

مجلة العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٩ = ١.٥٠

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠١٩ = ٠.١٣٢١

توربية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثامنة - العدد السادس والعشرون - يناير / مارس ٢٠٢٠م

... ص ١١

أولاً- اعتماد المجلة لعام ٢٠١٩م من المجلس الأعلى للجامعات في مصر
ثانياً- بحوث باللغة العربية:

- رؤية النخبة الأكاديمية في تحقيق مفهوم الجودة بأقسام العلاقات العامة بالجامعات السعودية
أ.د. عزة مصطفى الكحكي (جامعة أم القرى)
زينب أبو عمر فضل الحق الرمضاني (جامعة أم القرى) ... ص ١٥
- تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف:
دراسة ميدانية على عينة من المصريين المقيمين في المملكة العربية السعودية
د. محمد بسيوني جبريل (جامعة الأزهر) ... ص ٥٩
- فعالية الأفلام التربوية القصيرة في خفض التمر الإلكتروني لدى طلاب المرحلة الثانوية
د. إيمان عاشور سيد حسين (جامعة المنيا) ... ص ١٠٧
- العوامل المؤثرة على الصورة الذهنية المدركة لتوظيفة العلاقات العامة: دراسة ميدانية على عينة من طالبات قسم الإعلام بجامعة أم القرى
أ.م.د. رشا عبد الرحيم مزروع (جامعة أم القرى)
شيماء إبراهيم مسرحي (جامعة أم القرى) ... ص ١٥٣
- العلاقة بين اتجاهات الشباب نحو إعلانات المشاهير ونيتهم الشرائية للمنتج المعلن عنه: دراسة ميدانية
د. ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي (جامعة فاروس) ... ص ١٨٧
- الاتجاهات البحثية الحديثة نحو توظيف الإعلام الجديد في العلاقات العامة والدبلوماسية العامة:
ورقة تحليلية من المستوى الثاني
عماد المديفر (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية)
أسامة المحيا (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية)
هاني الغامدي (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية)
إبراهيم الرشيد (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ٢٢٩
- استخدام المؤسسات التطوعية الإماراتية لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي:
دراسة تطبيقية علي القائم بالاتصال
نورة أحمد يوسف محمد (جامعة الشارقة) ... ص ٢٦١
- ثالثاً- ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:
- استخدام قنوات الأخبار (العربية والجزيرة) لتويتر لنشر الأخبار العاجلة
حسن أحمد أبو شريفة (جامعة جازان) ... ص ٢٩٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢٠ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مديرا التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د. محمود يوسف مصطفى

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام
لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة
جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام واللسن
جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي (تونس)

أستاذ مشارك بكلية الاتصال
جامعة الشارقة

أ.م.د. سهاد عادل جاسم (العراق)

أستاذ مساعد العلاقات العامة بكلية الآداب
الجامعة المستنصرية

أ.م.د. فؤاد علي سعدان (اليمن)

الأستاذ المساعد ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة اليرموك

د. نصر الدين عبد القادر عثمان (السودان)

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام
جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

صيري محمد سليمان

مدققا اللغة العربية

د. السيد عبد الرحمن علي

مدقق اللغة الإنجليزية
أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام
جامعة السويس

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجزيرة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبى

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. حسن عماد مكاوي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالمي للعلوم الإعلام

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة في كلية الإعلام بجامعة اليرموك

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل



جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكييمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١.٤٨ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٨م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصليًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold، وهوامش الصفحة من جميع الجهات

- (٢٠٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
 - يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
 - في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
 - إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
 - يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٠٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض لمن يحمل العضوية العلمية بالجمعية. وتخفيض (٥٠٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
 - يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
 - لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$٥.
 - يتم تقديم خصم من قيمة النشر العلمي لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة (١٠٪) ولأى عدد من المرات خلال العام.
 - يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
 - ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
 - ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
 - ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
 - نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠، ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
 - بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
 - بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
 - جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
 - تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

في بداية العام الثامن ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها خمسة وعشرون عددًا متتابعين، تضم أبحاثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط — وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) — وجد فيها الأساتذة الراجبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤. في عام ٢٠١٦م، ومعدل ١.٥٠ في عام ٢٠١٩م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص العلوم الاجتماعية "متداخلة التخصصات" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى. كما صنفت كذلك في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي ضمن الفئة "الثانية Q2" وهي الفئة الوسطى المرتفعة، كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٦) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة" وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - دار نشر العلوم الطبيعية الأمريكية وقاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة").

وفي العدد السادس والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة وللأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد تقرير اعتماد المجلة لعام ٢٠١٩م من قبل المجلس الأعلى للجامعات في مصر بالتعاون مع الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية بأكاديمية البحث العلمي وبنك المعرفة المصري.

وعلى صعيد البحوث الواردة في العدد " السادس والعشرين" من المجلة نجد:-

بحثاً مقدماً من جامعة أم القرى بالمملكة العربية السعودية تحت عنوان: "رؤية النخبة الأكاديمية في تحقيق مفهوم الجودة بأقسام العلاقات العامة بالجامعات السعودية"، وهو مقدم من: أ.د. عزة مصطفى الكحكي، من مصر، زينب أبو عمر الرمضاني، من السعودية.

وقدم: د. محمد بسيوني جبريل، من مصر، جامعة الأزهر، - دراسة ميدانية على عينة من المصريين المقيمين في المملكة العربية السعودية - عن: "تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف".

ومن جامعة المنيا قدمت: د. إيمان عاشور سيد حسين، من مصر، بحثاً بعنوان: "فاعلية الأفلام التربوية القصيرة في خفض التتمر الإلكتروني لدى طلاب المرحلة الثانوية".

ومن جامعة أم القرى كذلك قدمت كل من: أ.م.د. رشا عبد الرحيم مزروع، من مصر، وشيماء إبراهيم مسرحي، من السعودية دراسة ميدانية مشتركة على عينة من طالبات قسم الإعلام بجامعة أم القرى بعنوان: "العوامل المؤثرة على الصورة الذهنية المدركة لوظيفة العلاقات العامة".
ومن جمهورية مصر العربية قدمت د. ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي "جامعة فاروس"، بحثاً بعنوان: "العلاقة بين اتجاهات الشباب نحو إعلانات المشاهير ونيتهم الشرائية للمنتج المعلن عنه: دراسة ميدانية".

ومن السعودية قدم كل من: عماد المديفر، أسامة المحيا، هاني الغامدي، إبراهيم الرشيد، وهم باحثون دكتوراة في قسم العلاقات العامة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ورقة تحليلية من المستوى الثاني بعنوان: "الاتجاهات البحثية الحديثة نحو توظيف الإعلام الجديد في العلاقات العامة والدبلوماسية العامة".

ومن جزر القمر قدمت نورة أحمد يوسف محمد- جامعة الشارقة- بحثاً بعنوان: "استخدام المؤسسات التطوعية الإماراتية لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي: دراسة تطبيقية علي القائم بالاتصال".

ومن جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية قدم حسن أحمد أبو شريفة بحثاً باللغة الإنجليزية بعنوان: "استخدام قنوات الاخبار (العربية والجزيرة) لتويتر لنشر الاخبار العاجلة".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

اعتماد المجلة لعام ٢٠١٩م من المجلس الأعلى للجامعات في مصر





الصفحة الرئيسية

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	6.5	1110-9297	2682-292X
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة. الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	2314-8721	2314-873X
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	2536-9393	
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	إتحاد الجامعات العربية	4	2356-9891	
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	2536-9237	
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	اكاديمية الشروق	3.5	2357-0407	
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	2356-9131	
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	2356-914X	
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	2356-9158	
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	1110-5836	
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	1110-5844	

حقوق الملكية الفكرية © 2020 محفوظة لوحدة نظم المعلومات الإدارية ودعم اتخاذ القرار بمركز الخدمات الإلكترونية والمعرفية - المجلس الأعلى للجامعات

**تعرض المفترين للصحف الإلكترونية المصرية وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم
نحو تحرير سعر الصرف: دراسة ميدانية على عينة من المصريين المقيمين
في المملكة العربية السعودية**

إعداد

د. محمد بسيوني جبريل (*)

(*) مدرس الصحافة والنشر في كلية الإعلام - جامعة الأزهر.

د. محمد بسيوني جبريل: " تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم "

تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف: دراسة ميدانية على عينة من المصريين المقيمين في المملكة العربية السعودية

د. محمد بسيوني جبريل
drmbasiony74@gmail.com
جامعة الأزهر

ملخص:

تستهدف هذه الدراسة التعرف على علاقة تعرض المغتربين المصريين في المملكة العربية السعودية للصحف الإلكترونية المصرية بتشكيل اتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف، وقام الباحث بتوظيف منهج المسح الإعلامي بالعينة، مستخدماً الاستبانة الإلكترونية في جمع البيانات من عينة الدراسة البالغ قوامها (٣٠٠) مفردة، تم اختيارهم باستخدام عينة كرة الثلج.

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي: -

- أشارت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض عينة الدراسة للصحف الإلكترونية المصرية واتجاهاتهم نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف.
 - أثبتت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من المتغيرات التالية: النوع، سنوات الإقامة، طبيعة العمل، واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري.
 - كشفت النتائج عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من المتغيرات التالية: الفئة العمرية، المؤهل، مستوى الدخل، واتجاهات عينة الدراسة نحو تحرير سعر الصرف.
 - وأوصت الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات حول المغتربين المصريين وعلاقتهم بالوطن، وألا تقتصر هذه الدراسات على علاقتهم بالقضايا والأحداث السياسية فقط.
- الكلمات المفتاحية:** المغتربين، الصحف الإلكترونية، تشكيل الاتجاهات، سعر الصرف.

