دور القنوات التليفزيونية المصرية في طرح القضايا الاقتصادية وعلاقته بتشكيل معرفة الشباب

إعداد/ لمياء سمير سيد*

اشراف أ.د منى سعيد الحديدى**

أ.د امانى فهمى***

المقدمة

تواجه مصر العديد من القضايا الاقتصادية التى زادت وتفاقمت فى السنوات الأخيرة فى ظل التغييرات الجذرية والثورات التى واجهتها مصر والوطن العربى والتى أثرت بدورها فى تراجع المؤشرات الاقتصادية للبلاد, فزادت المشكلات والقضايا وزاد معها اهتمام الجمهور بهذه القضايا.

واكب ذلك ازدياد فى عدد القنوات التليفزيونية المصرية مع تطور فى التقنيات البرامجية يصاحبه اهتمام واسع بما تعرضه هذه القنوات. ولكن ومع ذلك لا يزال المجال الاقتصادى ورغم اهميته ومساسه المباشر بمصالح الجمهور لا يحظى بالأهتمام الكافى من هذه القنوات , وكنتيجة لعزوف القنوات التليفزيونية عن المحتوى الاقتصادى المتخصص اهتمت عدد قليل من الدراسات الإعلامية بالمحتوى الإعلامى الاقتصادى على الرغم من أهميته, فلا يوجد الكثير من الدراسات التى اهتمت بالقضايا الاقتصادية فى القنوات التليفزيونية المصرية أو اهتمت باراء الجمهور فى هذه القضايا ومدى الاستفادة المتحققة منها.

ويعد قطاع الشباب من القطاعات الهامة التى ترتبط حياتها ومستقبلها بالحالة الاقتصادية للبلاد ,كما انه القطاع الفاعل مؤخرا والمحرك لكثير من الشئون الداخلية فى الدولة.

---

*باحثة دكتوراه.

** الأستاذ المتفرغ بقسم الإذاعة والتليفزيون – كلية الإعلام جامعة القاهرة.

*** الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

وبناء على كل ما سبق تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على دور القنوات التليفزيونية المصرية فى طرح القضايا الاقتصادية ,ورأى الشباب فيما تقدمه هذه القنوات من قضايا اقتصادية، ومدى اهتمامه بهذه القضايا,وهل قدمت بالشكل والمضمون المناسب لتشكل معارف وتكون أراء الشباب.

مشكلة الدراسة :

أصبحت القوة الاقتصادية عامل اساسى فى الحفاظ على مكانة الدول واستقلالها بين دول العالم كما أن لها تأثير كبير على السياسة والأمن الداخلى للبلاد. فالأوضاع الاقتصادية تمثل أهمية كبرى فى استقرار الدولة ورضاء الناس عن النظام القائم. ومن ناحية أخرى يمثل قطاع الشباب أهمية كبيرة فى التركيبة السكانية حيث بلغت نسبة الشباب فى الفئة العمرية18-29 عام (23.7%) من تعداد سكان مصر أى حوالى 20 مليون نسمة* ولذلك فمعرفة الشباب بالقضايا الاقتصادية يمثل أهمية كبرى. فالشباب له دور كبير فى المشاركة فى خطط التنمية، كما انه فى مرحلة عمرية تحتاج إلى معدلات من الدخل تساعده على بدء حياته وتكوين أسرة.

وهنا يبرز دور وأهمية الإعلام والتليفزيون باعتباره وسيط جماهيرى هام للغاية – خاصة مع انتشار القنوات التليفزيونية الفضائية – فى توصيل هذه المعرفة للشباب وطرح الحلول والبدائل ومساعدة الشباب على التكيف والتعامل مع المتغيرات الاقتصادية.

ومن هنا تتبلورمشكلة الدراسة فى "الوقوف على دور الإعلام التليفزيونى المصرى فى طرح القضايا الاقتصادية وعلاقة ذلك بتشكيل معرفة الشباب " .

أهمية الدراسة :

1-تناول الدراسة الإعلام الاقتصادى لما يمثله من أهمية فى المرحلة الحالية للدولة وقدرته على المساهمة فى تحقيق التنمية .

2- الوقوف على دور التليفزيون المصرى فى طرح القضايا الاقتصادية من خلال اخضاع مشروع قومى اقتصادى حديث للدراسة .

أهداف الدراسة:

1- تحديد دور القنوات التليفزيونية المصرية فى طرح القضايا الاقتصادية وقدرتها على تشكيل معرفة الشباب نحو هذه القضايا.

2- رصد وتحليل اتجاهات الشباب نحو مشروع محور قناة السويس الجديدة.

3- -تطبيق فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على الشباب فى مجال الاعلام الاقتصادى المتخصص .

الدراسات السابقة :

تتعرض الباحثة للدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة على النحو التالى:

أولا: دراسات عن معالجة وطرح القضايا الاقتصادية تليفزيونيا.

ثانيا: دراسات عن تشكيل معارف الشباب واتجاهاته .

ثالثا: دراسات استخدمت نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام واختبرت فرضيات ومتغيرات النظرية .

أولا: الدراسات السابقة عن معالجة وطرح القضايا الاقتصادية تليفزيونيا

يتضح من الدراسات السابقة **إن أهم القضايا الاقتصادية** التى طرحت من خلال القنوات التليفزيونية هى:

البطالة - الأزمة الاقتصادية العالمية وتداعياتها على مصر - أزمة ارتفاع الأسعار وتكاليف المعيشة - برامج تدريب وتشغيل الشباب - الغش و الفساد الاقتصادى - الغلاء ومخالفة التسعيرة - ومشاكل الإسكان والاحتكار والغش التجارى. ونجد ان هذا يتضح فيما يلى:

توصلت دراسة (جيهان يحي)عن البرامج الدينية [1] ان أكثر قضايا الأسرة التى حظيت باهتمام فى هذه البرامج هى قضايا (الطلاق – تكاليف المعيشة – البطالة– النفقة) كما وجدت دراسة (الهام يونس) [2] عن دور القنوات الفضائية الإخبارية فى إمداد الجمهور المصرى بالمعرفة نحو القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية الداخلية ان (54.6%) من المبحوثين يرون ان جهود الحكومة المصرية لاحتواء الأزمات الاقتصادية غير كافية وهذه الأزمات هى(الأزمة الماليةالعالمية وتداعياتها على مصر وأزمة ارتفاع الأسعار). كما خلصت دراسة (رغدة عيسى) [3] عن معالجة الإذاعة والتليفزيون لقضايا العمل فى المجتمع المصرى إلى أن قضية البطالة جاءت فى المرتبة الأولى فى القضايا الأكثر مناقشة على برامج التليفزيون بنسبة (20.5%) تلتها حقوق المرأة العاملة بنسبة (15.9%) والمرتبة الثالثة برامج تدريب وتشغيل الشباب بنسبة (15.9%)

وعن قضايا الفساد فى المجتمع التى تعالجها الدراما العربية التى يعرضها التليفزيون المصرى وعلاقتها بإدراك الجمهور واتجاهاته نحوها وهل يتطابق واقع قضايا الفساد الذى يعيشه الجمهور أم يختلف عن الصورة المنقولة من خلال عالم الدراما أثبتت دراسة (وجدى حلمى) [4] أن أكثر من نصف المبحوثين(62.1%) يرون أن الدراما العربية بالتليفزيون المصرى تعكس القضايا والمشكلات اليومية فى المجتمع المصرى الى حد ما. وجاءت قضية الفقر وارتفاع الأسعار فى مقدمة القضايا والمشكلات الخاصة بالمجتمع المصرى التى تعرضها الدراما العربية تلتها قضية الفساد ثم أطفال الشوارع ثم مشكلات الزواج ثم قضايا الشباب.

* **وكانت أهم القضايا من وجهة نظر المبحوثين** التى يجب ان تناقش فى التليفزيون: البطالة والهجرة غير الشرعية وعمالة الأطفال وارتفاع أسعار السلع وضرورة مراعاة البعد الاجتماعى للتحول الاقتصادى والركود وبيع شركات القطاع العام. [5]

–ويتضح أن ترتيب القضايا الاقتصادية فى البرامج التليفزيونية يختلف من دراسة الى أخرى. حيث ترى بعض الدراسات (جيهان يحيى – صابر سليمان) [6] إن القضايا الاجتماعية تتقدم فى ترتيبها القضايا الاقتصادية فى البرامج ثم يليها القضايا السياسية (جيهان يحيى) او يليها المشكلات الثقافية والتعليمية ثم الإدارية والخدمية (صابر سليمان). وتتفق معهم (امال الغزاوى) [7] فى ان المدخل الاجتماعى فى مقدمة مداخل التعرض للقضايا الاجتماعية ولكن يليه المدخل الدينى ثم المدخل الاقتصادى.

