٢٤٨	اتذكر دائما الإصلاح الاقتصادى يستغرق وقتاً طويلاً	
١	٩٤,٧	٢,٨٤	٠	٠	١٦	٦٤	٨٤	٣٣٦	انخفاض قيمة الجنية أمام الدولار يشكل ضغطاً على الأوضاع الاقتصادية	إدراك المشكلات الاقتصادية
٢	٩٢,٧	٢,٧٨	٢	٨	١٨	٧٢	٨٠	٣٢٠	اعتقد أن ارتفاع الأسعار بسبب زيادة الاعتماد على الاستيراد بالدولار	
٥	٨٧,٠	٢,٦١	٦	٢٤	٢٧	١٠٨	٦٧	٢٦٨	إدرك أن ارتفاع الديون الداخلية والخارجية يمثل قلقاً لديك	
٩	٨٣,٣	٢,٥٠	٨	٣٢	٣٤	١٣٦	٥٨	٢٣٢	أشعر أن اخبار الحرب الروسية التى اتابعها عبر تطبيقات الهاتف الإخبارية أثرت على الاقتصاد المصرى	

يتضح من بيانات الجدول ترتيب العبارات التي تعرض درجة وعى عينة الدراسة بالمشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وحصلت (انخفاض قيمة الجنية أمام الدولار يشكل ضغط على الأوضاع الاقتصادية) و(انتبه ان عدم توفر بعد السلع يؤدي إلى ارتفاع سعر المعروض) على الترتيب الأول بوزن نسبي مقداره (٩٤,٧ ٪)، يليها (اعتقد أن ارتفاع الأسعار بسبب زيادة الاعتماد علي الاستيراد بالدولار) في الترتيب الثاني بوزن نسبي مقداره (٩٢,٧ ٪)، وجاءت (افهم ان مشكلات الاقتصاد المصرى متراكمة ومتشابكة) فى الترتيب الثالث بوزن نسبي مقداره (٩١,٣ ٪)، يليها (أزمة فيرس كورونا أدت لضغوط اقتصادية) فى الترتيب الرابع بوزن نسبي مقداره (٨٩,٣ ٪)، وحصلت (تطبيقات الهاتف الإخبارية تساعدنى فى فهم أبعاد المشكلات الاقتصادية) و(إدرك أن ارتفاع الديون الداخلية والخارجية يمثل قلق لديك) على الترتيب الخامس بوزن نسبي مقداره (٨٧ ٪)، و(اتذكر دائما ارتفاع الصادرات المصرية يساعد بشكل كبير على الخروج من الأزمة الاقتصادية) فى الترتيب السادس بوزن نسبي مقداره (٨٦ ٪).

٩- النوايا السلوكية للمرأة المصرية تجاه المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية .

جدول (١٣) النوايا السلوكية للمرأة المصرية تجاه المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية

م	النوايا السلوكية	اجابات افراد العينة						الترتيب الاهمية النسبية	الوزن المنوي	المتوسط الحسابي
		معارض		محايد		موافق				
		ك	٪	ك	٪	ك	٪			
١	أشعر بالقلق من التغيرات الاقتصادية	٥	٢٠	١٧	٦٨	٧٨	٣١٢	٩١,٠	٢,٧٣	
٢	لن أقوم بشراء المنتجات المبالغ فى سعرها	٣	١٢	٢٢	٨٨	٧٥	٣٠٠	٩٠,٧	٢,٧٢	
٣	أعيد ترتيب أولوياتي أثناء شراء بعض المنتجات	٤	١٦	٢١	٨٤	٧٥	٣٠٠	٩٠,٣	٢,٧١	
٤	أسعى إلى أداخار بعض الأموال	٥	٢٠	٢١	٨٤	٧٤	٢٩٦	٨٩,٧	٢,٦٩	
٥	أقوم بشراء المنتجات الأساسية فقط	٨	٣٢	١٨	٧٢	٧٤	٢٩٦	٨٨,٧	٢,٦٦	
٦	أسعى للمساعدة فى زيادة دخل الأسرة	٧	٢٨	٢٦	١٠٤	٦٧	٢٦٨	٨٦,٧	٢,٦٠	
٦	أعتمد بشكل أكبر فى الشراء المنتجات المحلية الصنع بدلا من المستوردة	٧	٢٨	٢٦	١٠٤	٧٦	٢٦٨	٨٦,٧	٢,٦٠	
٨	سأقوم بمشاركة بعض المنشورات بغرض التحذير من بعض التجار	١٧	٦٨	٢٩	١١٦	٥٤	٢١٦	٧٩,٠	٢,٣٧	
٩	أقوم بمتابعة الأخبار الاقتصادية بصفة يومية	١٨	٧٢	٣٣	١٣٢	٤٩	١٩٦	٧٧,٠	٢,٣١	
٩	سأشترى احتياجاتى بزيادة لتكفيينى لمدة كبيرة	١٨	٧٢	٣٤	١٣٦	٤٨	١٩٢	٧٦,٧	٢,٣٠	