مقدمة:

أصدر البنك المركزي المصري في الثالث من شهر نوفمبر من العام ٢٠١٦ قراره التاريخي بتحرير سعر الصرف "تعويم الجنيه"، ومنذ ذلك التاريخ تحديداً أصبح سعر "الجنيه المصري" أمام العملات الأجنبية في قائمة اهتمامات المصريين في الداخل والخارج على السواء، فاهتمام المصريين في الداخل بسعر الجنيه أمام العملات الأجنبية باعتبار أنه يؤثر تأثيراً مباشراً في حياتهم المعيشية، فارتفاع أسعار العديد من السلع والخدمات أصبح مرتبطاً - في جانب كبير منه - بسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية، أما اهتمام المصريين بالخارج بسعر الجنيه أمام العملات الأجنبية

فمرده إلى أن سعر الجنيه أمام العملات الأجنبية يؤثر تأثيراً كبيراً في استثماراتهم في الوطن من جانب، فضلاً عن اهتمام المصريين في الخارج باستثمار عائدات الغربة من جانب آخر.

نتيجة لكل هذا أصبح قرار "تعويم الجنيه" وما أحدثه من تداعيات على كافة المستويات يتصدر اهتمامات المصريين في الخارج، فقد لاحظ الباحث من خلال إقامته في المملكة العربية السعودية أن سؤال المصريين عن سعر الجنيه أمام الدولار الأمريكي من أكثر التساؤلات التي يرددها المصريون في جلساتهم الخاصة، فضلاً عن التوقعات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية، والتي يترتب عليها إما تحويل المغتربين لمدخراتهم من العملات الأجنبية أو الاحتفاظ بهذه المدخرات على أمل المزيد من الانهيار للعملة المحلية أمام العملات الأجنبية.

كما لاحظ الباحث-أيضاً-أن الكثير من الاتجاهات التي يتبناها المصريون في الغربة نحو "تعويم الجنيه" كانت نتاجاً طبيعياً لمتابعتهم لما تنشره وسائل الإعلام سواءً المصرية أو الأجنبية في هذا الصدد، من هنا جاء إحساس الباحث بمشكلة الدراسة والتي تتمثل في علاقة تعرض المغتربين المصريين في المملكة العربية السعودية للصحف الإلكترونية المصرية بتشكيل اتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف.

أيضاً تقتصر غالبية الدراسات العلمية التي تتناول علاقة المغتربين بالوطن على القضايا والأحداث السياسية، بينما يتراجع اهتمام هذه الدراسات بعلاقة المغترب بالقضايا والأحداث الأخرى كالاقتصادية والاقتصادية والثقافية، بالرغم من أهمية المغتربين المصريين بالنسبة للاقتصاد المصري باعتبارهم مصدراً مهماً من مصادر تزويد السوق المحلي بالعملات الأجنبية، لا سيما في ظل تراجع عائدات قطاع "السياحة"، وغيرها من القطاعات الأخرى وهو ما يضيف المزيد من الأهمية حول إجراء هذا الدراسة.

الدراسات السابقة:

بالإطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة أمكن تقسيمها إلى محورين رئيسيين هما: -

(المحور الأول) دراسات تتناول القضايا الاقتصادية وعلاقتها بوسائل الإعلام ومن نماذج هذا النوع من الدراسات ما يلي: -

دراسة (Damstra,A. & Boukes,M (2018) ^(١) التي حاولت التعرف على تأثير الاقتصاد الحقيقي في الأخبار الاقتصادية في الصحف الهولندية في الفترة من ٢٠٠٢م حتى ٢٠١٥م، بالإضافة إلى دراسة تأثير الأخبار الاقتصادية في المفاهيم الاقتصادية العامة. وأظهرت نتائج الدراسة إلى أن

الجمهور من خلال تعرضه للأخبار المشوهة عن الاقتصاد يميل إلى السلبية في توقعاته للاقتصاد وليس على تقييمه، كما أشارت النتائج إلى ضرورة التمييز بين القرارات التي يتبناها الجمهور مستقبلاً وتلك التي يتبناها بأثر رجعي.

واستهدفت دراسة إلهام يونس أحمد (٢٠١٧م) ^(٢) الكشف عن اتجاهات الجمهور نحو مصداقية المواقع الإخبارية، وتحديد اتجاهات الجمهور نحو معالجة هذه المواقع للقضايا الاقتصادية والتأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية للمواقع الإخبارية نحو القضايا الاقتصادية كنتاج للاعتماد على هذه المواقع. وأظهرت نتائج الدراسة أنه توجد علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين مصداقية المواقع الإخبارية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو الأوضاع الاقتصادية، كما أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين الدوافع النفعية والتأثيرات المعرفية بقضايا الدراسة.

وتطرق دراسة Arjen van, D.& et al (2017) ^(٣) إلى كيفية تغطية الأخبار الاقتصادية في فترات الركود والازدهار الاقتصادي، حيث ركزت الدراسات السابقة على كيفية تغطية وسائل الإعلام للتطورات الشهرية للاقتصاد، بدلاً من تباين التغطية خلال الدورة الاقتصادية الكاملة. وتوصلت الدراسة من خلال تحليل عينة من الصحف الدانماركية خلال الفترات الزمنية المختلفة (١٩٩٦ - ٢٠١٢م) إلى أن التغطية الإعلامية للأخبار الاقتصادية خلال فترة الركود الاقتصادي كانت أكثر سلبية ووضوحاً، بينما في فترات الازدهار الاقتصادي أصبحت الأخبار الاقتصادية أكثر إيجابية وأقل وضوحاً.

وتحاول دراسة Antonis, K.(2017) ^(٤) إلقاء الضوء على الظروف التي يؤثر فيها التعرض لمحتوى وسائل الإعلام على التوقعات الاقتصادية الشخصية، بالإضافة إلى التعرف على مصادر المعلومات التي تؤثر في هذه التوقعات. وتوصلت الدراسة إلى أن التعرض لأخبار البطالة في الصحف النصفية كانت مؤشراً مهماً للتوقعات الاقتصادية الشخصية.

وركزت دراسة أحمد السمان (٢٠١٧م) ^(٥) على إبراز العلاقة بين التعرض لإعلانات حملة "الإصلاح الجريء"، والاتجاه نحو الإصلاح الاقتصادي في مصر مستخدماً نظرية "الذيل الطويل" (Long Toil Theory) كإطار نظري لتحليل العملية الدعائية التي تم في إطارها تسويق الإصلاحات الاقتصادية عبر حملة الإصلاح الجريء. وأثبتت الدراسة عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية نحو التعرض للحملة والتوجه الإيجابي نحو الإصلاح الاقتصادي، وأن التوجه الإيجابي يزداد بين الفئات الأكبر سناً.

وهدفت دراسة Engy Azzam Tewfik (2016) ^(٦) التعرف على الأطر الإخبارية للسياسة النقدية المصرية في مواقع الصحف المحلية من خلال الرؤى المختلفة لهذه المواقع عن "تعويم الجنيه" في ٢٠١٦م وذلك من خلال رصد الاختلاف بين الأطر الإخبارية لتغطية مواقع عينة من الصحف المصرية الرسمية والحزبية والخاصة لتحرير سعر الصرف.

وتوصلت الدراسة إلى أن موقع "الوطن" كان أكثر المواقع الإخبارية تقدماً للأطر الإيجابية عن قضية الدراسة، يليه موقع صحيفة "الأهرام"، ثم موقع صحيفة "الوفد"، وأشارت النتائج إلى اعتماد كل من موقعي صحيفة "الوطن" و "الأهرام" على المصادر الرسمية في تغطية قضية الدراسة، بينما اعتمد موقع صحيفة "الوفد" على المصادر غير الرسمية.

واستهدفت دراسة كل من: **Damstra, A., & Vliegenthart, R. (2016)** ^(٧) التعرف على كيفية تأطير الصحف الورقية للأزمة الاقتصادية في هولندا في الفترة من ٢٠٠٧-٢٠١٣م، ومدى تأثير الفترة الزمنية والصحيفة في تباين هذه الأطر، وذلك من خلال الجمع بين أسلوب التحليل الكيفي والكمي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن تباين الأطر يرجع بالأساس إلى عوامل زمنية، وبالرغم من أن بروز هذه الإطارات قد يختلف باختلاف الصحيفة، إلا أن هناك تشابهاً ملحوظاً بين هذه الصحف في التركيز على إطارات محددة، وتثير هذه النتائج شكوكاً حول توفر وسائل متنوعة للجمهور في سياق أزمة شاملة.

وتناولت دراسة **دعاء عادل محمود (٢٠١٦م)** ^(٨) رصد وتحليل أطر معالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية المطروحة في المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك وتويتر) والمقارنة بينهما، وتأثير هذه الأطر في اتجاهات الجمهور ورؤاه وتوقعاته للقضايا الاقتصادية والاجتماعية في الفترة من ٢٠١٢/٧/١م حتى ٢٠١٣/٦/٣٠م. وتوصلت الدراسة إلى أنه بالرغم من الاتفاق بين كل من المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي في القضايا الاقتصادية والاجتماعية المطروحة، إلا أن النتائج أثبتت أن ثمة اختلافاً في طريقة طرح بين المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث تتأثر المواقع الإلكترونية بالسياسات التحريرية وتوجهات السلطة بينما إعلام المواطن يخضع لأولويات المواطن ومصالحة.

وتطرق دراسة **Kalogeropoulos, A., & et al (2016)** ^(٩) إلى الكشف عن تأثير وسائل الإعلام والاتصال الشخصي والتجارب الذاتية في فهم الشؤون الاقتصادية وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية على مرحلتين وأخرى تحليلية لوسائل الإعلام في الدانمارك.

وتوصلت الدراسة من خلال الدمج بين نتائج الدراستين التحليلية والميدانية إلى أن التعرض للتغطية الإعلامية للشؤون الاقتصادية والاتصال الشخصي حول الاقتصاد كان له تأثير إيجابي في فهم الأبعاد الاقتصادية، كما أن الاتصالات الشخصية الواسعة بالإضافة إلى التجارب الخاصة لعينة الدراسة تقلل من تأثير وسائل الإعلام.

وحاولت دراسة **Robert, D., & et al (2016)** ^(١٠) الكشف عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في النمو الاقتصادي من خلال تحليل إسهامات بعض المشتركين على هذه الشبكات. وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي كان لها تأثير سلبي في النمو الاقتصادي.