فى حين ترى دراسات اخرى (الهام يونس – واريج محمد فخر الدين) [8] ان القضايا السياسية جاءت فى مقدمة القضايا التى تعرضها البرامج الإخبارية . فقد توصلت دراسة (اريج فخر الدين) الى ان القضايا السياسية جاءت فى مقدمة القضايا التى تعرضها البرامج الإخبارية بنسبة (58.6%) تليها القضايا الاقتصادية بنسبة (29.7%) ثم الاجتماعية (27%) ثم الحوادث (1.8%) وكانت القضايا المحلية تتصدر هذه القضايا تليها العربية ثم الدولية. أما دراسة (الهام يونس) ترى ان البرامج السياسية الإخبارية فى المركز الأول بنسبة (72.6%) من حيث البرامج التى يحرص مشاهدوا قناة الجزيرة على متابعتها تليها البرامج التى تتناول الحوادث والكوارث بنسبة (41.1%) تليها البرامج التى تتناول الشئون المصرية بنسبة (38.7%).

*وقد أوضحت العديد من الدراسات **أهداف البرامج من طرح المشكلات الاقتصادية كما يلى:**

توصلت دراسة(رغدة عيسى) [9] الى ان الهدف الأول من القضايا المطروحة فى البرامج الإذاعية والتليفزيونية محل الدراسة هو طرح حجم القضية والمشكلة بنسبة (98.6%) ثم فى المرتبة الثانية تقديم أسباب المشكلة بنسبة (70%) ثم فى المرتبة الثالثة تقديم النتائج المترتبة على المشكلة بنسبة (64.3%) فى حين بلغ حرص عينة الدراسة على متابعة البرامج الإذاعية والتليفزيونية التى تناقش قضايا

العمل فى مصر الى (100%). وكانت أسباب اهتمام المبحوثين بمتابعة البرامج التليفزيونية التى تناقش قضايا العمل هى: تناول القضايا بصراحة وجرأة (66%) ثم تقديم أسباب المشاكل والنتائج المترتبة عليها بنسبة (64.3%) ثم تشكيل اتجاهات وآراء نحو القضية بنسبة (60%) ,وتشير نتائج الدراسة الى ان برامج التليفزيون التى تعالج قضايا العمل فى مصر تؤثر بنسبة (47.2%) فى حل هذه القضايا. وهو ما يتفق مع دراسة (رانيا محمود) [10] فى ان أوجه استفادة الشباب من عرض المشكلات فى البرامج الحوارية نسبته (91.5%) واهم أوجه الاستفادة هى معرفة مشكلات المجتمع (50.3%) و معرفة كل جوانب القضية (43.2%) و الاستفادة من الحلول المقدمة (37.2%) وأنها تعبر عما يدور بداخلهم بنسبة (12%)

وهو ما يتفق أيضا مع دراسة (عبد الرحيم سليمان) [11] فى ان المبحوثين يرون ان الأفلام السينمائية التى يعرضها التليفزيون يمكن ان تقوم بدور فى معالجة القضايا والمشكلات الاجتماعية عن طريق عرض وتحليل جوانب القضية او المشكلة (58.9%) وعرض الحلول الممكنة(39.5%).

ثانيا: دراسات عن تشكيل معارف الشباب واتجاهاته

* أوضحت العديد من الدراسات **ارتفاع حجم تعرض الشباب** للقنوات التليفزيونية والفضائية وانتظام مشاهدتهم لها ويظهر ذلك فيما يلى:

دراسة (مجيب الشميرى) [12] توصلت الى ارتفاع نسبة المشاهدة للقنوات الفضائية عامة وللاخبارية خاصة حيث بلغت نسبة المشاهدة العامة لكل من القنوات الفضائية والإخبارية(100%) من اجمالى المبحوثين. كما أشارت الدراسة الى تصدر القنوات الإخبارية لباقى القنوات الفضائية الأخرى من حيث اولوية المشاهدة والتى بلغت نسبتها (73%). وتتفق معها دراسة (إياد البرنيه) [13] التى خلصت الى ارتفاع تعرض الشباب الجامعى الفلسطينى للقنوات الفضائية بصفة عامة والقنوات الإخبارية بصفة خاصة. وتبلغ نسبة الشباب الذين يشاهدون القنوات الفضائية لمدة تزيد عن 3

ساعات يوميا فى دراسة(مصطفى حمدى) [14] (44.29%) كما بلغت نسبة من يشاهدون من ساعة إلى 3 ساعات يوميا (46.19%) وهى فترة تعرض تدخل فى إطار معدل التعرض المرتفع.وهو أيضا ما توصلت اليه دراسة(اتحاد الإذاعة والتليفزيون) [15] من أن (96.3%) من عينة الدراسة من الشباب تشاهد التليفزيون. وفى دراسة (عبد الحميد مؤمن) [16] عن الشباب النوبى استخدمت(45.3%) من العينة التليفزيون بشكل دائم فيما تشاهد (45.7%) من العينة أحيانا. ووجدت دراسة (نصر الروحانى) [17] أن (52%) من أفراد العينة من الشباب اليمنى يشاهدون القنوات الفضائية العربية بصفة منتظمة.

* أوضحت الدراسات السابقة **أن من أهم دوافع وأسباب تعرض الشباب** للقنوات التليفزيونية والفضائية ما يلى:

1- اكتساب معلومات وخبرات ومعرفة الأحداث والقضايا السياسية وهو ما يتضح فى الدراسات التالية:

توصلت دراسة (مجيب الشميرى) [18] إلى أن دوافع التعرض لبرامج الرأى فى القنوات الفضائية الإخبارية دوافع نفعية متعلقة بالجوانب المعرفية والإدراكية ممثلة فى معرفة الأحداث والقضايا السياسية. وذلك ما أتفقت معه دراسة (نجلاء فهمى) [19] فى غلبة دوافع تعرض المبحوثين للمعارف الثقافية النفعية على مثيلاتها الطقوسية. وذلك يتفق مع دراسة (محمد هلال) [20] حيث ترى الدراسة ان الدافع الرئيسى لتعرض الشباب الجامعى للفضائيات هو دافع التعلم واكتساب المعلومات، وهو أيضا أول دوافع التعرض فى دراسة (مصطفى حمدى) [21] بنسبة (66.5%) من أفراد عينة الدراسة. وهو ما توصلت اليه دراسة (فتحية مرابط) [22] حيث ترى تنوع الاشباعات التى تحققها القنوات الفرنسية لدى الشباب الجامعى ومنها الحصول على المعلومات بنسبة (32.25%).

2-التسلية والترفيه وتمضية وقت الفراغ والتخلص من الملل والشعور بالوحدة والاكتئاب ويتضح ذلك فى الدراسات التالية:

توصلت دراسة (عبد الحميد مؤمن) [23] إلى أن أسباب استخدام الشباب للتليفزيون متعددة وجاء أهمها إعجاب المبحوثين من أفراد العينة ببرامج التليفزيون (69.4%) يليه القضاء على الملل وكسر الروتين اليومى بنسبة(66.7%) وتتفق دراسة (محمود مزيد) [24] مع هذه النتيجة حيث توصلت الى ان (80.4%) من عينة الدراسة تشاهد القنوات الفضائية بدافع التسلية والاسترخاء والتخلص من الملل.

كما توصلت دراسة (مصطفى حمدى) [25] إلى أن (46.5%) من عينة الدراسة تشاهد القنوات الفضائية لقضاء وقت الفراغ والتسلية و (32.8%) للتخلص من الشعور بالاكتئاب.

3- الاطلاع على وجهات النظر المتعددة والاستفادة من الحلول المقدمة والتفاعل الاجتماعى كما يلى:

فى دراسة(مجيب الشميرى) [26] على طلاب الجامعات فى اليمن حيث كان من دوافع تعرضهم الاطلاع على وجهات نظر متعددة ومعرفة آراء الناس الآخرين بالإضافة الى بعض الدوافع النفعية الوجدانية مثل تكوين تحليلات متعمقة للقضايا والمشكلات وتكوين الآراء والمواقف السياسية. وهو ما اتفق مع دراسة (نجلاء فهمى) [27] فى اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الثقافية التقليدية والحديثة فكان من الدوافع الحاجة الى التفاعل الاجتماعى مع الآخرين. وتوصلت دراسة (رانيا محمود) [28] عن مدى اعتماد الشباب على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصرى إلى أن أهم أوجه الاستفادة هى معرفة مشكلات المجتمع بنسبة (50.3%) ، معرفة كل جوانب القضية (43.2%) ، الاستفادة من الحلول المقدمة (37.2%) وأيضا تعبر عما يدور بداخله بنسبة (12%).