يتضح من بيانات الجدول ترتيب النوايا السلوكية للمرأة المصرية تجاه المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الأخبارية وحصلت (أشعر بالقلق من التغيرات الاقتصادية) على الترتيب الأول بوزن نسبي مقداره (٩١ ٪)، يليها (لن أقوم بشراء المنتجات المبالغ في سعرها) في الترتيب الثاني بوزن نسبي مقداره (٩٠,٧ ٪)، وجاءت (أعيد ترتيب أولوياتي أثناء شراء بعض المنتجات) في الترتيب الثالث بوزن نسبي مقداره (٩٠,٣ ٪)، يليها (أسعى إلى أدخار بعض الأموال) في الترتيب الرابع بوزن نسبي مقداره (٨٩,٧ ٪)، وحصلت (أقوم بشراء المنتجات الأساسية فقط) على الترتيب الخامس بوزن نسبي مقداره (٨٨,٧ ٪)، و في الترتيب السادس (أعتمد بشكل أكبر في الشراء المنتجات المحلية الصنع بدلا من المستوردة) و(أسعى للمساعدة في زيادة دخل الأسرة) بوزن نسبي مقداره (٨٦,٧ ٪).

١٠- الخطوات التي يقوم بها المبحوثات للبحث عن معلومات حول المشكلات الاقتصادية (البحث المجازف).

جدول (١٤) الخطوات التي يقوم بها المبحوثات للبحث عن معلومات حول المشكلات الاقتصادية (البحث المجازف)

م	الخطوات	اجابات افراد العينة					
		معارض		محايد		موافق	
		٪	ك	٪	ك	٪	ك
١	تحليل وتفسير المعلومات الاقتصادية المتاحة عبر تطبيقات الهاتف الاخبارية	١٦	٦٤	٢٦	١٠٤	٥٨	٢٣٢
٢	البحث في تطبيقات إخبارية مختلفة	١٦,٣	٦٥	٢٦,٨	١٠٧	٥٧	٢٢٨
٣	الاعتماد على مصدر واحد فقط بشكل مستمر	٢٦	١٠٧	٢٨	١١٢	٤٦	١٨٤

يتضح من بيانات الجدول ترتيب العبارات التي تعرض رأي عينة الدراسة تجاه (البحث المجازف) وهي الخطوات التي يقوم بها المبحوثات للبحث عن معلومات حول المشكلات الاقتصادية وحصلت (تحليل وتفسير المعلومات الاقتصادية المتاحة عبر تطبيقات الهاتف الإخبارية) على الترتيب الأول بوزن نسبي مقداره (٨٠,٧ ٪)، يليها (البحث في تطبيقات إخبارية مختلفة) في الترتيب الثاني بوزن نسبي مقداره (٨٠,٣ ٪)، وجاءت (الاعتماد على مصدر واحد فقط بشكل مستمر) في الترتيب الثالث بوزن نسبي مقداره (٧٣,٣ ٪).

ويرى الباحث انه يمكن تفسير تلك النتيجة بأنة كلما زاد التماس المعلومات عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية قل البحث المجازف الذي يعتمد على وسيلة واحدة فقط ، وليس وسائل متعددة ، فزيادة الالتماس ترتبط بالالتماس من مصادر متعددة وليس مصدراً واحداً فقط .

١١- العوامل المؤثرة فى التماس المرأة المصرية للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر التطبيقات الإخبارية .

جدول (١٥) العوامل المؤثرة فى التماس المرأة المصرية للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر التطبيقات الإخبارية

م	العوامل المؤثرة	اجابات افراد العينة						الترتيب الاهمية النسبية	الوزن النوي	التوسط الحسابي
		معارض		محايد		موافق				
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	استخدام التطبيقات حسب احتياجاتى من المعلومات	٢	٨	٢٢	٨٨	٧٦	٣٠٤	٩١,٣	٢,٧٤	
٢	أستطيع استخدام التطبيقات بكل سهولة للحصول على المعلومات	٢	٨	٢٨	١١٢	٧٠	٢٨٠	٨٩,٣	٢,٦٨	
٣	تحميل التطبيقات بشكل سهل وسريع	٢	٨	٣١	١٢٤	٦٧	٢٦٨	٨٨,٣	٢,٦٥	
٤	تسهل التعرف على معلومات جديدة	٧	٢٨	٢٢	٨٨	٧١	٢٨٤	٨٨,٠	٢,٦٤	
٥	ابحث عن المعلومات الاقتصادية لتنوع مصادر المعلومات	٨	٣٢	٢٦	١٠٤	٦٦	٢٦٤	٨٦,٠	٢,٥٨	
٦	ابحث عن المعلومات الاقتصادية لتكوين رأى	٥	٢٠	٣٤	١٣٦	٦١	٢٤٤	٨٥,٣	٢,٥٦	
٧	تساهم المعلومات فى اشغال وقتي	١٢	٤٨	٣٣	١٣٢	٥٥	٢٢٠	٨١,٠	٢,٤٣	

يتضح من بيانات الجدول ترتيب العوامل المؤثرة فى التماس المرأة المصرية عينة الدراسة للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر التطبيقات الإخبارية وحصلت (استخدام التطبيقات حسب احتياجاتى من المعلومات) على الترتيب الأول بوزن نسبى مقداره (٩١,٣ %)، يليها (أستطيع استخدام التطبيقات بكل سهولة للحصول على المعلومات) فى الترتيب الثانى بوزن نسبى مقداره (٨٩,٣ %)، وجاءت (تحميل التطبيقات بشكل سهل وسريع) فى الترتيب الثالث بوزن نسبى مقداره (٨٨,٣ %)، يليها (تسهل التعرف على معلومات جديدة) فى الترتيب الرابع بوزن نسبى مقداره (٨٨ %)، وحصلت (ابحث عن المعلومات الاقتصادية لتنوع مصادر المعلومات) على الترتيب الخامس بوزن نسبى مقداره (٨٦ %)، و(ابحث عن المعلومات الاقتصادية لتكوين رأى) فى الترتيب السادس بوزن نسبى مقداره (٨٥,٣ %).