ورصدت دراسة منى مجدي فرج عبد المقصود (٢٠١٥ م) ^(١١) تقييم الخبراء الأكاديميين في مجال الإعلام حول أداء البرامج الاقتصادية في التلفزيون المصري خلال الأزمات الاقتصادية، وإعادة النظر في طبيعة الدور الذي يتعين على الإعلام المصري القيام به خلال الفترة الحالية، وتحليل الوضع الراهن للبرامج الاقتصادية في التلفاز المصري. وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج الاقتصادية في التلفاز المصري لم تؤد الأدوار الإعلامية المنوطة بها أثناء الأزمات، ووصف الأكاديميون هذا الأداء الإعلامي بالضعيف.

وتطرقت دراسة خالد عبد الله أحمد درار (٢٠١٥ م) ^(١٢) إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين السودانيين والنخبة الأكاديمية إزاء دور الصحافة السودانية في التنمية الاقتصادية، كما رصدت الدراسة أبرز المشكلات التي تواجه الصحافة الاقتصادية في السودان. وتوصلت الدراسة إلى أن التغطية الاقتصادية في الصحف السودانية لا تفي باحتياجات القراء، وتكتفي الصحف بتغطيتها للشؤون الاقتصادية بالمواد الإخبارية فقط، وأوضحت النتائج أن الرقابة الحكومية السابقة واللاحقة، وانعدام الشفافية، وفرض السرية على المعلومات، من أبرز المشكلات والمعوقات التي تواجه الصحف السودانية في تغطيتها للشأن الاقتصادي.

واستهدفت دراسة عدلات عبد المعطي الشيخ (٢٠١٥ م) ^(١٣) التعرف على دور الصحف الإلكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية، بالإضافة إلى دراسة العلاقة بين ترتيب الصحف الإلكترونية الفلسطينية للقضايا الاقتصادية المحلية وترتيب الجمهور لهذه القضايا. وتوصلت الدراسة إلى اختلاف صحف الدراسة في ترتيب أولويات الاهتمام بالقضايا الاقتصادية المحلية وفقاً للسياسة التحريرية، كما أثبتت الدراسة عدم وجود علاقة بين ترتيب القضايا الاقتصادية المحلية في الصحف الإلكترونية الفلسطينية وترتيبها لدى المبحوثين.

وحاولت دراسة محمد فتحي رمضان (٢٠١٥ م) ^(١٤) التعرف على اتجاهات التغطية الاقتصادية في صحيفة الاتحاد الإماراتية من خلال تحليل عينة عشوائية من الملحق الاقتصادي اليومي خلال شهر نوفمبر ٢٠١٤م، وتحديد أبرز أشكال الكتابة الصحفية المستخدمة في هذه التغطية، وقام الباحث بتوظيف منهج المسح بالعينة مستخدماً أداة تحليل المحتوى. وكشفت نتائج الدراسة عن أن التغطية الاقتصادية تميزت بالتنوع والآنية، وإن غلب على هذه التغطية الطابع الإخباري، كما اعتمدت هذه التغطية على المصادر المحلية بشكل رئيسي.

كما سعت دراسة هند نبيل (٢٠١٥ م) ^(١٥) إلى التعرف على دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات الجمهور نحو الموضوعات والقضايا الاقتصادية، ومعرفة مدى اهتمام التلفزيون الرسمي بهذه الموضوعات، ورصد أبرز القضايا الاقتصادية المحلية والإقليمية والدولية التي يهتم التلفزيون المصري بتغطيتها. وتوصلت الدراسة إلى أن أزمة ديون منطقة اليورو والمساعدات الاقتصادية تصدرت اهتمام الجمهور المصري بالموضوعات الاقتصادية ذات الطابع

الدولي، كما تصدرت الفضائيات المصرية والعربية قائمة المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على معلومات عن الموضوعات الاقتصادية.

وحاولت دراسة **محمد الفاتح حمدي (٢٠١٥ م)** ^(١٦) الإجابة عن الاستفهام كيف عالجت صحيفة مختلف قضايا الفساد الاقتصادي داخل المؤسسات الجزائرية؟ حيث قام الباحث بتوظيف أداة تحليل المحتوى على عينة عشوائية بسيطة من صحيفة "الخبر" في الفترة من ١ أكتوبر ٢٠١٤م حتى ٢٨ فبراير ٢٠١٥ م. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن "الخبر الصحفي" و "التحقيق الصحفي" جاءا في مقدمة الأشكال الصحفية التي تعتمد عليها الصحيفة في تغطية قضية الدراسة، كما تصدرت موضوعات تهريب المواد الغذائية والأسلحة والثروات الطبيعية والمخدرات، بالإضافة إلى اختلاس الأموال وتبييضها من جانب المسؤولين ورجال الأعمال قائمة اهتمام الصحيفة بالموضوعات ذات الصلة بالفساد الاقتصادي.

وتوصلت دراسة **Matthew, D, M& Mihye, S (2014)** ^(١٧) من خلال بحث كيفية تفاعل وسائل الإعلام والتهديد الاقتصادي الملموس والانتماء المجتمعي كأدوات تؤثر على سكان المناطق الحضرية إلى أن وسائل الإعلام لا تؤثر بشكل مباشر في هذا التوتر ولكنها تؤثر بشكل مباشر في التهديد الاقتصادي المتصاعد والانتماء المجتمعي، ويؤدي هذا الانتماء دوراً وقائياً ضد التوتر، وتشير النتائج إلى أنه عندما يصبح التهديد الاقتصادي شديداً فإن آثاره تخفئ.

واستهدفت دراسة كل من **Baden, C., & Springer, N (2014)** ^(١٨) التعرف على مساهمة تعليق متصفح المواقع الإخبارية في تنوع وجهات النظر في تفسير الأزمة المالية في التغطية الإخبارية لخمس صحف ألمانية، وذلك من خلال الكشف عن اختلاف أطروحات المتصفحين لهذه المواقع عن الأطروحات المقدمة في التغطية الإخبارية.

وتوصلت الدراسة إلى أن تعليقات المتصفحين لهذه المواقع تظل ضمن التفسيرات الأوسع التي تقدمها وسائل الإعلام، وتشير النتائج إلى أن المتصفحين يستفيدون من درجة الحرية المتاحة في التعليقات لبناء وجهات نظرهم الخاصة من خلال التركيز على تفسيرات جديدة.

وتطرقت دراسة **سعد كاظم حسن (٢٠١٤م)** ^(١٩) إلى تحديد ماهية العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي، وقام الباحث بتوظيف منهج المسح بالعينة بشقية التحليلي والميداني وذلك في الفترة من ٢٠١٣/٧/١م حتى ٢٠١٣/٩/٣٠م. وأثبتت نتائج الدراسة صحة الفرض الرئيسي بوجود علاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي.

وسعت دراسة **هنيدة قنديل أبو بكر أحمدون (٢٠١٤م)** ^(٢٠) إلى التعرف على التغطية الصحفية للأزمات الاقتصادية في السودان، وكيفية معالجتها للأزمة الاقتصادية التي شهدتها السودان في العام ٢٠١٤م. وتوصلت الدراسة إلى تصدر الفساد للقضايا التي طرحتها صحيفتا الدراسة "اليوم" و"آخر

لحظة"، كما غلب على التغطية الصحفية الاتجاهات المؤيدة للسياسات الحكومية تجاه الأزمة، وتصدر الخبر أشكال الكتابة الصحفية المستخدمة في تغطية الأزمة.

وتناولت دراسة (Tracy , J , F,(2012)^(٢١) تغطية وسائل الإعلام الأمريكية للأزمة اليونانية في الفترة من ديسمبر ٢٠٠٩م إلى يولييه ٢٠١٠م. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الصحف الأمريكية عرضت الأزمة اليونانية في أطر محددة يحركها الحدث دون الكشف عن الأسباب الحقيقية للأزمة، وأشارت النتائج إلى أن الصحف الأمريكية قدّمت الأزمة المالية في عبارات ضيقة وأرجعت الأزمة إلى عيوب الشخصية المزعومة وعدم كفاءة الشعب اليوناني.

وحاولت دراسة محمد معوض إبراهيم وآخرون (٢٠١٢م)^(٢٢) التعرف على معالجة الصحف المصرية للقضايا الاقتصادية (البطالة، ارتفاع الأسعار، الفقر، الفساد)، ورصد أبرز أشكال الكتابة الصحفية المستخدمة في معالجة هذه القضايا، وأجريت الدراسة التحليلية على عينة من صحف الأهرام والوفد والمصري اليوم في الفترة من ١/٥/٢٠١٠م حتى ٣١/٥/٢٠١١م. وتوصلت الدراسة إلى أن صحيفة "الأهرام" كانت أكثر صحف الدراسة اهتمامًا بمعالجة قضايا الدراسة، كما أبرزت النتائج أن قضية "الفساد" تصدرت اهتمام صحف الدراسة، تلتها قضية "ارتفاع الأسعار" ثم "البطالة"، بينما جاءت قضية "الفقر" في الترتيب الرابع والأخير.

وسعت دراسة (Lory Cox.N (2010)^(٢٣) إلى الإجابة عن إلى أي مدى تعكس التغطية الإعلامية للاقتصاد التغيرات الحقيقية في الظروف الاقتصادية، بالإضافة إلى تأثير هذه التغطية في التقييمات الاقتصادية، واستخدام هذه النتائج في استكشاف مزاعم الجمهوريين بأن هذه التغطية السلبية للاقتصاد تضر بإعادة انتخاب مرشحهم للرئاسة. وتوصلت الدراسة إلى أن التغطية الإعلامية للاقتصاد تكون أعلى في الظروف الاقتصادية السلبية عنها في الظروف الاقتصادية الإيجابية.

وهدف دراسة محمد علي عبد الله أجبتي (٢٠٠٩م)^(٢٤) الكشف عن حجم ونوع تغطية الصحف الإماراتية لتضخم الأسعار، وذلك بالتطبيق على صحيفتي "الخليج" و"البيان" في الفترة من ١/٦/٢٠٠٦م حتى ١/٦/٢٠٠٧م. وتوصلت الدراسة إلى أن الأخبار المتعلقة بارتفاع الأسعار تصدرت اهتمام الصحيفتين بالقضايا الاقتصادية كما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صحيفتي الدراسة في توظيفهما لأشكال الكتابة الصحفية في تغطية قضية الدراسة.