* وبالنظر إلى الدراسات السابقة يتضح **ان القنوات التى يشاهدها الشباب** تنقسم كما يلى:

1- يفضل الشباب القنوات الفضائية العربية عامة عن القنوات الأجنبية (مصطفى حمدى – نصر سفيان – ثريا البدرى – محمد هلال – اتحاد الإذاعة والتليفزيون- عادل فهمى) [29]

2- تتصدر قناة الجزيرة الإخبارية قائمة المشاهدة لدى غالبية الشباب (مجيب الشميرى- نصر سفيان – إياد سليم- ثريا البدرى- محمد هلال- مصطفى حمدى- حنان سليم- محمود مزيد – اتحاد الإذاعة والتليفزيون). [30]

3- استخدام الشباب للتليفزيون المصرى فى الأحداث الخاصة مثل أحداث الحادى عشر من سبتمبر (عادل عبد الغفار) [31]وأحداث الحرب الانجلوامريكية على العراق (وفاء عبد الخالق). [32]

4- فى صدارة القنوات الفضائية المصرية التى يشاهدها الشباب قناة دريم وقناة المحور والقناة الفضائية المصرية (عبد الحميد مؤمن- حنان سليم- محمود مزيد) [33]

ثالثا: دراسات استخدمت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام واختبرت فرضيات ومتغيرات النظرية.

1- **متغير حجم التعرض** لوسائل الإعلام وعلاقته بالاعتماد عليها.

اتفقت العديد من الدراسات على ان هناك علاقة ارتباطية ايجابية بين حجم وكثافة التعرض لوسائل الإعلام عامة والقنوات الفضائية خاصة وبين الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات.

ففى دراسة (رغدة عيسى) [34] توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين مستوى تعرض الجمهور للإذاعة والتليفزيون وبين درجة اعتمادهم على برامج

الإذاعة والتليفزيون فى الحصول على معلومات تتعلق بقضايا العمل فى مصر. وتوصلت دراسة (وليد فتح الله) [35] إلى ان متغير كثافة استخدام المبحوث لوسائل الإعلام كان الأكثر تأثيرا على اختياره لوسيلة معينة للحصول على الأخبار على اختلاف الموضوعات والحالات فالعلاقة ارتباطية موجبة بين الوسيلة التى يعتمد عليها المبحوثين وبين كثافة الاستخدام.

وقد اتفق مع ما قد سبق دراسة (هبة شاهين) [36] فقد توصلت الى ارتفاع معدل مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية بنسبة (99.5%) سواء تم ذلك فى صورة منتظمة او غير منتظمة ونتيجة لذلك احتلت القنوات الفضائية العربية مركز الصدارة من حيث تعرض المبحوثين لها لمعرفة الأخبار، أى انه كلما زادت المشاهدة والتعرض اعتمد المشاهدون أكثر على القنوات الفضائية لمعرفة الأخبار. وتوصلت (عزة عبد العظيم) [37] إلى وجود علاقة ارتباطيه موجبة بين التعرض للمضمون الذى يعرضه التليفزيون عن المخدرات والاعتماد على هذه الوسيلة لاكتساب معلومات عن تعاطى المخدرات.

وهذا ما أثبته ((A. Grant [38] جرانت وزملاءه حيث توصل إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين زيادة التعرض للتليفزيون وزيادة الاعتماد على التسوق عبر التليفزيون، أى انه كلما زاد التعرض زاد الاعتماد على التسوق التليفزيونى.

وقد اختلفت مع نتائج الدراسات السابقة دراستين (محمد عبد الوهاب الفقيه– جيهان يسرى) [39] فقد انتهت دراسة(محمد الفقيه) الى عدم وجود علاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية كمصدر رئيسى للمعرفة بالقضايا العامة البارزة من ناحية وبين التعرض وكثافة التعرض للنشرات الإخبارية التى تقدمها تلك القنوات الفضائية، او قدر الانتباه الذى يوليه هؤلاء المبحوثون لتلك النشرات الإخبارية من ناحية أخرى. وهو ما اتفقت معه دراسة(جيهان يسرى) حيث توصلت الى عدم وجود علاقة ارتباطية معنوية بين التعرض لكل من الإذاعة والتليفزيون والقنوات الفضائية

والصحافة وبين اعتماد الجمهور على هذه الوسائل الإعلامية كمصادر أساسية للمعلومات عن الانتفاضة وبالتالى فان معدل التعرض لا يؤثر على الاعتماد على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن أحداث الاقصى.

2- متغير العوامل الديموجرافية

اختلفت الدراسات فيما يخص العوامل الديموجرافية كما يلى:

1- النوع

توصلت اغلب الدراسات الى عدم وجود علاقة ارتباطية بين الوسيلة التى يعتمد عليها المبحوث للحصول على الاخبار والمعلومات بصفة عامة وبين نوع المبحوث وبين الاعتماد على وسائل الإعلام بصفة عامة (نجلاء عبد الحميد- لمياء سمير- عبد الرحيم درويش – نصر سفيان- وليد فتح الله- جيهان يسرى- ليلى حسين). [40] وفى المقابل أثبتت بعض الدراسات وجود فروق إحصائية بين النوع وبين نوعية الاعتماد على وسائل الإعلام المصرية والأجنبية فى الحصول على المعلومات.

فتوصلت دراسة (عبد الحميد مؤمن) [41] إلى انه يختلف حجم تعرض الشباب النوبى لوسائل الإعلام المصرية باختلاف متغيراتهم الديموجرافية والشخصية (النوع- الحالة الاجتماعية – المستوى الاجتماعى والاقتصادى- السن – مستوى التعليم – نوع العرق) وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية فى وجود متغير النوع حيث يشاهد الإناث القنوات الفضائية بدوافع نفعية أكثر من الذكور.

وتوصلت(عزة الكحكى) [42] إلى أن الذكور أكثر تعرضا للقنوات الأجنبية من الإناث. وعلى النقيض فقد توصلت (فتحية مرابط) [43] إلى أن الإناث أكثر تعرضا للقنوات الفرنسية من الذكور ، وان الأعلى فى المستوى الاجتماعى الاقتصادى أكثر تعرضا للقنوات الفرنسية من الاقل فى المستوى الاجتماعى الاقتصادى.

2- المرحلة العمرية

وتضاربت فيها ايضا نتائج الدراسات كالتالى:

توصلت دراسة(Louisa Ha)[44]لويزا وزملاؤها الى ان مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعى يعتمدون بشكل اكبر على وسائل الاعلام عبر الانترنت (سواء مسموعة او مرئية)من اجل الحصول على المعلومات ويتجاهلون الوسائل التقليدية واوضحت الدراسة ان السن الاصغر اكثر اعتمادا على وسائل الاخبار الالكترونية لاستقاء المعلومات.وتتفق تلك النتيجة مع دراسة (Daniel Riffe)[45]دانييل ريفى فى انه كلما زاد عمر المبحوث تقل احتمالية اعتماده على الانترنت وتقييمه له على انه افضل فى استقاء المعلومات من الوسائل التقليدية .

كماتوصلت دراسة (الهام يونس) [46] إلى انه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراحل العمرية المختلفة فى الاعتماد على قناة النيل للأخبار، وربما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراحل العمرية المختلفة فى الاعتماد على قناة الجزيرة الإخبارية لصالح الفئة العمرية الاكبر حيث أنها أكثر اعتمادا من الفئات العمرية الأخرى.وتوصلت (لمياء سمير) [47] الى انه لا يختلف حجم التعرض للقنوات الفضائية باختلاف المرحلة العمرية وان كان هناك علاقة ارتباطية بين مستوى المعرفة العامة والمرحلة العمرية. وتتفق معها (جيهان يسرى) [48] فى انه لا توجد علاقة ارتباطيه معنوية بين السن وبين اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن أحداث الاقصى.

3- التعليم

اتفقت العديد من الدراسات على أن عامل التعليم من العوامل الأكثر تأثيرا فى علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام.

فأوضحت دراسة(مصطفى حمدى) [49] وجود تأثير لبعض المتغيرات الوسيطة على العلاقة الارتباطية بين معدل مشاهدة الشباب للقنوات الفضائية العربية والأجنبية واكتساب الخبرة من تلك القنوات والاعتماد عليها فى مواجهة المشاكل الاجتماعية مثل نوع التعليم (التعليم الخاص). وأوضحت دراسة (عادل عبد الغفار) [50] وجود ارتباط ايجابى بين خصائص الطلاب التعليمية ودرجة الاعتماد على مصادر المعلومات المختلفة وان كانت لا توجد هذه العلاقة على مستوى خصائص الطلاب الديموجرافية. وهو ما يتفق مع دراسة (وليد فتح الله) [51] حيث أوضحت وجود علاقة ارتباط موجبة بين الوسيلة التى يعتمد عليها المبحوث للحصول على الأخبار بصفة عامة وبين تخصصه الدراسى.

وأوضحت دراسة هلبرن (Halpern) أن التعليم له[52] تاثير سلبى غير مباشر فى الآراء السياسة لليمينين وان التعليم أسهم فى استخدام أكثر تركيزا لوسائل الإعلام المعارضة غير الرسمية، وظهرت علاقة متعارضة بين التعليم واستخدام وسائل الإعلام الحكومية المصرية. كما ثبت ان التعليم يساهم فى سعى أكثر ايجابية للمعلومات السياسية، ويعد التعليم عامل اساسى فى تقليل الاعتماد على أنظمة وسائل الإعلام المسيطرة على المعلومات السياسية.