١٢- المشكلات التي تواجه المبحوثات أثناء استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية أثناء متابعتك للأخبار الاقتصادية.

جدول (١٦) المشكلات التي تواجه المبحوثات أثناء استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية أثناء متابعتك للأخبار الاقتصادية

م	المشكلات	اجابات افراد العينة							
		معارض		محايد		موافق			
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	عدم وجود تفاصيل كافية لبعض الأخبار	٢٦٤	٦٦	١١٦	٢٩	٢٠	٥	٨٧,٠	٢,٦١
٢	تحليل بعض المعلومات يحتاج تفاصيل أكثر	٢٤٨	٦٢	١٣٦	٣٤	١٦	٤	٨٦,٠	٢,٥٨
٣	بطء تنفيذ تحميل بعض الصفحات	٢,٦٥	٦٤	١,٠٠	٢٥	٤٤	١١	٨٤,٣	٢,٥٣
٤	لا يتوفر لدى بعض التطبيقات إشعارات بأخر الأخبار	٢٣٢	٥٨	١٢٨	٣٢	٤٠	١٠	٨٢,٧	٢,٤٨
٥	عرض بعض الانفوجرافيك بجودة ضعيفة	٢١٢	٥٣	١٤٤	٣٦	٤٤	١١	٨٠,٧	٢,٤٢
٦	عدم الاستجابة لبعض التعليقات	٢٠٤	٥١	١٥٢	٣٨	٤٤	١١	٨٠,٠	٢,٤٠
٧	لا يوجد إمكانية مشاركة المحتوى على جميع المنصات	١٨٠	٤٥	١٥٦	٣٩	٦٤	١٦	٧٦,٣	٢,٢٩

يتضح من بيانات الجدول ترتيب المشكلات التي تواجه المبحوثات أثناء استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية أثناء متابعتك للأخبار الاقتصادية وحصلت (عدم وجود تفاصيل كافية لبعض الأخبار) على الترتيب الأول بوزن نسبي مقداره (٨٧ ٪)، يليها (تحليل بعض المعلومات يحتاج تفاصيل أكثر) في الترتيب الثاني بوزن نسبي مقداره (٨٦ ٪)، وجاءت (بطء تنفيذ تحميل بعض الصفحات) في الترتيب الثالث بوزن نسبي مقداره (٨٤,٣ ٪)، يليها (لا يتوفر لدى بعض التطبيقات إشعارات بأخر الأخبار) في الترتيب الرابع بوزن نسبي مقداره (٨٢,٧ ٪)، وحصلت (عرض بعض الانفوجرافيك بجودة ضعيفة) على الترتيب الخامس بوزن نسبي مقداره (٨٠,٧ ٪)، و(عدم الاستجابة لبعض التعليقات) في الترتيب السادس بوزن نسبي مقداره (٨٠ ٪).

١٣- مقترحاتك لتطوير تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية في تغطيتها للمشكلات الاقتصادية .

جدول (١٧) مقترحات المبحوثات لتطوير تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية في تغطيتها للمشكلات الاقتصادية

م	المقترحات	اجابات افراد العينة						التوسط الحسابي	الوزن النسبي	ترتيب الاهمية النسبية
		معارض		محايد		موافق				
		%	ك	%	ك	%	ك			
١	تقديم محتوى اقتصادى بشكل مبسط وواضح	١	٤	١٩	٧٦	٨٠	٣٢٠	٩٣٠	١	
٢	سرعة الرد على الشائعات	١	٤	٢١	٨٤	٧٨	٣١٢	٩٢٣	٢	
٣	دعم المحتوى برأى المتخصصين فى الاقتصاد	٣	١٢	٢٠	٨٠	٧٧	٣٠٨	٩١٣	٣	
٤	عرض رأى المستخدمين لتطبيقات الهاتف الإخبارية	٣	١٢	٢٧	١٠٨	٧٠	٢٨٠	٨٩٠	٤	
٥	اعداد صياغة للإخبار والمقالات باستخدام الصور والرسوم	١	٤	٣٣	١٣٢	٦٦	٢٦٤	٨٨٣	٥	
٦	زيادة استخدام الانفوجرافيك لتقديم النسب والاحصائيات بشكل واضح	٦	٢٤	٢٨	١١٢	٦٦	٢٦٤	٨٦٧	٦	
٧	توظيف الفيديو جراف فى بعض اشكال التغطية الإخبارية	٤	١٦	٣٦	١٤٤	٦٠	٢٤٠	٨٥٣	٧	

يتضح من بيانات الجدول ترتيب مقترحات المبحوثات لتطوير تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية في تغطيتها للمشكلات الاقتصادية وحصلت (تقديم محتوى اقتصادى بشكل مبسط وواضح) على الترتيب الأول بوزن نسبي مقداره (٩٣ ٪)، يليها (سرعة الرد على الشائعات) فى الترتيب الثاني بوزن نسبي مقداره (٩٢,٣ ٪)، وجاءت (دعم المحتوى برأى المتخصصين فى الاقتصاد) فى الترتيب الثالث بوزن نسبي مقداره (٩١,٣ ٪)، يليها (عرض رأى المستخدمين لتطبيقات الهاتف الإخبارية) فى الترتيب الرابع بوزن نسبي مقداره (٨٩ ٪)، وحصلت (اعداد صياغة للإخبار والمقالات باستخدام الصور والرسوم) على الترتيب الخامس بوزن نسبي مقداره (٨٨,٣ ٪)، و(زيادة استخدام الانفوجرافيك لتقديم النسب والاحصائيات بشكل واضح) فى الترتيب السادس بوزن نسبي مقداره (٨٦,٧ ٪).