وتوصلت دراسة (Gibson, R.& Hester, j. (2003)^(٢٥) من خلال دراسة تحليلية على مدار أربع سنوات للأخبار الاقتصادية المطبوعة والمسموعة، إلى أنه يغلب التأطير السلبي للأخبار الاقتصادية أكثر من التأطير الإيجابي، ويؤثر هذا التأطير السلبي في توقعات المستهلكين حول مستقبل الاقتصاد. وتخلص الدراسة إلى أن تركيز التغطية الإعلامية على الأخبار السلبية قد يكون له عواقب سلبية على توقعات الاقتصاد وأدائه.

(المحور الثاني) دراسات تناولت المغتربين وعلاقتهم بوسائل الإعلام المختلفة ومن أمثلة هذا النوع من الدراسات: -

دراسة فاتن عبد الرحمن (٢٠١٧م) ^(٢٦) التي استهدفت معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف المغتربين المصريين في المملكة العربية السعودية واتجاهاتهم نحو الأحداث الإرهابية في مصر في العام ٢٠١٥م. وأثبتت نتائج الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر في الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية للمبحوثين.

كما رصدت دراسة حمزة سعد محمد (٢٠١٦م) ^(٢٧) اعتماد الجالية المصرية في دولة الإمارات العربية المتحدة على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في الحصول على معلومات حول قضية جزيرتي تيران وصنافير، وتأثير هذه الوسائل في تشكيل اتجاهات الجالية المصرية نحو الجزيرتين. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تأثيرات معرفية كبيرة لوسائل الإعلام خاصة في وقت الأزمات، كما أن وسائل الإعلام تعزز الانتماء الوطني للمغتربين.

وسعت دراسة هويدا رضا محمد الدر (٢٠١٦م) ^(٢٨) إلى التعرف على الآثار الاجتماعية الناجمة عن اعتماد المصريين المغتربين في المملكة العربية السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي. وتوصلت الدراسة إلى أن تقليل الإحساس بالغربة، وتوطيد العلاقات الاجتماعية، من أبرز التأثيرات الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي، كما أن ترويج الشائعات، وإدمان الشبكات، وتقليل الروابط بين أفراد الأسرة، من أهم التأثيرات السلبية لهذه الشبكات.

بينما استهدفت دراسة وديع العز عزي (٢٠١٥م) ^(٢٩) التعرف على حجم استخدام اليمنيين المغتربين للمواقع الإخبارية وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا السياسية، وأجريت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من اليمنيين المقيمين في المملكة العربية السعودية وذلك خلال شهري نوفمبر وديسمبر من عام ٢٠١٤م. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك علاقة دالة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية ودرجة الاعتماد عليها في متابعة قضايا اليمن.

وتحددت مشكلة دراسة اعتماد خلف معبد عبد الحميد وآخرون (٢٠١٥م) ^(٣٠) في الإجابة عن تساؤل رئيس يتمثل في : - ما الصورة الإعلامية المقدمة عن المصريين المغتربين في الأفلام السينمائية العربية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى المراهقين؟، حيث قام الباحثون بإجراء دراسة تحليلية على عينة عمدية من الأفلام السينمائية التي تتعرض لصورة المصري المغترب في الفترة من ٢٠١٣/١٢/١م إلى ٢٠١٤/٣/١٥م. وتوصلت الدراسة إلى أن طبيعة الصورة التي تقدمها الأفلام السينمائية للمغترب المصري جاءت إيجابية بنسبة ٧٠%، كما أشارت النتائج إلى أن صعوبات اللغة من أبرز التحديات التي تواجه المصري المغترب كما عكستها الأفلام، وأثبتت النتائج تصدر الظروف

الاقتصادية دوافع المغترب المصري للهجرة، وأظهرت النتائج أن معظم أحداث الأفلام التي تتعرض للمغترب المصري كانت في بيئات أجنبية.

وتطرقت دراسة أمل محمد نبيل بدر (٢٠١٣ م) ^(٣١) إلى معرفة العوامل المؤثرة في اعتماد المصريين المغتربين على الفضائيات أثناء مناقشة الدستور المصري الجديد، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للاعتماد على الفضائيات المصرية حول موضوع الدراسة، ودور هذه الفضائيات في أزمة الانقسام السياسي، وقامت الباحثة بتوظيف منهج المسح الإعلامي مستخدمة الاستبانة والمقابلة والملاحظة كأدوات لجمع البيانات من المصريين المقيمين في (إمارة أبو ظبي ودبي والشارقة وعجمان) خلال شهري يناير وفبراير ٢٠١٣م. وأثبتت النتائج أن طبيعة الخبر والعمل الخاص بالقناة من أبرز العوامل المؤثرة في اعتماد العينة على الفضائيات المصرية أثناء مناقشة الدستور الجديد.

وتناولت دراسة رباب رأفت محمد الجمال (٢٠١٢م) ^(٣٢) تأثير التعرض للمواقع الإخبارية في تشكيل معارف المغتربين واتجاهاتهم نحو الأحداث السياسية في مصر بعد أحداث ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م، وقامت الباحثة بتوظيف منهج المسح الإعلامي مستخدمة الاستبانة في جمع البيانات من عينة قوامها (٩٠٠) مفردة تم اختيارهم بأسلوب العينة العشوائية متعددة المراحل من ست مدن سعودية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه كلما زاد تعرض المغتربين للمواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات حول الأحداث السياسية في مصر بعد الثورة زاد مستوى معرفتهم بالأحداث السياسية.

واختبرت دراسة اعتماد خلف معبد عبد الحميد وآخرون (٢٠١٢ م) ^(٣٣) علاقة تعرض الشباب المصري المغترب في النمسا للمواقع الإخبارية بمدى وعيهم عن أحداث ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م في مصر، وأجريت الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها (١٠١) مفردة من شباب المغتربين المصريين في النمسا. وتوصلت الدراسة إلى زيادة وعي المغتربين بأحداث ثورة يناير كلما زادت درجة اعتمادهم على المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال العرض السابق للأدبيات وثيقة الصلة بموضوع الدراسة يتضح أن كل دراسة سعت لتحقيق أهداف محددة، من خلال توظيف مناهج علمية وأدوات بحثية معينة تساعدهم على تحقيق هذه الأهداف، وقد استفاد منها الباحث في تقسيم الدراسة والإطار النظري لها لكن هناك مجموعة من المؤشرات يمكن بلورتها في النقاط التالية: -

(١) ندرة الدراسات الإعلامية التي تتعلق بفئة "المغتربين" من الجنسيات المختلفة وعلاقتهم بوسائل الإعلام.

(٢) اهتمت غالبية الدراسات الإعلامية التي تناولت فئة "المغتربين" وعلاقتهم بوسائل الإعلام بالقضايا السياسية تحديداً، وبالرغم من إيماننا بأهمية دراسة علاقة "المغترب" بالقضايا السياسية إلا أن هذا لا ينفى إجراء دراسات تتناول علاقة "المغترب" بالقضايا الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الخ، فهذه القضايا وغيرها لا تقل أهمية عن القضايا السياسية.

(٣) ركزت الغالبية العظمى من الدراسات الإعلامية التي اهتمت بفئة "المغتربين" وعلاقتهم بوسائل الإعلام على وسائل التليفزيون والسينما والمواقع الإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعي دون الاهتمام بعلاقتهم بوسائل أخرى مثل الراديو والصحف الإلكترونية.

أهمية الدراسة:

تتبلور أهمية الدراسة في مجموعة من النقاط نجملها فيما يلي: -

- (١) ندرة الدراسات الإعلامية التي تتناول فئة "المغتربين" وعلاقتهم بوسائل الإعلام بشكل عام.
- (٢) عدم توفر دراسات تتناول علاقة "المغتربين" بوسائل الإعلام في إمدادهم بالمعلومات وتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا الاقتصادية تحديداً.
- (٣) أهمية فئة "المغتربين" بالنسبة للوطن الأم سيما في أوقات الأزمات، وقد ظهرت أهمية المغتربين المصريين أثناء الأزمة الاقتصادية في مصر باعتبارهم واحداً من أهم مصادر العملات الأجنبية.
- (٤) توفر هذه الدراسة لصانعي القرار الاقتصادي قاعدة بيانات يمكن الاستفادة منها في التعرف على اتجاهات "المغتربين" نحو واحد من أهم القرارات الاقتصادية في الدولة المصرية والمتمثل في "تحرير سعر الصرف".

مشكلة الدراسة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة وثيقة الصلة بموضوع الدراسة وملاحظة الباحث لاهتمام المغتربين بموضوع الدراسة ومتابعتهم اليومية لكل ما ينشر ويذاع عن "تحرير سعر الصرف" في وسائل الإعلام المصرية بصفة عامة والصحف الإلكترونية بخاصة، ومتابعة مناقشات المغتربين المصريين في المملكة العربية السعودية تحديداً لموضوع "تعويم الجنيه"، أمكن للباحث بلورة مشكلة البحث في تساؤل رئيسي يتمثل في :- ما علاقة تعرض المغتربين المصريين في المملكة العربية السعودية للصحف الإلكترونية المصرية بتشكيل اتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف؟، وتزداد المشكلة تحديداً بالأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها، والتساؤلات التي تجيب عنها، والفروض التي تختبرها.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف هي: -

- (١) التعرف على حجم تعرض المغتربين المصريين في المملكة العربية السعودية للصحف الإلكترونية المصرية.
- (٢) رصد دوافع تعرض المصريين المغتربين عينة الدراسة للصحف الإلكترونية المصرية.
- (٣) الكشف عن أبرز الصحف الإلكترونية المصرية التي يتصفحها المغتربون المصريون عينة البحث.
- (٤) معرفة أبرز الموضوعات التي يطالعها المبحوثون أثناء تصفحهم للصحف الإلكترونية المصرية بصفة عامة والموضوعات الاقتصادية بخاصة.
- (٥) الوقوف على علاقة حجم تعرض المغتربين المصريين في المملكة العربية السعودية للصحف الإلكترونية المصرية بتشكيل اتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف.
- (٦) التعرف على تأثير علاقة المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين بتشكيل اتجاهاتهم نحو قضية الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

تحاول الدراسة الإجابة عن التساؤلات التالية: -

- (١) ما حجم تعرض المغتربين المصريين في المملكة العربية السعودية للصحف الإلكترونية المصرية؟
- (٢) لماذا يتعرض المغتربون عينة البحث للصحف الإلكترونية المصرية؟
- (٣) ما أبرز الصحف الإلكترونية المصرية التي يتصفحها المصريون المقيمون في المملكة العربية السعودية؟
- (٤) ما أكثر الموضوعات التي يطالعها المغتربون المصريون في الصحف الإلكترونية المصرية بصفة عامة والموضوعات الاقتصادية بخاصة؟
- (٥) ما اتجاهات المغتربين المصريين نحو دوافع الحكومة المصرية لاتخاذ قرار تحرير سعر الصرف؟
- (٦) ما اتجاهات المبحوثين نحو التداعيات والإجراءات التي اتخذتها الدولة لمواجهة هذه التداعيات المترتبة على قرار تحرير سعر الصرف؟
- (٧) ما اتجاهات عينة الدراسة نحو تداعيات قرار تحرير سعر الصرف على المواطن المصري بصفة عامة والمغترب بخاصة؟
- (٨) كيف يتنبأ المغتربون عينة الدراسة بمستقبل سعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية.