وعلى عكس ما سبق أوضحت (نجلاء عبد الحميد) [53] عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمى للمبحوثين وكل من حجم التعرض للمعارف الثقافية موضع الدراسة ودرجة اهتمام المبحوثين بهذه المعارف.

4- المستوى الاجتماعى الاقتصادى

توصلت اغلب الدراسات الى تأثير المستوى الاجتماعى الاقتصادى على معدل التعرض والاعتماد على القنوات الفضائية كالتالى: توصلت دراسة(الهام يونس) [54] إلى أن هناك علاقة بين المستوى الاجتماعى الاقتصادى ودرجة الاعتماد على قناتى النيل للأخبار والجزيرة الإخبارية، حيث أن العلاقة عكسية بين المستوى الاجتماعى

والاقتصادى والاعتماد على قناة النيل للأخبار بمعنى ان أصحاب المستوى الاجتماعى الاقتصادى الاعلى يعتمدون على قناة النيل بدرجة ضعيفة والعكس صحيح، وبالنسبة لقناة الجزيرة وجد أن ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط أكثر اعتمادا من ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع (الذين ربما يعتمدون على قنوات فضائية مدفوعة او أجنبية) وأيضا أكثر من ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض الذين قد لا يمتلكون هوائيات استقبال خاصة ويعتمدون على التليفزيون الارضى أو الوصلة الجماعية التى يتحكم بها صاحب هوائيات الاستقبال. واوضحت دراسة (Daniel Riffe)[55]دانييل ريفى ان الاعلى فى المستوى الاجتماعى الاقتصادى يعتمد فى الحصول على المعلومات المتعمقة اكثر من الانترنت.

كما توصلت دراسة (مصطفى حمدى) [56] الى انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوعية القنوات الفضائية المفضلة لدى الشباب عينة الدراسة فى وجود متغير المستوى الاجتماعى الاقتصادى، حيث يفضل الشباب ذوى المستوى المرتفع مشاهدة القنوات الأجنبية، بينما يفضل الشباب ذوى المستوى المنخفض مشاهدة القنوات العربية، كذلك يشاهد ذو المستوى المرتفع القنوات الفضائية بدوافع تعودية أكثر من ذوى المستوى المنخفض، وفى وجود متغير انتقائية المضمون. وتوضح الدراسة وجود تأثير لبعض المتغيرات الوسيطة على العلاقة الارتباطية بين معدل مشاهدة الشباب للقنوات الفضائية العربية والأجنبية واكتساب الخبرة من تلك القنوات والاعتماد عليها فى مواجهة المشاكل الاجتماعية مثل المستوى الاجتماعى والاقتصادى (المنخفض).

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

تسعى هذه الدراسة إلى:

1- التركيز على القضايا الاقتصادية فقط فى القنوات التليفزيونية المصرية وكيف يمكن طرح هذه القضايا بالشكل البرامجى الفعال الذى يجعلها تصل إلى

المستهدفين منها مع متابعة كيفية وضع الحلول المناسبة لكى تكون الرسالة الإعلامية متكاملة العناصر ويمكنها التأثير ايجابيا على المشاهدين.

2- اختبار فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فى الإعلام الاقتصادى.

3- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة فى البناء المنهجى للبحث.

4- الاستفادة من الدراسات السابقة للارشاد فى تصميم استمارة الاستبيان.

فروض الدراسة:

وفقا لنظرية الأعتماد على وسائل الإعلام وبالرجوع الى الدراسات السابقة فإن الدراسة تسعى إلى اختبار الفروض التالية:

الفــرض الاول :توجد علاقة ارتباطية طردية بين مستوى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية والاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس.

الفرض الثانى :يختلف مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع – نوع التعليم) وذلك على النحو التالى:

أ-يختلف مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس باختلاف أنواع (ذكور- إناث)

ب- يختلف مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس باختلاف نوع التعليم (تعليم حكومى- تعليم خاص)

الفرض الثالث : كلما زاد مستوى اعتماد الأفراد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس كلما زادت التأثيرات (المعرفية – العاطفية – السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التفسيرية التى تستهدف وصف ورصد دور القنوات التليفزيونية المصرية فى طرح ومعالجة القضايا الاقتصادية وبشكل خاص قضية الدراسة (مشروع محور قناة السويس).

منهج الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح(Survey) لعينة من شباب الجامعات المصرية –وذلك لاستحالة إجراء الحصر الشامل لجميع مفردات مجتمع الدراسة – وذلك للتعرف على مدى تعرضهم للقنوات التليفزيونية المصرية ومدى اعتمادهم عليها لمعرفة القضايا الاقتصادية وتأثيرات هذا الاعتماد عليهم.

مجتمع وعينة الدراسة :

تم تطبيق البحث على عينة عمدية متاحة من الشباب الجامعى قوامها (400) مبحوث من جامعات القاهرة الكبرى بواقع 50 طالب من كل جامعة موزعة على النحو التالى:

1- الشباب من جامعات حكومية (جامعة القاهرة- جامعة عين شمس- جامعة حلوان- أكاديمية الفنون)

2-شباب من جامعات خاصة (جامعة الأهرام الكندية- جامعة MSA- جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا – الجامعة الألمانية) .

أدوات جمع البيانات

تم جمع البيانات فى هذه الدراسة من خلال استمارة استبيان* questionnaire تحتوى على مجموعة أسئلة تتضمن المحاور الأساسية للدراسة.

نتائج الدراسة

اولا :النتائج العامة للدراسة

- **مستوى تعرض الشباب عينة الدراسة للقضايا الاقتصادية بالقنوات التليفزيونية**

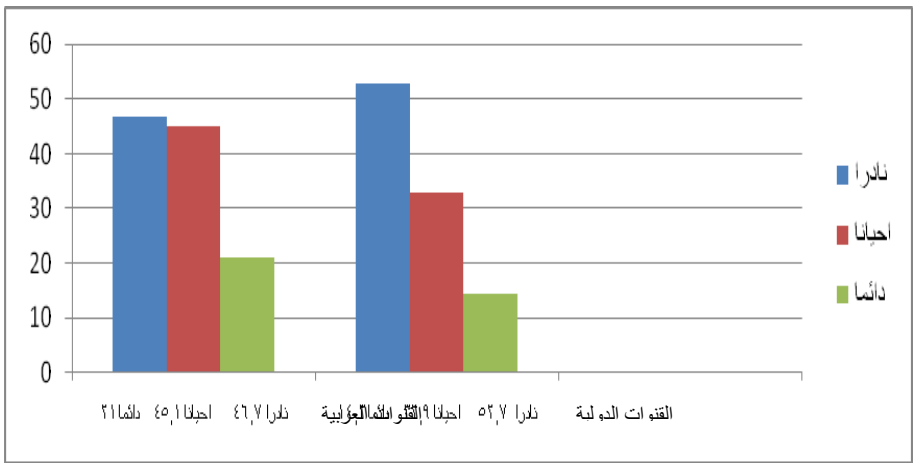
1- مستوى التعرض للقضايا الاقتصادية بالقنوات التليفزيونية المصرية

شكل رقم (1)

مستوى التعرض للقضايا الاقتصادية بالقنوات التليفزيونية المصرية

توضح نتائج الدراسة أن (44.5%) من الشباب المبحوثين نادرا ما يتعرضون للقضايا الاقتصادية بالقنوات التليفزيونية المصرية، بينما يتعرض أحيانا نسبة (34.8%) من الشباب ويتعرض دائما للقضايا الاقتصادية بالقنوات التليفزيونية المصرية (20.7%) من جملة المبحوثين من الشباب ,وتتعارض هذه النتيجة مع نتائج الدراسات السابقة التى اوضحت ارتفاع حجم تعرض الشباب للقنوات التليفزيونية والفضائية وقد يرجع السبب فى ذلك الى عدم جاذبية القضايا الاقتصادية للشباب وتفضيل نوعيات مختلفة من البرامج خاصة مع عدم وجود الوعى الاقتصادى المجتمعى الكافى .

2- مستوى التعرض للقضايا الاقتصادية بالقنوات التليفزيونية العربية والدولية



شكل رقم (2)

مستوى التعرض للقضايا الاقتصادية بالقنوات التليفزيونية العربية والدولية

يتضح من بيانات الدراسة أن النسبة الاكبر من الشباب المبحوثين نادرا ما يشاهدون القضايا الاقتصادية بالقنوات الفضائية العربية بنسبة (46.7%) بينما يشاهدها أحيانا (45.1%) ويشاهدها دائما (21%) من المبحوثين من الشباب. كما تشير النتائج إلى أن (14.3%) من الشباب المبحوثين يشاهدون القضايا الاقتصادية بالقنوات الدولية دائما ويشاهدها (32.9%) أحيانا بينما يشاهدها نادرا النسبة الاكبر من المبحوثين من الشباب وهى (52.7%).