فروض البحث:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين مستوى التماس المرأة المصرية للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى الوعي لديها، ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

جدول (١٨) مستوى التماس المرأة المصرية للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى الوعي لديها

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
مستوى الالتماس	١,٨٩	٠,٦٦٣	-	-
الانتباه وفهم المعلومات الاقتصادية	٢,٦٤	٠,٤٠٤	**٠,٦٦٩	٠,٠١
تذكر المشكلات الاقتصادية	٢,٥٩	٠,٤٨٣	**٠,٦٧٣	٠,٠١
ادراك المشكلات الاقتصادية	٢,٦٨	٠,٤٠٣	**٠,٦٩٤	٠,٠١
مستوى الوعي	٢,٦٣	٠,٣٨٧	**٠,٧٥٣	٠,٠١

** دالة عند ٠,٠١ * دالة عند ٠,٠٥

يتضح من الجدول السابق : وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى التماس المرأة المصرية للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى الوعي لديها، حيث كانت ($R < 0.3$) وكانت قيمة الدلالة Sig. 2-tailed دالة عند مستوى ٠,٠١ .

وجاء ترتيب قوة العلاقة الارتباطية بين مستوى الالتماس وأبعاد الوعي لدى المبحوثات كالتالى إدراك المشكلات الاقتصادية ثم تذكر المشكلات الاقتصادية ثم الانتباه وفهم المعلومات الاقتصادية. ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الأول قد تحقق كلياً.

وكذلك تعبر تلك النتيجة تتفق مع الكثير من نتائج الدراسات السابقة لأن معظمها وجد أن متغير الوعي يؤدي إلى زيادة سلوك التماس المعلومات ، بمعنى أن المرأة المصرية كلما زاد معدل سلوكها فى اكتساب المعلومات حلو المشكلات الاقتصادية زاد معدل إدراكها للمشكلات الاقتصادية ، وقد يرجع ذلك إلى متابعتها للتطبيقات الإخبارية للحصول على المعلومات الاقتصادية.

وتأكيداً لما توصلت له دراسة دراسة (Ramnarine , 2017) حول على تأثير قضايا المرأة والتنمية الاقتصادية، التى وجدت تأثير وعى وإدراك متسخدمي المواقع الإخبارية بالمعلومات التى متابعتها .

الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين دوافع استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الاخبارية ومستوى وعى المبحوثات بالمشكلات الاقتصادية، ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:

جدول (١٩) دوافع استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الاخبارية ومستوى وعى المبحوثات بالمشكلات الاقتصادية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
دوافع استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الاخبارية	٢,٥١	٠,٤٤٨	-	-
الانتباه وفهم المعلومات الاقتصادية	٢,٦٤	٠,٤٤٤	**٠,٣٧٢	٠,٠١
تذكر المشكلات الاقتصادية	٢,٥٩	٠,٤٨٣	**٠,٢٧٢	٠,٠١
إدراك المشكلات الاقتصادية	٢,٦٨	٠,٤٠٣	**٠,٢٥٦	٠,٠١
مستوى الوعى	٢,٦٣	٠,٣٨٧	**٠,٣٢٤	٠,٠١

** دالة عند ٠,٠١ * دالة عند ٠,٠٥

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية موجبة بين دوافع استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الاخبارية ومستوى وعى المبحوثات بالمشكلات الاقتصادية، حيث كانت ($r < 0.3$) وكانت قيمة الدلالة Sig. 2-tailed دالة عند مستوى ٠,٠١.

وجاء ترتيب قوة العلاقة الارتباطية بين الدوافع وأبعاد الوعى لدى المبحوثات كالتالى الانتباه وفهم المعلومات الاقتصادية ثم تذكر المشكلات الاقتصادية ثم إدراك المشكلات الاقتصادية. ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الثانى قد تحقق كلياً.

ويرى الباحث إن الأوضاع والمشكلات الاقتصادية مرتبطة بحياة المبحوثات ، وبالتالي لديهم دوافع عالية لمتابعتها ، حيث أن هناك حوافز ومنبهات تؤدى لسعى المبحوثات للحصول على المعلومات ، لمواجهة مشكلة ما بهدف القدرة على التعامل مع المشكلات الاقتصادية الجديدة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ((Boomgaarden, van, vliegthart & devreese, 2011)) ، التي حاولت التعرف على مدى تأثير التغطية الإعلامية للأزمات الاقتصادية، التي كشفت نتائجها أن وجود علاقة بين الإدراك ودوافع متابعة الأخبار والمعلومات.