فروض الدراسة:

تختبر الدراسة الفروض التالية: -

(الفرض الأول) توجد علاقة دالة إحصائية بين حجم تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية واتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف.

(الفرض الثاني) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمغتربين عينة البحث واتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف ويندرج تحت هذا الفرض الرئيسي مجموعة من الفروض الفرعية هي: -

(١) توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير (النوع) واتجاهات المبحوثين نحو تحرير سعر الصرف.

(٢) توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير (الفئة العمرية) واتجاهات عينة البحث نحو تحرير سعر الصرف.

(٣) توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير (المؤهل التعليمي) واتجاهات المغتربين نحو تحرير سعر الصرف.

(٤) توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير (سنوات الإقامة) واتجاهات عينة الدراسة نحو تحرير سعر الصرف.

(٥) توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير (طبيعة العمل) في المملكة العربية السعودية واتجاهات المغتربين نحو تحرير سعر الصرف.

(٦) توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير (الدخل) واتجاهات مجتمع البحث نحو تحرير سعر الصرف.

نوع الدراسة ومنهجها وأداة جمع البيانات:

- نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى مصفوفة الدراسات الوصفية Descriptive Researches التي تهتم بجمع البيانات والحقائق والمعلومات حول ظاهرة معينة ثم تقوم بتحليل هذه البيانات والمعلومات وتفسيرها واستخلاص نتائجها بهدف الوصول إلى تعميمات بشأنها، حيث تسعى هذه الدراسة إلى رصد علاقة تعرض المغتربين في المملكة العربية السعودية للصحف الإلكترونية المصرية بتشكيل اتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف.

- منهج الدراسة: قامت الدراسة بتوظيف منهج المسح الإعلامي بالعينة وذلك باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة وذلك بهدف تصنيف هذه البيانات وتحليلها وتفسيرها وتعميمها بهدف الاستفادة منها مستقبلاً.

- أداة جمع البيانات: اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على أداة الاستقصاء الإلكتروني E- Questionnaire باعتباره شكلاً من أشكال التصميم المنهجي الذي يتفق مع المستجدات الرقمية، وذلك من خلال الاستبانة الرقمية التي يقدمها موقع Google Drive، حيث تضمنت الاستبانة ثلاثة محاور رئيسية: -

(المحور الأول) أسئلة تقيس حجم وطبيعة التعرض للصحف الإلكترونية المصرية.

(المحور الثاني) أسئلة تقيس اتجاهات المغتربين نحو تحرير سعر الصرف.

(المحور الثالث) أسئلة تقيس المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين.

قياس الصدق والثبات:

قام الباحث بإعداد أداة القياس وفقاً لأهداف الدراسة وتساؤلاتها، وتم عرضها بصورتها الأولية على مجموعة من المحكمين^(٣٤) للتأكد من صدق أداة القياس وصلاحيتها لقياس ما وضعت لقياسه، وتم إدخال بعض التعديلات بالحذف والإضافة وفقاً لما اقترحه المحكمون، كما تم تطبيق الثبات بطريقة إعادة التطبيق على (٢٥) مفردة بعد أسبوعين، وحساب معامل الاتفاق بين إجابات المبحوثين في التطبيقين، حيث بلغت نسبة الثبات ٩٢.٤% وهي نسبة مرتفعة تشير إلى صلاحية أداة القياس للتطبيق.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في المصريين المغتربين في المملكة العربية السعودية، أما عينة الدراسة فقد بلغت (٣٠٠) مفردة، اعتمد الباحث في اختيارها على أسلوب كرة الثلج Snowball Sample الشبكية، والتي تستخدم حين يصعب الوصول لكل المبحوثين، حيث أرسل الباحث رابط الاستبانة إلى مجموعات المبحوثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، مطالباً المبحوثين الذين يستطيع الباحث التواصل معهم إرسالها إلى دوائر معارفهم، وهو في الواقع جوهر تطبيق عينة كرة الثلج التي يتم اختيار المشاركين فيها بواسطة الترشيحات أو الإحالات.^(٣٥)

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في تفسير علاقة تعرض المغتربين على الصحف الإلكترونية المصرية بتشكيل اتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث يعد هذا المدخل جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، ويفترض هذا المدخل أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرًا من مصادر تحقيق أهدافهم. حيث يستخدم الباحثون مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام باعتباره الإطار النظري الذي يمكن من خلاله تفسير الظواهر الاجتماعية المختلفة في علاقتها بوسائل الإعلام، حيث يهدف مدخل الاعتماد

على وسائل الإعلام إلى الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً آثاراً قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى يكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة. (٣٦)

ونفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أن المجتمعات عندما تتعرض لأزمات وعدم استقرار يزداد اعتماد مواطنيها على وسائل الإعلام للحصول على معلومات، ومن ثم يرتفع معدل تأثيرات وسائل الإعلام في هذه المراحل، وبالتالي فمن المتوقع أن يرتفع اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام للحصول على معلومات حول موضوع الدراسة، حيث تساعدهم وسائل الإعلام على فهم الأحداث، وفي الوقت نفسه تحاول وسائل الإعلام تهدئة المواطنين وتوضيح التحولات وتفسيرها^(٣٧)، حيث يعتقد (Westgate 2008) أنه من المعروف أن اعتماد الأفراد على الأخبار يزداد أثناء الأزمات، ولكنه يصبح نمط حياة للفرد، حيث أصبحت وسائل الإعلام الإخبارية - أيضاً - تعتمد بصورة أكبر عمقاً على الأفراد كمورد بشرية لتحقيق الشرعية لوجودها. (٣٨)

وفي أوقات الأزمات في المجتمع تزداد مشكلة الغموض لدى الأفراد، ويصبح سعيهم للحصول على المعلومات أكثر نشاطاً، وتزداد حاجتهم لفهم ما يجري، والسعي نحو فهم الظروف الشخصية والمجتمعية والبيئية لسد فجوة الفراغ المعرفي الذي تفرضه حالة الأزمة في المجتمع. (٣٩)

كما نفترض النظرية - أيضاً - أنه كلما زاد اعتماد الفرد على إشباع حاجاته من خلال استخدام وسائل الإعلام، يزداد أهمية الدور الذي تؤديه هذه الوسائل في حياة الفرد، ومن ثم يزداد تأثير هذه الوسائل على الفرد^(٤٠) وهو ما نلاحظه في هذه الدراسة حيث يتوقع ارتفاع اعتماد المغتربين المصريين على الصحف الإلكترونية فيما يتعلق بموضوع الدراسة كونها تشبع احتياجات للمتصفح.

ويرصد ديفليور وروكيتش مجموعة من الآثار الناجمة عن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام تتمثل في: (٤١)

- الآثار المعرفية Cognitive Effects حيث تشمل الآثار المعرفية لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام على كشف الغموض، وتكوين الاتجاهات، وترتيب أولويات الاهتمام، واتساع المعتقدات، والقيم.
- الآثار الوجدانية Affective Effects ومن الآثار الوجدانية الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام الفتور العاطفي أي الشعور بالتبدل واللامبالاة تجاه الأحداث، والخوف والقلق من مظاهر العنف التي تعرضها وسائل الإعلام، ورفع الروح المعنوية للمواطنين أو زيادة شعورهم بالعزلة والاعترا ب.
- الآثار السلوكية Behavioral Effects حيث تنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكيين أساسيين هما: (١) التنشيط بمعنى قيام الفرد بعمل ما نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام، (٢) الخمول أي عدم النشاط وتجنب القيام الفعل.

ومن أسباب اختيار هذه النظرية لدراسة علاقة تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية بتشكيل اتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف: -

- تحاول هذه الدراسة الكشف عن طبيعة تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف، وهو ما يتفق مع الهدف الرئيسي للنظرية التي تسعى إلى تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام - أحياناً - آثاراً قوية ومباشرة وأحياناً تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة.

- تفترض هذه النظرية أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام بشكل متزايد لاستقاء المعلومات من أجل تكوين مداركه واتجاهاته إزاء ما يحدث في المجتمع، وبصفة خاصة في أوقات التغيير التي يسود فيها الشعور بالشك وعدم اليقين، لذا تفترض الدراسة أن يزداد اعتماد المغتربين على وسائل الإعلام فيما يتعلق باستقاء المعلومات حول تحرير سعر الصرف، وبالتالي يكون هذا المدخل مناسباً للدراسة.

مناقشة نتائج الدراسة:

الخصائص الديموغرافية للمبحوثين:

***حسب النوع:** تم توزيع الاستبانة على عينة من الذكور بلغ قوامها (١٩٣) مفردة بنسبة ٦٤.٣%، بينما بلغ عدد الإناث (١٠٧) مفردة بنسبة ٣٥.٧%.

***وبالنسبة لمتغير الفئة العمرية:** تم توزيع استمارات الاستقصاء على الفئة العمرية أقل من ٣٠ سنة بواقع (٧٦) مفردة بنسبة ٢٥.٣%، وعلى الفئة العمرية من (٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة) بواقع (١٠١) مفردة بنسبة ٣٣.٧%، وعلى المرحلة من (٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة) بواقع (١٠٧) مفردة بنسبة ٣٥.٧%، وعلى الفئة العمرية (٥٠ سنة فأكثر) بواقع (١٦) مفردة بنسبة ٥.٣%.