وبناء على ما سبق تجد الدراسة ان الغالبية العظمى من الشباب من المبحوثين لا تشاهد القضايا الاقتصادية بالقنوات التليفزيونية عامة الا نادرا. ويمكن تفسير ذلك فى إطار عدم اهتمام الشباب عامة بالقضايا الاقتصادية، كما ان مواقع التواصل الاجتماعى عبر الانترنت أصبحت مصدر للمعلومات لكثير من الشباب وبالتالى يتقلص تدريجيا دور القنوات التليفزيونية فى مقابلها كما ان اغلب القنوات التليفزيونية

فقدت مصداقيتها لدى الشباب خاصة مع حالة الاستقطاب الشديدة التى تمر بها البلاد بعد الثورات.

3- الاختلاف فى مستوى التعرض بين القنوات التليفزيونية المصرية الارضية والفضائية

جدول رقم (1)

معنوية الاختلاف بين مستوى التعرض للقنوات التليفزيونية المصرية الارضية والفضائية

التعرض	العدد	المتوسط	الانحراف المعيارى	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
التعرض للقنوات التليفزيونية المصرية الارضية	231	3.25	1.94	-14.21	0.000
التعرض للقنوات التليفزيونية المصرية الفضائية	231	6.25	3.04		

العلاقة دالة عند مستوى معنوية اقل من (0.01.) يتضح من بيانات الجدول السابق ان هناك اختلاف فى مستوى التعرض للقنوات التليفزيونية المصرية الأرضية والفضائية، لصالح القنوات الفضائية حيث كانت قيمة اختبار (ت) (-14.21) وهى قمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (0.000). وهذا يعنى أن المبحوثين من الشباب يتعرضون للقنوات التليفزيونية المصرية الفضائية بدرجة اكبر كثيرا من تعرضهم للقنوات التليفزيونية الأرضية.

ولعل السبب فى هذا يرجع إلى ارتفاع مستوى الإنتاج الفنى لبرامج القنوات الفضائية عن القنوات الأرضية بالإضافة إلى قدرتها على استضافة نوعية ضيوف لا تقبل بالظهور على القنوات الأرضية للعديد من الأسباب (ضعف نسبة المشاهدة – عدم القدرة على دفع مقابل مادى للقاء) مع وجود مقدمين برامج من النجوم الأكثر جاذبية للمشاهدين مما يطرح ضرورة دعم منظومة قنوات التليفزيون المصرى بالإمكانيات الفنية والبشرية حتى تستعيد مصداقيتها وتستطيع المنافسة.

4-أسباب مشاهدة القضايا الاقتصادية بالقنوات التليفزيونية

جدول رقم (2)

أسباب مشاهدة القضايا الاقتصادية بالقنوات التليفزيونية

أسباب المشاهدة	العدد	النسبة
لأتعرف على الأخر المستجدات عن الحالة الاقتصادية للبلد	192	%37.8
لأن الحالة الاقتصادية لا تنفصل عن الحالة السياسية والمجتمعية	172	%33.9
للتحدث مع الآخرين فيما يقدم من معلومات	65	%12.8
لا تعرف على الحلول الممكنة للمشاكل الاقتصادية	63	%12.4
لانى اهتم بعالم المال والأعمال	16	%3.1

يتضح من بيانات الجدول السابق أن (37.8%) من المبحوثين من الشباب تشاهد القضايا الاقتصادية بالقنوات التليفزيونية للتعرف على أخر المستجدات عن الحالة الاقتصادية للبلد ثم (33.9%) من المبحوثين يرون أن الحالة الاقتصادية لا تنفصل عن الحالة السياسية والمجتمعية ويليه بنسبة (12.8%) للتحدث مع الآخرين فيما يقدم من معلومات و (12.4%) للتعرف على الحلول الممكنة للمشاكل الاقتصادية.

وتتفق هذه النتيجة مع اغلب الدراسات السابقة التى تجد أن اكتساب معلومات ومعرفة الأحداث والقضايا هى أهم أسباب تعرض الشباب للقنوات التليفزيونية والفضائية. (57)

5-أهم القضايا الاقتصادية المطروحة فى مصر الآن من وجهة نظر المبحوثين من الشباب

جدول رقم (3)

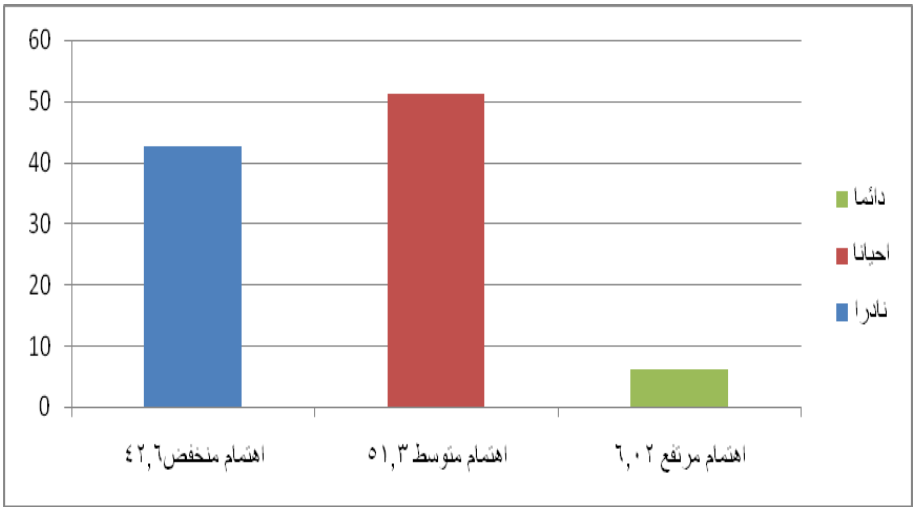
أهم القضايا الاقتصادية المطروحة فى مصر الآن من وجهة نظر المبحوثين من الشباب

القضية	العدد (ك)	النسبة(%)
زيادة الأسعار	156	%29.2
الفساد	139	%26
البطالة	107	%20
المشاريع الاقتصادية العملاقة	68	%12.7
ضعف الإنتاج	65	%12.1

طبقا لبيانات الجدول السابق يرى معظم المبحوثين من الشباب (29.2%) أن قضية ارتفاع الأسعار هى من أهم القضايا الاقتصادية المطروحة فى مصر حاليا تليها قضية الفساد بنسبة (26%) ثم قضية البطالة (20%) ثم المشاريع الاقتصادية العملاقة بنسبة (12.7%) وتتفق بشكل كبير رؤية الشباب لأهم القضايا الاقتصادية المطروحة فى مصر حاليا مع ما عرضته العديد من الدراسات السابقة عن أهم القضايا التى طرحت من خلال القنوات التليفزيونية. [58]

- **معدل اهتمام الشباب بالقضايا الاقتصادية**

1- معدل اهتمام الشباب



شكل رقم (3)

معدل اهتمام الشباب بالقضايا الاقتصادية

يتضح من بيانات الشكل السابق أن(51.3%) من الشباب المبحوثين يهتمون بشكل متوسط بالقضايا الاقتصادية يليه الاهتمام المنخفض بالقضايا الاقتصادية بنسبة (42.6%) بينما يهتم (6.2%) فقط من المبحوثين من الشباب بشكل كبير او مرتفع بالقضايا الاقتصادية.

2- العلاقة بين الاهتمام بالقضايا الاقتصادية والعوامل الديموغرافية

أ- العلاقة بين الاهتمام بالقضايا الاقتصادية والنوع

جدول رقم (4)

الاختلاف بين الذكور والإناث فى معدل الاهتمام بالقضايا الاقتصادية

الفروق	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
الاهتمام بالقضايا الاقتصادية	ذكور	110	1.79	0.670	2.715	0.007
	إناث	257	1.59	0.559		

العلاقة دالة عند مستوى معنوية اقل من 0.01

يوضح الجدول السابق ان هناك فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والاناث فى معدل الاهتمام بالقضايا الاقتصادية حيث بلغت قيمة اختبار (ت)(2.715)عند مستوى معنوية (0.007) وذلك لصالح الذكور اى ان الذكور اكثر اهتماما من الاناث بالقضايا الاقتصادية .