وتختلف أيضاً مع دراسة (دراسة جعفر ٢٠١٧) «بتفسير أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا» ، التي كشفت نتائجها أن دوافع المستخدمين ليس لها تأثير مباشر على الوعى بالقضايا المختلفة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين درجة الاهتمام بمتابعة المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية والنوايا السلوكية تجاهها، ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

جدول (٢٠) درجة الاهتمام بمتابعة المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية والنوايا السلوكية تجاهها

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
درجة الاهتمام	٢,١٨	٠,٤٧١	-	-
النوايا السلوكية	٢,٥٦	٠,٣٧٠	**٠,٣٠٣	٠,٠١

** دالة عند ٠,٠١ * دالة عند ٠,٠٥

يتضح من الجدول السابق : وجود علاقة ارتباطية موجبة بين درجة الاهتمام بمتابعة المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية والنوايا السلوكية تجاهها، حيث كانت ($r < 0.3$) وكانت قيمة الدلالة (Sig. 2-tailed) دالة عند مستوى ٠,٠١ . ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الثالث قد تحقق كلياً.

ويرى الباحث أن المبحوثات عينة الدراسة يزداد اهتمامهم بمتابعة المشكلات الاقتصادية من أجل التحقق من المعلومات التي تمس حياتهم بشكل يومي.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الحفناوي، ٢٠٢٣) اعتماد المرأة المصرية على الصحف الإلكترونية في الحصول على معلومات (، التي كان من أهم نتائجها اهتمام المرأة بالحصول على المعلومات عبر الصحف الإلكترونية وتطبيقات الهاتف .

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين مستوى التماس المرأة المصرية للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى الثقة لديها، ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

جدول (٢١) مستوى التماس المرأة المصرية للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى الثقة لديها

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
مستوى الالتماس	١,٨٩	٠,٦٦٣	-	-
مستوى الثقة	١,٩١	٠,٥١٢	**٠,٢٣٧	٠,٠١

** دالة عند ٠,٠١ * دالة عند ٠,٠٥

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى التماس المرأة المصرية للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى الثقة لديها، حيث كانت ($r > 0.3$) وكانت قيمة الدلالة (Sig. 2-tailed) دالة عند مستوى 0.01. ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الرابع قد تحقق كلياً. ويرى الباحث ارتفاع ثقة المبحوثات فى المعلومات التى يحصلن عليها من تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية، مما يؤدي إلى ارتفاع معدل التماسهم للمعلومات الاقتصادية من التطبيقات الإخبارية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Scacco & muddiman, 2020) حول التماس المعلومات فى بيئة الأخبار المعاصرة)، التى أشارت نتائجها إلى ارتفاع ثقة المبحوثين فى التماس المعلومات والأخبار الاقتصادية.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين درجة الاهتمام بمتابعة المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى الوعى بها، ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:

جدول (٢٢) درجة الاهتمام بمتابعة المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى الوعى بها

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
درجة الاهتمام	٢,١٨	٠,٤٧١	-	-
الانتباه وفهم المعلومات الاقتصادية	٢,٦٤	٠,٤٤	**٠,٣٤٧	٠,٠١
تذكر المشكلات الاقتصادية	٢,٥٩	٠,٤٨٣	**٠,٣٨٨	٠,٠١
إدراك المشكلات الاقتصادية	٢,٦٨	٠,٤٠٣	**٠,٢٥١	٠,٠١
مستوى الوعى	٢,٦٣	٠,٣٨٧	**٠,٣٦٨	٠,٠١

** دالة عند 0.01 * دالة عند 0.05

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية موجبة بين درجة الاهتمام بمتابعة المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى الوعى بها، حيث كانت ($r < 0.3$) وكانت قيمة الدلالة (Sig. 2-tailed) دالة عند مستوى 0.01. جاء ترتيب قوة العلاقة الارتباطية بين درجة الاهتمام وأبعاد الوعى لدى المبحوثات كالتالى تذكر المشكلات الاقتصادية ثم إدراك المشكلات الاقتصادية ثم الانتباه وفهم المعلومات الاقتصادية ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الخامس قد تحقق كلياً.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات علي مقياس الوعى بالمشكلات الاقتصادية كدرجة كلية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية التالية:

- ١- الحالة الاجتماعية (متزوجة - غير متزوجة) .
- ٢- نوع التعليم (حكومي - خاص) .
- ٣- العمر .
- ٤- المستوى الاقتصادي الاجتماعي .

ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:

جدول (٢٣) معنوية الفروق بين مجموعات العينة من حيث مجمل الوعى بالمشكلات الاقتصادية

مؤشرات احصائية		الانحراف المعياري	المتوسط	ن	مجموعات العينة	
الدلالة	قيمة (ت)	٠,٤١٦	٢,٦١	١٨٤	متزوجة	النوع
	٠,١٩٦	١,٢٩٦	٢,٦٦	٢١٦	غير متزوجة	
الدلالة	قيمة (ت)	٠,٣٩٥	٢,٦٢	٢٩٢	حكومي	نوع التعليم
	٠,٣٠٤	١,٠٢٩	٢,٦٧	١٠٨	خاص	
الدلالة	قيمة (ف)	٠,٣٦٧	٢,٦٣	٢٧٦	من ٢١ الى ٣٠ سنة	العمر
		٠,٤٨٢	٢,٥٨	٨٤	من ٣١ الى ٤٠ سنة	
		٠,٢٢٣	٢,٨١	٤٠	أكثر من ٤٠ سنة	
		٠,٢٨٧	٢,٦٣	٤٠٠	العينة	
الدلالة	قيمة (ف)	٠,٣١٠	٢,٧٥	١٣٢	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
		٠,٤٣٢	٢,٥٧	١٩٦	متوسط	
		٠,٣٣٦	٢,٥٩	٧٢	مرتفع	
		٠,٣٨٧	٢,٦٣	٤٠٠	العينة	

- يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة المتزوجات وأفراد العينة غير المتزوجات علي مقياس الوعى بالمشكلات الاقتصادية كدرجة كلية ، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥ .

- ونلاحظ أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة بالتعليم

الحكومي وأفراد العينة بالتعليم الخاص علي مقياس الوعي بالمشكلات الاقتصادية كدرجة كلية ، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٥ .

- كما يتضح وجود فروق بين أفراد العينة بالمستويات العمرية الثلاث علي مقياس الوعي بالمشكلات الاقتصادية كدرجة كلية ، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠.٠١ .

- ويتضح ايضا وجود فروق بين أفراد العينة بالمستويات الاقتصادية الاجتماعية الثلاث علي مقياس الوعي بالمشكلات الاقتصادية كدرجة كلية ، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠.٠١ .

جدول (٢٤) يوضح اختبار LSD المتوسطات والانحرافات المعيارية بين المستويات الاقتصادية و العمرية لأفراد العينة علي مقياس الوعي بالمشكلات الاقتصادية

المستويات العمرية		ن	متوسط	انحراف معياري	٣٠-٢١	٤٠-٣١	أكثر ٤٠ من
الوعي بالمشكلات الاقتصادية	من ٢١ الى ٣٠ سنة	٢٧٦	٢,٦٣	٠,٣٦٧		*٠,١٥٧	*٠,١٢٨
	من ٣١ الى ٤٠ سنة	٨٤	٢,٥٨	٠,٤٨٢			٠,٢٩
	أكثر من ٤٠ سنة	٤٠	٢,٨١	٠,٢٢٣			
المستوى الاقتصادي الاجتماعي		ن	متوسط	انحراف معياري	منخفض	متوسط	مرتفع
الوعي بالمشكلات الاقتصادية	منخفض	١٣٢	٢,٧٥	٠,٣١٠		*٠,١٨٣	*٠,١٦٧
	متوسط	١٩٦	٢,٥٧	٠,٤٣٢			٠,١٥٦
	مرتفع	٧٢	٢,٥٩	٠,٣٣٦			

تشير النتائج التفصيلية للجدول الى : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بالفئة العمرية (من ٢١ الى ٣٠ سنة) وافراد العينة بالفئة العمرية (من ٣١ الى ٤٠ سنة) على مقياس الوعي بالمشكلات الاقتصادية لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية (من ٢١ الى ٣٠ سنة) عند مستوى ٠.٠١ . وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بالفئة العمرية (من ٢١ الى ٣٠ سنة) وافراد العينة بالفئة العمرية (أكثر من ٤٠ سنة) على مقياس الوعي بالمشكلات الاقتصادية لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية (أكثر من ٤٠ سنة) عند مستوى ٠.٠١ .

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بالمستوى الاقتصادي الاجتماعي (منخفض) وافراد العينة بالمستوى الاقتصادي الاجتماعي (متوسط) على مقياس الوعي بالمشكلات الاقتصادية لصالح أفراد العينة بالمستوى الاقتصادي الاجتماعي (منخفض) عند مستوى ٠.٠٠١ .

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بالمستوى الاقتصادي الاجتماعي (منخفض) وافراد العينة بالمستوى الاقتصادي الاجتماعي (مرتفع) على مقياس الوعي بالمشكلات الاقتصادية لصالح أفراد العينة بالمستوى الاقتصادي الاجتماعي (منخفض) عند مستوى ٠.٠١ .ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض السادس قد تحقق جزئياً .

ويرى الباحث أن وجود فروق بين المبحوثات فى مستوى التماس المعلومات وفقاً للمتغيرات الديموجرافية فى حين انه ليس هناك فروق بين المبحوثات فى مستوى الوعي وفقاً لتلك المتغيرات ، وهو مؤشر هام لوعي المبحوثات بالمشكلات الاقتصادية الحالية ، مما يؤكد على وجود وعي بمشكلات الاقتصاد المصرى ، فالمبحوثات تعایش الأوضاع الاقتصادية ويتأثرن بها .

ووفقاً لما سبق يعد المستوى الاقتصادى من العوامل المؤثرة فى التماس المعلومات الاقتصادية ، خاصة فى حالة تكرار الاهتمام بمتابعة الأخبار والمعلومات الاقتصادية ، حيث يعد أحد المتغيرات الهامة المؤثرة فى وعي المستخدمين للتطبيقات الإخبارية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (زين، ٢٠٢٢) توظيف الصحافة المتخصصة فى معالجة الأزمات الاقتصادية) ، التى وجدت أن المستوى الاقتصادى له تأثير فى القدرة على معالجة الأزمات الاقتصادية ، إضافة إلى ذلك تشير النتائج إلى أن أهمية رفع الوعي بالمشكلات الاقتصادية والعمل على وجود حول لها بشكل سريع .