***باعتبار المستوى التعليمي:** تم توزيع الاستبانة على الحاصلين على مؤهل متوسط بواقع (٣٣) مفردة وذلك بنسبة ١١.٠%، وعلى حملة المؤهل الجامعي بواقع (١٣٥) مفردة بنسبة ٤٥.٠%، وعلى الحاصلين على مؤهل فوق الجامعي بواقع (١٣٢) مفردة بنسبة ٤٤.٠%.

***طبقاً لمتغير طبيعة العمل:** تبين من نتائج الدراسة الإحصائية أن (١٤١) مفردة من المبحوثين يعملون في القطاع الحكومي وذلك بنسبة ٤٧.٠%، بينما (١١٢) مفردة من عينة البحث يعملون في القطاع الخاص وذلك بنسبة ٣٧.٣%، كما بلغ عدد المقيمين ولا يعملون من المبحوثين (٤٧) مفردة بنسبة ١٥.٧%.

***وبالنسبة لمتغير سنوات الإقامة في المملكة العربية السعودية:** توضح نتائج الدراسة الإحصائية أن (٨٧) مفردة بنسبة ٢٨.٠% سنوات إقامتهم في المملكة أقل من ٥ سنوات، بينما (١٢٧) مفردة بنسبة

٤٢.٣% سنوات إقامتهم في المملكة من ٥ سنوات إلى أقل من ١٠ سنوات، كما بلغ عدد المبحوثين الذين تجاوزت إقامتهم في المملكة ١٠ سنوات (٨٦) مفردة بنسبة ٢٨.٧%.

*وبالنسبة لمتغير مستوى الدخل: تشير نتائج الدراسة إلى أن (٨٧) مفردة بنسبة ٢٩.٠% من أصحاب الدخل المنخفضة، بينما بلغ عدد أصحاب الدخل المتوسطة (١١٥) مفردة بنسبة ٣٨.٣%، كما بلغ عدد أصحاب الدخل المرتفعة (٩٨) مفردة بنسبة ٣٢.٧%.

(المحور الأول) الإجابة عن تساؤلات الدراسة الميدانية:

جدول (١)

يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لمعدل تصفحهم للصحف الإلكترونية المصرية أسبوعياً

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	الفئات
١.٧٥٧٣٠	٢.٧١٣٣	٤٥.٠	١٣٥	حسب الظروف
		٧.٠	٢١	يوم واحد فقط
		١٠.٠	٣٠	من يومين إلى ٣ أيام
		٧.٧	٢٣	من ٤ إلى ٦ أيام
		٣٠.٣	٩١	يوميًا
		١٠٠.٠	٣٠٠	الإجمالي

تشير البيانات الإحصائية إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين يتصفحون الصحف الإلكترونية المصرية حسب الظروف وذلك بنسبة ٤٥.٠%، بينما جاءت فئة الذين يتصفحونها بشكل يومي في الترتيب الثاني بنسبة ٣٠.٣%، أما الذين يتصفحونها من يومين إلى ثلاثة أيام فجاءت في الترتيب الثالث بنسبة ١٠.٠%، كما جاءت فئة من ٤ أيام إلى ستة أيام في الترتيب قبل الأخير بنسبة ٧.٧%، بينما جاءت فئة الذين يتصفحونها يوم واحد فقط في الترتيب الأخير بنسبة ٧.٠%، تكشف هذه النتائج الإحصائية عن طبيعة المغتربين بشكل عام، فالمهتمون بالشأن الداخلي والمتابعون للأحداث في الوطن الأم يتصفحون الصحف الإلكترونية المصرية بشكل دائم ومستمر، بينما المغتربون غير المعنيين بمسار الأحداث وتطورها فإنهم يتصفحون هذه الصحف حسب الظروف أو في ضوء أهمية الأحداث الداخلية.

جدول (٢)

يوضح متوسط الوقت الذي يقضيه المبحوثون في تصفحهم للصحف الإلكترونية المصرية

الاتحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	الفئات
١.١١٧٤٧	١.٨٩٠٠	٥٠.٠	١٥٠	أقل من نصف ساعة
		٢٤.٣	٧٣	من نصف ساعة إلى أقل من ساعة
		١٧.٣	٥٢	من ساعة إلى أقل من ساعتين
		٣.٣	١٠	من ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات
		٥.٠	١٥	من ٣ ساعات فأكثر
		١٠٠.٠	٣٠٠	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نصف عينة البحث تقضي أقل من نصف ساعة في تصفح الصحف الإلكترونية المصرية، بينما جاءت فئة "من نصف ساعة إلى أقل من ساعة" في الترتيب الثاني بنسبة ٢٤.٣%، وتراجعت فئة "من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات" إلى الترتيب الأخير بنسبة ٣.٣%، وهذه نتيجة منطقية فالواقع يشير إلى أن غالبية المغتربين يتصفحون هذه الصحف عن طريق شاشة الجوال ومن ثم يقل الوقت الذي يقضيه المبحوثون في تصفحهم لها.

جدول (٣)

يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لأكثر الصحف الإلكترونية المصرية التي يتصفحونها

الصحيفة	ك	%
اليوم السابع	١٥٣	٥١.٠
الأهرام	١٣٠	٤٣.٣
المصري اليوم	٨٠	٢٦.٧
الشروق	٣١	١٠.٣
الوطن	٢٩	٩.٧
الدستور	٩	٣.٠
المصريون	٣٢	١٠.٧
مصر اوي	٣٤	١١.٣
البوابة	١٧	٥.٧
البيديل	٨	٢.٧
أخرى	٣٨	١٢.٧
ن = ٣٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر من نصف العينة يتصفحون "اليوم السابع" بنسبة ٥١.٠% ، وجاءت صحيفة "الأهرام" في المركز الثاني بنسبة ٤٣.٣%، وفي المركز الثالث جاءت صحيفة "المصري اليوم" بنسبة ٢٦.٧%، وجاءت في المركز الرابع فئة "أخرى تذكر" بنسبة ١٢.٧% حيث أوضح بعض المبحوثين أنهم يتصفحون صحفاً إلكترونية أخرى مثل "محيط" و"مصر فايف"، والبعض الآخر أشار إلى أنه يتصفح بعض الصحف الإلكترونية التي يصدرها مصريون في الخارج، بينما جاءت صحيفة "مصر اوي" في المركز الخامس بنسبة ١١.٣%، أما صحيفة "المصريون" فجاءت في المركز السادس بنسبة ١٠.٧%، تلتها صحيفة "الشروق" بنسبة ١٠.٣%، ثم صحيفة "الوطن" بنسبة ٩.٧%، بينما تراجع اهتمام المبحوثين بتصفح صحف "البوابة" و"الدستور" و"البديل".

جدول رقم (٤)

يوضح دوافع تصفح المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية

م	الفئات	ك	%
١	الاطلاع على المستجدات الراهنة في الساحة المصرية والإقليمية والدولية	١٥٧	٥٢.٣
٢	للارتباط بالوطن الأم والتفاعل مع قضاياها	٩٧	٣٢.٣
٣	باعتبارها مصدراً مهماً للثقافة والمعرفة	٦٥	٢١.٧
٤	لمقاومة الشعور بالعزلة والاعتراب	٣٧	١٢.٣
٥	لمعايشة الواقع المصري بكل تفصيلاته	٩٤	٣١.٣
٦	لمساعدتي في اتخاذ قرارات تتعلق بمستقبلي	٤٣	١٤.٣
٧	للترفيه والتسلية وتمضية وقت الفراغ	٤٠	١٣.٣
٨	للتعرف على التوجهات السياسية السائدة في الدولة	٣٩	١٣.٠
٩	لمحاولة فهم ما يجري في الساحة المصرية من تطورات	٧٨	٢٦.٠
١٠	للتعود على تصفحها	٣٦	١٢.٠
	ن = ٣٠٠		

تكشف البيانات الإحصائية في الجدول السابق عن تعدد دوافع تصفح المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية حيث تصدرت فئة "الاطلاع على المستجدات الراهنة في الساحة المصرية والإقليمية والدولية" بنسبة ٥٢.٣%، وجاءت فئة "للارتباط بالوطن الأم والتفاعل مع قضاياها" في الترتيب الثاني بنسبة ٣٢.٣%، تلتها فئة "لمعايشة الواقع المصري بكل تفصيلاته" بنسبة ٣١.٣%، ثم فئة "لمحاولة فهم ما يجري في الساحة المصرية من تطورات" بنسبة ٢٦.٠%، تلتها فئة "باعتبارها مصدراً مهماً للثقافة والمعرفة" بنسبة ٢١.٧%، ثم فئة "لمساعدتي في اتخاذ قرارات تتعلق بمستقبلي"

بنسبة ١٤.٣%، تلتها فئة "للترفيه والتسلية وتمضية أوقات الفراغ" بنسبة ١٣.٣%، ثم فئة "للتعرف على التوجهات السياسية السائدة في الدولة" بنسبة ١٣.٠%، بينما جاءت فئة "لمقاومة الشعور بالعزلة والاعتراب" في الترتيب قبل الأخير بنسبة ١٢.٣%، وتراجعت فئة "للتعود على تصفحها" إلى الترتيب الأخير بنسبة ١٢.٠%.

يتضح من هذه البيانات الإحصائية أن دوافع المغترب من تصفحه للصحف الإلكترونية المصرية يغلب عليها الدوافع النفعية، في حين تتراجع دوافعه الطقوسية ويرجع ذلك إلى أن المغترب لا يملك رفاهية الوقت التي تمكنه من التعرض لهذه الصحف لدوافع طقوسية.

جدول رقم (٥)

يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لأكثر الموضوعات التي يتعرضون لها خلال تصفحهم للصحف الإلكترونية المصرية

م	الفئات	ك	%
١	السياسية	١٢٩	٤٣.٠
٢	الاجتماعية	٣٦	١٢.٠
٣	الاقتصادية	٤٨	١٦.٠
٤	الثقافية	٢٠	٦.٧
٥	الدينية	٥	١.٧
٦	الرياضية	٤٢	١٤.٠
٧	الترفيهية	٢٠	٦.٧
	الإجمالي	٣٠٠	١٠٠.٠

بتحليل بيانات الجدول السابق يتضح أن أكثر الموضوعات التي يتعرض لها المغتربون خلال تصفحهم للصحف الإلكترونية المصرية هي "الموضوعات السياسية" وذلك بنسبة ٤٣.٠%، تلتها "الموضوعات الاقتصادية" بنسبة ١٦.٠%، "الموضوعات الرياضية" بنسبة ١٤.٠%، "الموضوعات الاجتماعية" بنسبة ١٢.٠%، وتراجعت "الموضوعات الثقافية والترفيهية" إلى الترتيب قبل الأخير بنسبة ٦.٧%، وجاءت "الموضوعات الدينية" في الترتيب الأخير بنسبة ١.٧%.