ب-العلاقة بين الاهتمام بالقضايا الاقتصادية ونوع التعليم (حكومى -خاص)

جدول رقم (5)

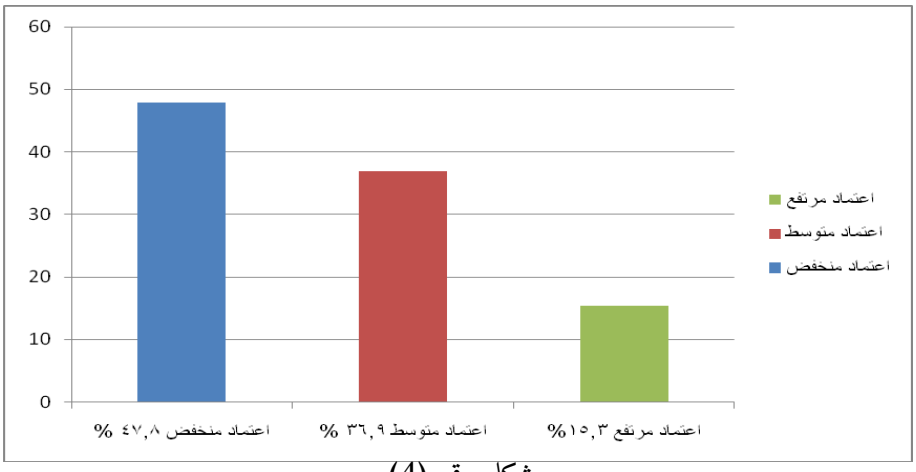
الاختلاف بين التعليم الجامعي الحكومي والتعليم الجامعي الخاص في معدل الاهتمام بالقضايا الاقتصادية

الفروق	نوع التعليم	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
الاهتمام بالقضايا الاقتصادية	تعليم حكومي	199	1.557	0.564	-3.106	0.002
	تعليم خاص	141	1.758	0.619		

العلاقة دالة عند مستوى معنوية اقل من 0.01

يوضح الجدول السابق وجود فروق دالة احصائيا بين الشباب فى اطار التعليم الجامعى الحكومى والشباب فى اطار التعليم الجامعى الخاص من حيث معدل الاهتمام بالقضايا الاقتصادية حيث بلغت قيمة اختبار (ت) (3.106-)عند مستوى معنوية (0.002).وذلك يدل على ارتفاع معدل الاهتمام بالقضايا الاقتصادية لدى الشباب فى التعليم الجامعى الخاص عنه بين الشباب فى التعليم الجامعى الحكومى .

- **معدل اعتماد الشباب على القنوات التليفزيونية المصرية لمتابعة مشروع محور قناة السويس**



شكل رقم (4)

معدل اعتماد الشباب

يتضح من بيانات الشكل السابق معدل الاعتماد المنخفض من الشباب المبحوثين على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس، حيث ان نجد ان (47.8%) من المبحوثين معدل اعتمادهم منخفض على القنوات التليفزيونية المصرية ثم بنسبة (36.9%) اعتمادهم متوسط على القنوات التليفزيونية المصرية فى حين نجد ان (15.3%) من الشباب المبحوثين اعتمادهم مرتفع على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس.

ثانيا نتائج فروض الدراسة

الفرض الأول :

توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين مستوى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية ومستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية في متابعة قضية الدراسة مشروع محور قناة السويس.

ولأختبار مدى صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة معامل بيرسون للارتباط لقياس شدة واتجاه العلاقة الإرتباطية بين المتغير المستقل (الاهتمام بالقضايا الإقتصادية) والمتغير التابع (الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية)

جدول رقم (6)

قيمة معامل "بيرسون" لقياس معنوية العلاقة بين مستوى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية ومستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية في متابعة مشروع محور قناة السويس

متغير تابع / متغير مستقل	مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية		
	قيمة معامل بيرسون	مستوى المعنوية	ن
مستوى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية	0.174	0.001	355

العلاقة دالة عند مستوي معنوية أقل من 0.01

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية ومستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية في متابعة مشروع محور قناة السويس، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.174) وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.001) ويعنى ذلك قبول الفرض بأنه "كلما زاد مستوى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية لدى الشباب كلما زاد مستوى اعتمادهم على القنوات التليفزيونية المصرية في متابعة القضايا الاقتصادية".

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (وديع العزعزى)[58] رغم اختلاف الموضوع حيث أثبتت هذه الدراسة وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على البرامج السياسية في القنوات الفضائية العربية والاهتمام بمتابعة القضاياً السياسية من قبل الشباب الجامعي . ويمكن تفسير ذلك في إطار ان الاهتمام بموضوع ما يدفع الفرد الى البحث عنه فى القنوات التليفزيونية لاستقاء المعلومات عنه وبالتالي الاعتماد عليها.

الفرض الثاني :

يختلف مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية في متابعة مشروع محور قناة السويس باختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع – نوع تعليم).

-نتيجة اختبار الفرض الفرعى أ : ولاختبار مدة صحة هذا الفرض أجرت الباحثة اختبار(ت) T-Test لإيجاد الاختلاف في مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية في متابعة مشروع محور قناة السويس بين الذكور والإناث.

جدول رقم (7)

اختبار "ت" لقياس معنوية الاختلاف بين الذكور والإناث فى مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية في

متابعة مشروع محور قناة السويس.

الفروق	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية في معرفة ومتابعة مشروع محور قناة السويس	ذكور	110	1.644	0.723	-0.463	0.644
	إناث	261	1.685	0.734		

العلاقة دالة عند مستوى معنوية اقل من 0.01

يوضح الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية في معرفة ومتابعة مشروع محور قناة السويس حيث بلغت قيمة اختبار (ت) (0.463) وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (0.644).

-نتيجة اختبار الفرض الفرعي ب : أجرت الباحثة اختبار (ت) T-Test لإيجاد الاختلاف في مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية في متابعة مشروع محور قناة السويس بين التعليم الحكومي والتعليم الخاص.

جدول رقم (8)

نتيجة اختبار "ت" لقياس معنوية الاختلاف بين التعليم الجامعي الحكومي والتعليم الجامعي الخاص في مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية لمتابعة مشروع محور قناة السويس

الفروق	نوع التعليم	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية في معرفة ومتابعة مشروع محور قناة السويس	تعليم حكومي	202	1.668	0.722	0.123	0.902
	تعليم خاص	146	1.678	0.742		

العلاقة دالة عند مستوى معنوية اقل من 0.01

توضح بيانات الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب في الجامعات الحكومية والشباب في الجامعات الخاصة في مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية في متابعة مشروع محور قناة السويس حيث بلغت قيمة اختبار "ت" (0.123) وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (0.902).

ويتضح من كل ما سبق عدم ثبوت الفرض وبالتالى قبول الفرض الاحصائى البديل وهو " عدم وجود اختلاف فى مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية فى

متابعة مشروع محور قناة السويس باختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع– نوع التعليم)"

وتتفق العديد من الدراسات السابقة مع هذه النتيجة فيما يخص (متغير النوع) فقد توصلت اغلب الدراسات التى استخدمت نظرية الاعتماد على عدم وجود علاقة ارتباطية بين الوسيلة التى يعتمد عليها المبحوث للحصول على الأخبار والمعلومات بصفة عامة وبين نوع المبحوث. [59]

ويمكن تفسير ذلك فى إطار ازدياد الوعى لدى الشباب خاصة فى السنوات الأخيرة مع ازدياد عدد القنوات التليفزيونية وإتاحتها، فأصبح الجميع يشاهد بنفس القدر مع اختلاف النوع حيث تتجه الأمور الى التوازن فى مستوى تلقى وفهم القضايا المختلفة للذكور والإناث.

وقد اختلفت فقط مع هذه النتيجة دراسة (مها الطرابيشى) [60] التى توصلت إلى أن الذكور أكثر اعتماد على وسائل الإعلام المصرية بنسبة (66.7%) مقابل (63.6%) من الاناث وأثبتت هذه الدراسة وجود فروق إحصائية بين النوع وبين نوعية الاعتماد على وسائل الإعلام المصري والأجنبية فى الحصول على المعلومات الخاصة بموضوع الدراسة.

لكن تختلف نتيجة الدراسة فيما يخص نوع التعليم مع الدراسات السابقة حيث توصلت دراسة(مصطفى حمدى) [61] الى وجود تأثير لنوع التعليم تحديدا التعليم الخاص فى العلاقة الارتباطية بين معدل مشاهدة الشباب للقنوات العربية الأجنبية والاعتماد عليها فى مواجهة المشاكل الاجتماعية. كما أوضحت دراسة (عادل عبد الغفار) [62] وجود ارتباط ايجابى بين خصائص الطلاب التعليمية ودرجة الاعتماد على مصادر المعلومات المختلفة.

الفرض الثالث:

كلما زاد مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس كلما زادت التأثيرات (المعرفيةو الوجدانية والسلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد.

ولأختبار مدى صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة معامل بيرسون للارتباط لقياس شدة واتجاه العلاقة بين المتغير المستقل (مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس) والمتغير التابع (التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد)

جدول رقم (9)

قيمة معامل بيرسون " لقياس معنوية العلاقة بين مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس والتأثيرات (المعرفية – العاطفية – السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد.

متغير تابع متغير مستقل	الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية		
	قيمة معامل بيرسون	مستوى المعنوية	ن
التأثيرات المعرفية	0.254	0.000	356
التأثيرات الوجدانية	0.021	0.697	345
التأثيرات السلوكية	0.069	0.195	352

العلاقة دالة عند مستوى معنوية اقل من 0.01

1- توضح بيانات الجدول السابق انه توجد علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا الاعتماد حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.254) وهى قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (0.000).