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين درجة الاهتمام بمتابعة المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية والعوامل المؤثرة فى التماسهم لها ، ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالى:

جدول (٢٥) درجة الاهتمام بمتابعة المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية والعوامل المؤثرة فى التماسهم لها

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
درجة الاهتمام	٢,١٨	٠,٤٧١	-	-
العوامل المؤثرة فى التماس المعلومات حول المشكلات الاقتصادية	٢,٦١	٠,٤٠٠	٠,٣٠٣**	٠,٠١

** دالة عند ٠,٠١ * دالة عند ٠,٠٥

يتضح من الجدول السابق : وجود علاقة ارتباطية موجبة بين درجة الاهتمام بمتابعة المبحوثات للمعلومات حول المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية والعوامل المؤثرة فى التماسهم لها، حيث كانت ($0.3 < r$) وكانت قيمة الدلالة (Sig. 2-tailed) دالة عند مستوى ٠,٠١ . ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض السابع قد تحقق كلياً .

ويرى الباحث أن غالبية المبحوثات يهتمون بمتابعة المشكلات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ، مما يجعلها فرصة متميزة يمكن استغلالها فى توضيح النصائح اللازمة للتعامل مع تلك المشكلات الاقتصادية من خلال التطبيقات الإخبارية. فزيادة الاهتمام تؤدي لزيادة الالتماس وبالتالي زيادة الوعي .

مناقشة النتائج:

يتضح من العرض السابق لنتائج البحث و اختبارات فروض البحث مايلي:

- ١- أكد اختبار الفرض الأول وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مستوى التماس المرأة المصرية للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى الوعي لديها ، بما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية بين المعلومات الاقتصادية ومستوى الوعي لدى المبحوثات عينة البحث.
- ٢- تؤكد نتيجة الفرض الرابع بوجود علاقة ارتباطية بين مستوى التماس المرأة المصرية للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ومستوى الثقة لديها ، مما يشير إلى ثقة المبحوثات فى المعلومات الاقتصادية عبر التطبيقات الإخبارية.
- ٣- أشارت نتائج الفرض السادس إلى مجموعة من النتائج المرتبطة بالخصائص الديموجرافية للمبحوثات، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ومستوى الوعي بالمشكلات الاقتصادية ، مما يؤكد وجود تأثير للمستوى الاقتصادى والاجتماعى للمبحوثات ومتسوى وعيهم بكيفية التعامل مع المشكلات الاقتصادية.
- وبناء على ما سبق، أنضح أهمية التماس المبحوثات للمعلومات الاقتصادية عبر تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية، وكذلك أهمية الوعي بالمشكلات الاقتصادية وكيفية التعامل معها والوعي بأهمية التعامل بشكل إيجابى مع المخاطر الاقتصادية المحتملة.

توصيات البحث:

- ١- الأهتمام بدراسة تأثير استخدام التطبيقات الإخبارية فى التماس مستخدميها للمعلومات وكيفية تأثرهم بها .
- ٢- التركيز على الدراسات النوعية التى تهتم بتفسيرات المحتوى المقدم حول المشكلات الاقتصادية .
- ٣- توفير محاضرات يقوم بها المختصين لشرح المخاطر والحلول الاقتصادية التى تواجه المجتمع المصري لما لها من دور هام فى زيادة وعي الشباب
- ٤- التركيز على أهمية الرد على الشائعات التى تنشر حول الأوضاع الاقتصادية فى المنصات الإعلامية المختلفة .
- ٥- إجراء مزيد من الدراسات حول وسائل التواصل الاجتماعي كمنافذ مهمة للبحث عن المعلومات الاقتصادية، مما يساعد فى نشر معلومات الاقتصادية بشكل مفيد .
- ٦ إجراء دراسات تحليل كیفى حول معدلات ونوعية الدخول على التطبيقات الإخبارية للبحث عن المعلومات الاقتصادية، كمؤشر على مستوى الوعي بالمشكلات الاقتصادية.

هوامش البحث:

أولاً: العربية

- إحسان ، أسماء نبيل (٢٠٢٣). التأثير الاجتماعي للأزمة الاقتصادية في الأسر المصرية (دراسة ميدانية لبعض شرائح الطبقة الوسطى بمدينة القاهرة ، **مجلة البحث العلمي في الآداب**، ٨ ، (٢٤)، ١٣٩٤-١٦٤ .
- إبراهيم ، نرمين علي (٢٠١٦). المعالجة الإعلامية لحقوق المرأة المصرية وعلاقتها باتجاهات الجماهير نحوها ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .
- جعفر ، نجلاء عبد الوهاب (٢٠١٧). أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا ، **رسالة ماجستير** ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .
- حلي ، مروان (٢٠١٦). معالجة الصحافة اليومية السورية لمشكلة التضخم الاقتصادي: دراسة تحليلية في الصحف اليومية، **مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية**، ٦(٣٨)، ١٠١-١١٨ .
- الحفناوي ، محمد إبراهيم (٢٠٢٣). اعتماد المرأة المصرية على الصحف الإلكترونية في الحصول على معلومات حول تزايد معدلات الطلاق في مصر ، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة** (٢٥)، ٧١-١١٧ .
- زين ، تيسيريحي الصديق (٢٠٢٠). توظيف الصحافة المتخصصة في معالجة الأزمات الاقتصادية في السودان ، **مجلة علوم الاتصال**، ٧(٣)، ٤-٢٤ .
- عباس، نورمان فتحى (٢٠٢٢). الأطر الإخبارية لتناول المواقع العالمية للشأن الاقتصادي المصري (قضية تعويم الجنيه نموذجاً) - بحث تحليلي، **مجلة بحوث الشرق الأوسط** ، (٨١)، ٧-٩ .
- عبد الشافي ، مؤمن جبر و محمد ، إبراهيم حسن المرسي (٢٠١٢). المعالجة الصحفية لقضايا الاقتصاد المصري الموجهة لقراء الصحف دراسة تحليلية، **مجلة دراسات الطفولة** ، ١٥(٥٦)، ٥١-٦٠ .
- كمال ، مها مدحت (٢٠٢٣). الخطاب الإعلامي للصحف الإلكترونية حول قضايا المرأة المصرية ومجالات تمكينها: دراسة تحليلية، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، (٢٥)، ٣٢٩-٤٠٦ .
- مكاوي، حسن عماد و حسين ، ليلي السيد (٢٠١٦). الاتصال ونظرياتها لمعاصرة ، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط ١٢ ص ٣٣٨ .
- محمود، دعاء عادل (٢٠١٥) . أطر تقديم القضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة فى المواقع الإلكترونية، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**(٢) ، ٤٢١-٤٦٠ .
- مصطفى ، سارة فوزي (٢٠١٧). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو التمكين السياسي للمرأة ، **رسالة ماجستير** ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .

ثالثاً: الأجنبية

- Aditya kumari, H. R. (2014). Information seeking behaviour of post graduate students In MysoreUnivrsiy library: A study. **National conference on Contemporary engineering collegelibraries: Challenges and pspects** (pp. 237252-). Tiptur: Kalpataru institute of Technology.
- Boomgaarden, H. G., van Spanje, J., Vliegthart, R., & de Vreese, C. H. (2011). Covering the crisis: Media coverage of the economic crisis and citizens' economic expectations. **Acta Politica**, 46(4), 353379-. doi: 10.1057/ap.2011.18
- Damstra, A., & Vliegthart, R. (2016). (Un)covering the economic crisis? Over-time and inter-media differences in salience and framing. **Journalism Studies**. Advance online publication, 1-21. <https://doi.org/10.10801461670/x.2016.1246377>
- Damstra, A., & Boukes, M. (2018). The economy, the news and the public: A longitudinal study of the impact of economic news on economic evaluations and expectations. **Communication Research**. Advance Online Publication, 1-25. <https://doi.org/10.11770093650217750971/>.
- Jyoti ,Mohan ,Kaur ,Satveer, Luk, Pauline, Lin Julian & Ting ,Seow Lee(2017): Health Information Seeking Among Singaporeans: Roles and Collective Contexts, **Health Communication**, DOI: 10.108010410236.2016.1278493/
- Ramnarine, Amy Vijaya,(2017)"Essays on Women's Issues and Economic Development", **Ph.D.**, Florida International University ,United States.
- Scacco, J. M., & Muddiman, A. (2020). The curiosity effect: Information seeking in the contemporary news environment. **New Media & Society**, 22(3), 429-448. <https://doi.org/10.11771461444819863408/>
- Tan, A. S. L., Lee, C.-j., & Chae, J. (2015). Exposure to health (mis)information: Lagged effects on young adults' health behaviors and potential pathways. **Journal of Communication**, 65(4), 674-698. <https://doi.org/10.1111/jcom.12163>
- Wallengren, C., Segesten, K. and Friberg, F., (2010). Relatives' information needs and the characteristics of their search for information—in the words of relatives of stroke survivors. **Journal of Clinical Nursing**, 19(19-20), pp. 2888-2896.
- Wilson ,Robyn S. , Zwickle ,Adam & Walpole ,Hugh, (2019). "Developing a -Broadly Applicable Measure of Risk Perception," **Journal Risk Analysis**, John Wiley & Sons, vol. 39(4), pages 777791-, April
- Xia,L, Deng& Liu, (2017).Seeking Health Information Online; The Moderating Effects of Problematic Situations on User Intetion. **Journal of Data and Information Science**,2(2),pp7695- DOI;10.1515/jdis-20170009-
- Yang, Z. J., Kahlor, L., & Li, H. (2014). A United States-China comparison of risk information-seeking intentions. **Communication Research**, 41(7), 935-960. <https://doi.org/10.11770093650213479795/>

(*) أسماء السادة المحكمين لأدوات الدراسة مرتبة ترتيبًا أبجديًا

- أ.د/ اعتماد خلف معبد: أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس .
أ.د/ فاتن عبد الرحمن الطنباري: أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس .
أ.د/ محرز غالي : أستاذ الإعلام ، بكلية الإعلام جامعة القاهرة .
أ.د/ محمود حسن إسماعيل: أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس .
أ.م.د/ مصطفى صابر النمر: أستاذ مساعد الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة الزقازيق .
أ.م.د/ مؤمن جبر :أستاذ مساعد الإعلام وثقافة الأطفال ، كلية الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس .
أ.م.د/ ممدوح مكاوى: أستاذ مساعد الإعلام بكلية الإعلام جامعة بنى سويف