تعكس هذه البيانات الإحصائية أن نسبة كبيرة من المبحوثين يتعرضون للموضوعات السياسية في الصحف الإلكترونية المصرية، وذلك باعتبار أن الأحداث السياسية وتداعياتها تؤثر بشكل مباشر في بقية مناحي الحياة، كما شهدت فترة إجراء الدراسة الميدانية الانتخابات الرئاسية وما صاحبها من أحداث فكان طبيعياً أن يركز المغترب في تصفحه للصحف الإلكترونية المصرية على متابعة الأحداث السياسية، أما تراجع الموضوعات الدينية فيرجع إلى عدم اهتمام الصحف الإلكترونية بالموضوعات

الدينية من جانب، واعتماد المغترب على وسائل أخرى يتعرض خلالها للموضوعات الدينية من جانب آخر.

جدول رقم (٦)

توزيع الباحثين وفقاً لأكثر الموضوعات الاقتصادية التي يتعرضون لها خلال تصفحهم للصحف الإلكترونية المصرية

م	الفئات	ك	%
١	المشروعات الاستثمارية الجديدة	٦٨	٢٢.٧
٢	أسواق المال وحركة الأسهم	١٧	٥.٧
٣	تحرير سعر الصرف " تعويم الجنيه "	١١٤	٣٨.٠
٤	أسعار السلع والخدمات	٨٧	٢٩.٠
٥	المضامين المتعلقة بالدعم	١٠	٣.٣
٦	التعريف الجمركية	٤	١.٣
	الإجمالي	٣٠٠	١٠٠.٠

تكشف هذه البيانات الإحصائية عن أن أكثر الموضوعات الاقتصادية التي يتعرض لها المصريون المقيمون في المملكة العربية السعودية "تحرير سعر الصرف" وذلك بنسبة ٣٨.٠% من الباحثين، تلتها "أسعار السلع والخدمات" بنسبة ٢٩.٠%، وجاءت "المشروعات الاستثمارية الجديدة" في الترتيب الثالث بنسبة ٢٢.٧%، بينما تراجع اهتمام الباحثين بمتابعة الموضوعات المرتبطة بأسواق المال وحركة الأسهم، والمضامين المتعلقة بالدعم، والتعريف الجمركية كما هو موضح في الجدول السابق.

تشير هذه النتائج إلى أن المغترب يتعرض للمضامين الاقتصادية المتعلقة بمصلحته الشخصية والتي تتعلق بتطور سعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية، كذلك أسعار السلع والخدمات سيما وأن المغترب يفكر في كيفية استثمار عائدات الغربة.

جدول رقم (٧)

يوضح أكثر الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعتهم للمضامين المتعلقة بتحرير سعر الصرف.

م	الفئات	ك	%
١	التلفاز	٤٨	١٦.٠
٢	الراديو	٣	١.٠
٣	الصحف الإلكترونية	١١٩	٣٩.٧
٤	المواقع الإخبارية	١٩	٦.٣
٥	شبكات التواصل الاجتماعي	٩٤	٣١.٣
٦	الاتصال الشخصي	١٧	٥.٧
	الإجمالي	٣٠٠	١٠٠.٠

تشير البيانات الإحصائية في الجدول السابق إلى أن الصحف الإلكترونية تصدرت الوسائل التي يعتمد عليها المصريون المغتربون في متابعة المضامين المتعلقة بموضوع الدراسة وذلك بنسبة ٣٩.٧%، تلتها شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٣١.٣%، ثم جاء "التلفاز" في الترتيب الثالث بنسبة ١٦.٠%، بينما تراجع اعتمادهم على وسائل أخرى كالمواقع الإخبارية والاتصال الشخصي والراديو بنسب متفاوتة كما يتضح من الجدول السابق.

فالمغترِب يعتمد على "الصحف الإلكترونية" بشكل كبير في الحصول على المضامين المتعلقة بتحرير سعر الصرف، وذلك باعتبار أن الصحف الإلكترونية يمكنه تصفحها في أي وقت وفي كل مكان باستخدام "الهاتف الجوال"، فضلا عن أن الصحف الإلكترونية تقوم بتحديث أخبارها بشكل مستمر، مما يمكن المغترب من متابعة التطورات المتعلقة بموضوع الدراسة أولاً بأول، أما شبكات التواصل الاجتماعي فإنها تتيح للمبحوث التعرف على وجهات نظر متنوعة فيما يتعلق بموضوع الدراسة، فضلا عن الاطلاع على رؤى المواطنين فيما يتعلق بالموضوع وخبرتهم في هذا الأمر، كما أنها تحيل المبحوث إلى روابط تتعلق بموضوع الدراسة.

جدول رقم (٨)
يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لاتجاهاتهم نحو " تحرير سعر الصرف "

م	الفئات	معارض		محايد		مؤيد		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	تحرير سعر الصرف إجراء تأخر كثيراً لإصلاح الاختلالات التي يعاني منها الاقتصاد المصري.	٩١	٣٠.٣	١٠١	٣٣.٧	١٠٨	٣٦.٠	٣٠٠	١٠٠.٠
٢	يساهم تحرير سعر الصرف في القضاء على السوق الموازية للاتجار بالعملة.	٥٨	١٩.٣	١١٣	٣٧.٧	١٢٩	٤٣.٠	٣٠٠	١٠٠.٠
٣	أصبح قرار تحرير سعر الصرف حتماً بعد أن وصل سعر الصرف في السوق الموازية ضعف سعر الصرف في البنوك.	٧٢	٢٤.٠	١١٣	٣٧.٧	١١٥	٣٨.٣	٣٠٠	١٠٠.٠
٤	يتفق تحرير سعر الصرف مع أجديات الاقتصاد الحر حيث تخضع جميع السلع لآليات العرض والطلب.	٦٩	٢٣.٠	١١٧	٣٩.٠	١١٤	٣٨.٠	٣٠٠	١٠٠.٠
٥	يأتي تحرير سعر الصرف استجابة لضغوط صندوق النقد الدولي من أجل الحصول على قرض الصندوق لدعم الاقتصاد المصري.	٣٧	١٢.٣	١١٤	٣٨.٠	١٤٩	٤٩.٧	٣٠٠	١٠٠.٠
٦	يحقق تحرير سعر صرف العدالة الاجتماعية بين الفئات الاقتصادية المختلفة في المجتمع.	١١٢	٣٧.٣	١١٣	٣٧.٧	٧٥	٢٥.٠	٣٠٠	١٠٠.٠
٧	يساهم تحرير سعر الصرف في الحد من الأموال التي يتم تهريبها إلى الخارج.	٨١	٢٧.٠	١١٥	٣٨.٣	١٠٤	٣٤.٧	٣٠٠	١٠٠.٠
٨	حرص الحكومة في السابق على دعم الجنيه مقابل العملات الأجنبية جاء على حساب الاحتياطي من النقد الأجنبي.	٦٠	٢٠.٠	١٣١	٤٣.٧	١٠٩	٣٦.٣	٣٠٠	١٠٠.٠
٩	المستفيد الأكبر من عدم تحرير سعر الصرف هم المستثمرون ورجال الأعمال.	٥٢	١٧.٣	١٠٨	٣٦.٠	١٤٠	٤٦.٧	٣٠٠	١٠٠.٠

١٠٠٠٠	٣٠٠	٣٦.٠	١٠٨	٣٨.٣	١١٥	٢٥.٧	٧٧	١٠	بالرغم من تحرير سعر الصرف ما زالت هناك فجوة بين سعر الجنيه في البنوك وسعره في السوق الموازية.
١٠٠٠٠	٣٠٠	١٩.٧	٥٩	٣٨.٧	١١٦	٤١.٧	١٢٥	١١	تتخذ الحكومة المصرية العديد من الإجراءات لحماية محدودى الدخل من الأضرار الناجمة عن ارتفاع الأسعار
١٠٠٠٠	٣٠٠	٤٧.٣	١٤٢	٣٣.٣	١٠٠	١٩.٣	٥٨	١٢	لم تقم الحكومة بإجراءات واقعية للحفاظ على استقرار سعر الجنيه أمام العملات الأجنبية كالحد من استيراد السلع الترفيهية وتهيئة المناخ للاستثمار الخارجي ودعم الإنتاج المحلي.
١٠٠٠٠	٣٠٠	٥١.٧	١٥٥	٣٤.٣	١٠٣	١٤.٠	٤٢	١٣	لن تستطيع الحكومة السيطرة على أسعار السلع والخدمات بسبب تحرير سعر الصرف.
١٠٠٠٠	٣٠٠	٢٩.٧	٨٩	٤٠.٧	١٢٢	٢٩.٧	٨٩	١٤	يساعد تحرير الصرف المنتج المحلي على منافسة المنتجات المستوردة من الخارج.
١٠٠٠٠	٣٠٠	٤٠.٧	١٢٢	٣٦.٣	١٠٩	٢٣.٠	٦٩	١٥	يساهم تحرير سعر الصرف في تشجيع السياحة نتيجة لانخفاض تكلفة السائح.
١٠٠٠٠	٣٠٠	٣٥.٣	١٠٦	٣٧.٧	١١٣	٢٧.٠	٨١	١٦	أتوقع مزيدا من الاستثمارات الأجنبية كنتيجة طبيعية لتحرير سعر الصرف.
١٠٠٠٠	٣٠٠	٢٨.٧	٨٦	٤٤.٧	١٣٤	٢٦.٧	٨٠	١٧	يؤدي تحرير سعر الصرف إلى زيادة الصادرات كنتيجة لارتفاع العائد.
١٠٠٠٠	٣٠٠	٤٤.٠	١٣٢	٣٥.٧	١٠٧	٢٠.٣	٦١	١٨	تحرير سعر الصرف قرار صحيح في توقيت خاطئ سيما في ظل تراجع الاستثمارات الأجنبية والصادرات وعائدات السياحة وتحويلات المصريين في الخارج.
١٠٠٠٠	٣٠٠	٥٢.٠	١٥٦	٣٥.٧	١٠٧	١٢.٣	٣٧	١٩	لم أستفد كثيرا من تحرير سعر الصرف لأن أي تراجع للجنيه أمام العملات الأجنبية يقابله زيادة مماثلة في أسعار السلع والخدمات.