2- كما توضح نتائج الجدول السابق انه لا توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس وبين كلاً من التأثيرات الوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين الاعتماد والتأثيرات الوجدانية (0.021) وهى قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (0.697) كما بلغت قيمة معامل بيرسون(0.69) فى الارتباط بين الاعتماد والتأثيرات السلوكية وهى ايضا قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (0.195).

ويعنى ذلك قبول الفرض فيما يخص التأثيرات المعرفية أى انه "كلما زاد مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس كلما زادت التأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا الاعتماد".

ورفض الفرض فيما يخص التأثيرات (الوجدانية – السلوكية) وقبول الفرض البديل " لا توجد علاقة ارتباطية بين مستوى اعتماد الأفراد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس والتأثيرات (الوجدانية– السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد".

وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات التى توصلت الى أن التأثيرات المعرفية هى أول التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام (نجلاء عبد الحميد، محمد الفقيه، لوجس) [63]

ولكن اختلفت نتيجة الدراسة مع دراسة كلا من (هبة شاهين، إيمان الصياد، مها الطرابيشى، سوزان القلينى) [64] حيث توصلت هذه الدراسات إلى أن التأثيرات الوجدانية (العاطفية) فى الترتيب الأول الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام، ويرجع ذلك إلى طبيعة القضية التى تناقشها هذه الدراسات، فكانت موضوعات هذه الدراسات عن قضايا الإرهاب والشهداء والضحايا فى أزمات الشرق الأوسط وسقوط

الطائرة المصرية فى أمريكا وغيرها من الأزمات مما قد يؤدى الى تقدم التأثيرات الوجدانية عن المعرفية فى هذه الدراسات.

كما اختلفت نتيجة الدراسة مع دراسة جوش باسك[65] حيث أوضحت ان تعرض الشباب لوسائل الإعلام ترتبط ارتباطا ايجابيا بانخراط الشباب فى الأنشطة المدنية كما يساهم فى تنمية كلا من الفعل السياسى والاجتماعى كما يسهل تنمية وتطوير الشبكات الاجتماعية التى يشترك فيها الشباب اى ان التأثيرات السلوكية اهم التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام وهو ما اتفق معه جرانت grant [66]من ان التعرض للتليفزيون يقود الى الاعتماد على التسوق التليفزيونى ومن ثم الى السلوك الشرائى كتأثير للتعرض وبالتالى الاعتماد.

وترى الباحثة أن هذا الاختلاف فى نتائج الدراسات قد يرجع إلى اختلاف الموضوعات التى تطبق عليها كل دراسة البحث كذلك اختلاف الفترة الزمنية والظروف المجتمعية والسياسية المؤثرة .

فمشروع محور قناة السويس مشروع اقتصادى مادى به الكثير من التفصيلات المعرفية المرتبطة بالأرقام والإحصاءات وتبتعد عن النواحى العاطفية والسلوكية، وقد يكون البعد السلوكى للمشروع هو شراء شهادات الاستثمار الخاصة به وهو ما لا يتطلبه الاعتماد على القنوات التليفزيونية لانجازه لانه مرتبط أكثر بالاستثمار المادى.

الخلاصة

1- الغالبية العظمى من الشباب الجامعى لا تشاهد القضايا الاقتصادية بالقنوات التليفزيونية المصرية إلا نادرا وبالتالى معدلات اعتمادهم عليها ضعيف فى متابعة هذه القضايا ومنها قضية البحث (مشروع محور قناة السويس).

2- الشباب يتعرضون للقنوات التليفزيونية المصرية الفضائية بدرجة اكبر كثيرا من تعرضهم للقنوات التليفزيونية المصرية الأرضية.

3- لا تؤثر العوامل الديموغرافية (النوع – نوع التعليم) على مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة قضية الدراسة (مشروع محور قناة السويس) .

4- -معدل اهتمام الشباب بالقضايا الاقتصادية من متوسط إلى ضعيف.

5- يختلف معدل الاهتمام بالقضايا الاقتصادية بأختلاف العوامل الديموغرافية (النوع – نوع التعليم).

6- كلما زاد مستوى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية لدى الشباب كلما زاد مستوى اعتمادهم على القنوات التليفزيونية المصرية في متابعة القضايا الاقتصادية.

7- – توجد علاقة ارتباطيه موجبة بين مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا الاعتماد.

8- – لا توجد علاقة ارتباطيه بين مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس والتأثيرات العاطفية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد.

ما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية

1-المزيد من الدراسات على معالجة القضايا والمشكلات الاقتصادية فى القنوات التليفزيونية.

2-هناك تعارض فى نتائج الدراسات التى استخدمت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام واختبرت فرضياتها، كما ان الدراسات التى اتفقت على وجود تأثير كناتج للاعتماد أوضحت ان هناك اختلاف فى ترتيبه معرفى ام عاطفى ام سلوكى وفقا للقضية المطروحة لكل دراسة وهو ما يستدعى المزيد من الدراسات والأبحاث فى هذا المجال.

المراجع

(1) جيهان سيد احمد ابراهيم يحيى (2011) " معالجة قضايا الأسرة فى البرامج الدينية بالفضائيات العربية ودورها فى تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها " رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة الأزهر – كلية الدراسات الاسلامية والعربية – شعبة الصحافة والإعلام – قسم الإذاعة والتليفزيون).

(2) الهام يونس احمد (2010)" العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصرى واتجاهاته نحوها " رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة – كلية الإعلام – قسم الإذاعة والتليفزيون).

(3) رغدة محمد عيسى (2009) " معالجة الإذاعة والتليفزيون لقضايا العمل فى المجتمع المصرى ودورها فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحوها " رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة – كلية الإعلام – قسم الإذاعة والتليفزيون)

(4) وجدى حلمى عيد عبد الظاهر " معالجة الدراما العربية التى يعرضها التليفزيون المصرى لقضايا الفساد فى المجتمع وعلاقتها بإدراك الجمهور واتجاهاته نحوها" رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة – كلية الإعلام- قسم الإذاعة والتليفزيون).

(5) رغدة محمد عيسى (2009) – مرجع سابق

السيد البهنسى حسن (2001) – مرجع سابق

عبد الرحمن محمد الشامى (1997) مرجع سابق

(6) جيهان احمد ابراهيم يحيى (2001) – مرجع سابق

- صابر سليمان عسران (1993) " دور التمثيلية الاذاعية فى معالجة مشكلات المجتمع " رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام – قسم اذاعة وتليفزيون)

(7) أمال حسن الغزاوى (1992) " معالجة القضايا الاجتماعية فى التليفزيون " رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام- قسم الإذاعة والتليفزيون).

(8) اريج فخر الدين(2005) القضايا التى تعالجها البرامج الإخبارية التى ينتجها قطاع الأخبار بالتليفزيون المصرى" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة – كلية الإعلام- قسم الإذاعة والتليفزيون)

- الهام يونس احمد (2010) مرجع سابق

(9) رغدة عيسى (2009) – مرجع سابق

10 رانيا احمد محمود (2007)" مدى اعتماد الشباب على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصرى " المؤتمر السنوى الثالث عشر: الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعى للمواطن العربى (جامعة القاهرة – كلية الإعلام).

11 عبد الرحيم سليمان درويش (2002) " معالجة الأفلام السينمائية المصرية التى يعرضها التليفزيون المصرى للقضايا الاجتماعية وأثرها على الشباب " رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام – قسم الإذاعة والتليفزيون).

12 مجيب احمد حازم الشميرى (2011) " دور برامج الرأى فى الفضائيات الإخبارية العربية فى تدعيم المشاركة السياسية لدى طلاب الجامعات فى اليمن " رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة – كلية الإعلام- قسم الإذاعة والتليفزيون)

13 إياد سليم البرنيه (2005) " استخدامات الشباب الفلسطينى فى قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس – كلية الآداب – قسم الإعلام)

14 مصطفى حمدى احمد محمد (2010)" اثر التعرض للقنوات الفضائية العربية والأجنبية على السلوك الاجتماعى للشباب المصرى " رسالة دكتوراه غير منشورة(جامعة المنيا – كلية الآداب – قسم الإعلام)

15 اتحاد الإذاعة والتليفزيون ومركز بحوث الراى العام (2002) " الشباب المصرى والتليفزيون : محددات السلوك والاتصال" بحث غير منشور (القاهرة : الاتحاد، 2002)

16 عبد الحميد ماهر مؤمن (2009) " استخدامات الشباب النوبى لوسائل الإعلام المصرية والاشباعات التى تحققها لهم" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام – قسم العلاقات العامة والإعلان)

17 نصر سفيان الروحانى (2005) " علاقة المراهقين بالقنوات الفضائية : دراسة تطبيقية فى الحضر والريف اليمنى" رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة – معهد الدراسات والبحوث العربية – قسم الاعلان)

18 مجيب احمد حازم الشميرى (2011) – مرجع سابق.

19 نجلاء عبد الحميد فهمى الجمال (2011) " اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الثقافية التقليدية، والحديثة كمصدر لمعارفهم الثقافية" رسالة دكتوراه غير منشورة " (جامعة القاهرة – كلية الإعلام – قسم العلاقات العامة الإعلان)

20 محمد هلال محمد (2002) " مرجع سابق.

21 مصطفى حمدى احمد محمد (2002)" استخدامات المراهقين للقنوات الإخبارية والاشباعات المتحققة" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنيا – كلية الآداب).

22 فتحية مرابط (2001)" استخدامات طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وما تحققه من اشباعات" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة – كلية الإعلام – قسم الإذاعة والتليفزيون)

24 محمود مزيد(2002) مرجع سابق

25 مصطفى حمدى احمد محمد (2002) – مرجع سابق

26 عزة الكحكى (2004)" القنوات الفضائية الأجنبية وانعكاساتها على الهوية أزمة القيم لدى عينة من الشباب العربى فى مرحلة المراهقة" المؤتمر العلمى العاشر لكلية الإعلام" الإعلام المعاصر والهوية العربية، الجزء الأول (جامعة القاهرة- كلية الإعلام) ص ص 323-375.

27 مجيب احمد حازم الشميرى (2011) – مرجع سابق.

28 رانيا احمد محمود (2007) – مرجع سابق.

29 مصطفى حمدى أحمد (2010) – مرجع سابق.

- نصر سفيان الروحانى (2005) – مرجع سابق .
- ثريا البدرى (2004) – مرجع سابق .
- محمد هلال (2003) –مرجع سابق .
- اتحاد الإذاعة والتليفزيون ومركز بحوث الرأى العام (2002) – مرجع سابق .
- عادل فهمى البيومى (2000) " علاقة مضمون القيم لدى الشباب الجامعى بالتعرض للاذاعة والتليفزيون" المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، العدد الرابع.

30 مجيب احمد حازم الشميرى (2011)- مرجع سابق

- نصر سفيان الروحانى (2005)- مرجع سابق
- اياد سليم البرنيه (2005) – مرجع سابق .
- ثريا البدرى (2004) – مرجع سابق
- محمد هلال (2003) – مرجع سابق
- مصطفى حمدى(2002) – مرجع سابق .
- حنان سليم وحسام سلامة(2002) – مرجع سابق .
- محمود مزيد (2002) – مرجع سابق .
- اتحاد الاذاعة والتليفزيون ومركز بحوث الرأى العام (2002) – مرجع سابق

31 عادل عبد الغفار (2003)" مصادر معلومات طلاب الجامعات المصرية لمتابعة أحداث الحادى عشر من سبتمبر وتوابعها " المجلة المصرية لبحوث الإعلام ,العدد العشرون,يوليو-سبتمبر 2003 ,ص ص 297-335 .

32 وفاء عبد الخالق ثروت(2003)"العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوى معرفة الشباب الجامعى بأحداث الحرب الانجلوأمريكية على العراق فى اطار نظرية فجوة المعرفة" المجلة المصرية لبحوث الإعلام ,العدد العشرون,يوليو- سبتمبر 2003,ص ص 65 – 126.

33 عبد الحميد مؤمن (2009)- مرجع سابق .

- حنان سليم وحسام سلامة (2002) مرجع سابق

- محمود مزيد (2002) – مرجع سابق

34 رغدة محمد عيسى (2009) – مرجع سابق .

35 وليد فتح الله بركات (2003) "اعتماد الشباب الجامعى الكويتى على وسائل الإعلام فى المعرفة بالقضايا العربية والدولية" المجلة المصرية لبحوث الإعلام , العدد الثامن عشر .ص ص 73-115.

36 هبه امين احمد شاهين(2001)"استخدامات الجمهور المصرى للقنوات الفضائية العربية"رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام- قسم الإذاعة والتليفزيون).

(37) Azza Abd EL. Azim Mohamed(1993)"Television dependency and knowledge of drug abuse among Egyptian adult"Master degree thesis(Cairo- The American University in Cairo).

(38) August E.Grant,K.Kendall Guthrie&Sandra J.Ball Rokeach(1991)" Television shopping ;Media system Dependency perspective" communication research , vol 18,No 6, pp 773-798 .

39 محمد عبد الوهاب الفقيه (2002)" العلاقة بين الاعتماد على القنوات التليفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية فى المجتمع اليمنى" رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة القاهرة –كلية الإعلام- قسم الإذاعة والتليفزيون)

- جيهان يسرى (2001)" مصادر معلومات الجمهور المصرى عن احداث انتفاضة الاقصى" المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد الثانى، ص ص199-240.

40 نجلاء عبد الحميد (2011) – مرجع سابق .

- لمياء سمير (2007)" تأثير التعرض للأخبار والبرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية على المستوى المعرفى للجمهور المصرى" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة – كلية الإعلام – قسم الإذاعة والتليفزيون) .

- عبد الرحيم احمد سليمان درويش (2005)" واقع استخدام الجمهور المصرى واتجاهاته نحو التليفزيون : دراسة فى مستقبل التليفزيون المصرى " المؤتمر العلمى السنوى الحادى عشر : مستقبل وسائل الإعلام العربية: الجزء الثانى , 3-5 مايو 2005(جامعة الفاهرة – كلية الإعلام) .

- نصر سفيان الروحانى(2005) – مرجع سابق .

- وليد فتح الله بركات (2003) – مرجع سابق .

- جيهان يسرى (2001) – مرجع سابق .

- ليلى حسين محمد السيد (1998) – مرجع سابق .

41 عبد الحميد مؤمن (2009) – مرجع سابق .

42 عزة الكحكى (2004) – مرجع سابق .

43 فتحية مرابط (2001) – مرجع سابق .

44Louisa ha ,Kisung yoon &Xiaoqun zhang(2013)"consumption and dependency of social network sites as a news medium;A comparison between college student and general population" journal of communication and media research,available at http://scholarworks.bgsu.edu/smc.

45Daniel Riffe,Stephen Lacy&Miron Varouhakis(2008)"Media system dependency theory and using the internet for in-depth specialized information"available at www.scripps.ohaiou.edu/wjmcr/vol 11.

46 الهام يونس (2010) – مرجع سابق .

47 لمياء سمير(2007) – مرجع سابق .

48 جيهان يسرى(2001) – مرجع سابق.

49 مصطفى حمدى احمد محمد (2010) – مرجع سابق

50 عادل عبد الغفار(2003) – مرجع سابق .

51 وليد فتح الله بركات (2003) – مرجع سابق .

52 Pablo Halpern (1994)" Media dependency and political perceptions in an authoritarian political system"Journal of communication , Vol.44 , No.4 , pp 39-52 .

53 نجلاء عبد الحميد فهمى الجمال(2011) – مرجع سابق .

54 الهام يونس احمد (2010) – مرجع سابق .

55Daniel Riffe,Stephen Lacy&Miron Varouhakis(2008).op.cit.

56 مصطفى حمدى احمد محمد (2010) – مرجع سابق .

57 مجيب احمد حازم الشميرى(2011) . مرجع سابق

نجلاء عبد الحميد فهمى الجمال(2011) . مرجع سابق .

محمد هلال محمد (2002). مرجع سابق

مصطفى حمدى احمد (2002). مرجع سابق

فتحية مرابط (2001) .مرجع سابق

جيهان يسرى (1998) .مرجع سابق

58 جيهان سيد احمد ابراهيم يحيى (2011) .مرجع سابق

الهام يونس احمد (2010) – مرجع سابق .

رغدة محمد عيسى (2009) مرجع سابق

وجدى حلمى عيد عبد الظاهر (2009) مرجع سابق

السيد البهنسى حسن (2001) مرجع سابق

59 وديع العزغزى (2007) "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني" مجلة شئون العصر (اليمن – المركز اليمنى للدراسات الاستراتيجية 1428هـ)

59- نجلاء عبد الحميد (2011) - مرجع سابق

- لمياء سمير (2007) – مرجع سابق .

-عبد الرحيم احمد سليمان درويش (2005)- مرجع سابق

-نصر سفيان الروحانى (2005) - مرجع سابق

-وليد فتح الله بركات (2003)- مرجع سابق

-جيهان يسرى (2001) - مرجع سابق

60- مها كامل الطرابيشى (2001)- مرجع سابق

61- مصطفى حمدى احمد محمد (2010)- مرجع سابق

62- عادل عبد الغفار (2003) -مرجع سابق

63- نجلاء عبد الحميد فهمى الجمال (2011) مرجع سابق

64- هبة شاهين (2014) المسئولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام فى تناول قضايا الإرهاب

- ايمان الصياد (2003) – مرجع سابق

- مها كامل الطرابيشى (2001) – مرجع سابق

- سوزان حسن القلينى (1998) – مرجع سابق

65 pasek, josh & kenski kate (2006) op cit

66 august E. Grant, k. kendall Guthire & Sandra. J. Ball Rokeach (1995) opcit

* بيان للجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء بمصر (2014) بمناسبة اليوم العالمى للشباب