٢٠	أشعر بالندم لأنني قمت بتغيير مدخراتي من العملات الأجنبية قبل تحرير سعر الصرف.	٤٦	١٥.٣	١٤٠	٤٦.٧	١١٤	٣٨.٠	٣٠٠	١٠٠.٠
٢١	يشجع تحرير سعر الصرف المغتربين على تحويل أموالهم من الخارج مما يسهم في زيادة الاحتياطي من النقد الأجنبي.	٥٠	١٦.٧	١٠٧	٣٥.٧	١٤٣	٤٧.٧	٣٠٠	١٠٠.٠
٢٢	يعد محدودو الدخل أكثر الفئات الاجتماعية المتضررة من تحرير سعر الصرف.	٢٠	٦.٧	٩٤	٣١.٣	١٨٦	٦٢.٠	٣٠٠	١٠٠.٠
٢٣	أثر تحرير سعر الصرف في اختفاء العديد من السلع الضرورية من السوق المحلية كالدواء.	٣١	١٠.٣	٩٣	٣١.٠	١٧٦	٥٨.٧	٣٠٠	١٠٠.٠
٢٤	أقوم بشراء الاحتياجات الأساسية من الخارج نتيجة لارتفاع سعر هذه السلع في مصر تأثراً بتحرير سعر الصرف.	٧١	٢٣.٧	١١٧	٣٩.٠	١١٢	٣٧.٣	٣٠٠	١٠٠.٠
٢٥	بالرغم من تحرير سعر الصرف إلا أن هناك إحساساً لدي أن الحكومة تتدخل في تحديد السعر للحفاظ على سعر العملة المحلية عند مستوى محدد.	٦٠	٢٠.٠	١٠٧	٣٥.٧	١٣٣	٤٤.٣	٣٠٠	١٠٠.٠
٢٦	أتوقع مزيداً من التراجع للعملة المحلية أمام العملات الأجنبية.	٤٥	١٥.٠	١١٢	٣٧.٣	١٤٣	٤٧.٧	٣٠٠	١٠٠.٠
٢٧	أتوقع مزيداً من التراجع للعملات الأجنبية أمام العملة المحلية.	١١٤	٣٨.٠	١٢١	٤٠.٣	٦٥	٢١.٧	٣٠٠	١٠٠.٠
٢٨	أتوقع ثباتاً في سعر الصرف للعملة المحلية أمام العملات الأجنبية.	١٠١	٣٣.٧	١٣٦	٤٥.٣	٦٣	٢١.٠	٣٠٠	١٠٠.٠

بالقراءة المتأنية للبيانات الإحصائية في الجدول رقم (٨) نستخلص مجموعة من المؤشرات

تتمثل في: -

(أولاً) فيما يتعلق باتجاهات المغتربين نحو دوافع الحكومة المصرية إلى اتخاذ قرار تحرير سعر

الصرف يتضح التالي: -

تصدّر دافع "أن تحرير سعر الصرف جاء استجابة لضغوط صندوق النقد الدولي من أجل الحصول على قرض الصندوق لدعم الاقتصاد المصري" حيث حظي هذا الدافع بتأييد ما يقرب من نصف المبحوثين وذلك بنسبة (٤٩.٧%)، بينما جاءت عبارة "المستفيد الأكبر من عدم تحرير سعر الصرف هم المستثمرون ورجال الأعمال" في الترتيب الثاني كدافع لقرار "تحرير سعر الصرف" وذلك بنسبة (٤٦.٧%)، فيما جاءت عبارة "تحرير سعر الصرف يساهم في القضاء على السوق الموازية للتجار بالعملة" في الترتيب الثالث من حيث تأييد المغتربين كدافع لاتخاذ قرار "التعويم" بنسبة (٤٣%)، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة "أصبح قرار تحرير سعر الصرف حتمياً بعد أن وصل سعر الصرف في السوق الموازية ضعف سعر الصرف في البنوك" بنسبة تأييد (٣٨.٣%)، تلتها عبارة "يتفق تحرير سعر الصرف مع أجديات الاقتصاد الحر حيث تخضع جميع السلع لآليات العرض والطلب" بنسبة (٣٨%) من المبحوثين، فيما جاءت عبارة "يحقّق تحرير سعر صرف العدالة الاجتماعية بين الفئات الاقتصادية المختلفة في المجتمع" في الترتيب الأول في معارضة المغتربين لها كدافع لاتخاذ قرار "التعويم" حيث عارضها (٣٧.٣%) من المبحوثين.

تكشف هذه الأرقام الإحصائية عن وعي المغترب المصري من جانب، ومتابعته الدقيقة للشأن المصري من جانب آخر، سيما فيما يتعلّق بتحرير سعر الصرف، وهذا ما تؤكده الأرقام من ارتفاع تحويلات المصريين في الخارج بعد إصدار الدولة قرار "التعويم".

(ثانياً) ما يتعلّق باتجاهات المغتربين نحو التدايعات المترتبة على "تحرير سعر الصرف" بالنسبة للدولة والإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية للحد من التأثيرات السلبية لهذه التدايعات، جاءت عبارة "لن تستطيع الحكومة السيطرة على أسعار السلع والخدمات بسبب تحرير سعر الصرف" في الترتيب الأول حيث أيدها أكثر من نصف عينة الدراسة بنسبة (٥١.٧%) من المبحوثين، فيما جاءت عبارة "لم تقم الحكومة بإجراءات واقعية للحفاظ على استقرار سعر الجنيه أمام العملات الأجنبية كالححد من استيراد السلع الترفيحية وتهيئة المناخ للاستثمار الخارجي ودعم الإنتاج المحلي" في الترتيب الثاني بنسبة تأييد (٤٧.٣%)، بينما جاءت عبارة "يساهم تحرير سعر الصرف في تشجيع السياحة نتيجة لانخفاض تكلفة السائح" في الترتيب الثالث بنسبة (٤٠.٧%)، وجاءت عبارة "تتخذ الحكومة المصرية العديد من الإجراءات لحماية محدود الدخل من الأضرار الناجمة عن ارتفاع الأسعار" كأكثر العبارات التي عارضها مجتمع البحث بنسبة (٤١.٧%).

تكشف هذه البيانات الإحصائية بشكل عام عن عدم الرضا عن الإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية للحد من التأثيرات السلبية لقرار "التعويم"، لا سيما بالنسبة للفئات الاجتماعية محدودة الدخل، كما أثبتت هذه النتائج أن التدايعات الإيجابية لقرار "تحرير سعر الصرف" كارتفاع الصادرات ومنافسة المنتج المحلي للمنتجات المستوردة، وزيادة الاستثمارات الأجنبية تحتاج إلى عوامل أخرى بالإضافة

إلى "تحرير سعر الصرف"، كدعم المنتج المحلي، وتشجيع المستثمرين، وتقديم تسهيلات لهم، بالإضافة إلى جودة المنتج المحلي حتى يتمكن من المنافسة محلياً وعالمياً.

(ثالثاً) ما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو التداعيات المترتبة على تحرير سعر الصرف بالنسبة للجمهور.

تعكس النتائج الإحصائية فيما يتعلق بالعبارات التي تقيس هذا المحور أن عبارة "يعد محدودو الدخل أكثر الفئات الاجتماعية المتضررة من تحرير سعر الصرف" جاءت في الترتيب الأول من حيث تأييد المبحوثين لها بنسبة (٦٢%)، بينما جاءت عبارة "أثر تحرير سعر الصرف في اختفاء العديد من السلع الضرورية من السوق المحلي" في الترتيب الثاني بنسبة تأييد (٥٨%)، وجاءت في الترتيب الثالث عبارة "لم أستفد كثيراً من تحرير سعر الصرف لأن أي تراجع للجنيه أمام العملات الأجنبية يقابله زيادة مماثلة في أسعار السلع والخدمات" بنسبة (٥٢%)، بينما تراجع تأييد المبحوثين لعبارة "أقوم بشراء الاحتياجات الأساسية من الخارج نتيجة لارتفاع سعر هذه السلع في مصر تأثراً بتحرير سعر الصرف" إلى الترتيب الأخير بنسبة (٣٧.٢%)

تكشف هذه البيانات الإحصائية عن أن المغتربين المصريين يعيشون الواقع المصري بكل تفصيلاته فهم يدركون جيداً تأثير قرار "تعويم الجنيه" على المعاناة الحياتية لمحدودي الدخل، واختفاء العديد من السلع الضرورية من السوق المحلي وعلى رأسها "الدواء"، كما أنه يدرك جيداً أن قرار "تعويم الجنيه" -وخطافاً لما يعتقد الكثيرون أنه يصب في مصلحة المغترب-، جاءت النتائج الإحصائية لتؤكد على أن المغترب لم يستفد كثيراً من قرار "تعويم الجنيه" لإدراكه أن أي انخفاض في قيمة العملة المحلية يقابله ارتفاع موازٍ في أسعار السلع والخدمات

(رابعاً) أما فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية تكشف البيانات الإحصائية عن أن نسبة كبيرة من المبحوثين تتوقع تراجعاً في العملة المحلية أمام العملات الأجنبية وذلك بنسبة (٤٧.٧%) من المبحوثين، بينما تراجع نسبة المبحوثين الذين يتوقعون تراجعاً للعملات الأجنبية أمام العملة المحلية لتبلغ (٢١.٧%) من المبحوثين، بينما الذين يتوقعون ثباتاً في سعر صرف العملة الأجنبية أمام العملات المحلية فتراجعت نسبتهم إلى (١٢%) من المبحوثين.

نستنتج من هذه البيانات الإحصائية أن غياب الشفافية وكشف الحقائق فيما يتعلق بالواقع الاقتصادي يؤثر بالسلب في إدراك المغتربين لهذا الواقع الاقتصادي من جانب، فضلاً عن تأثره بالشائعات حول هذا الواقع من جانب آخر.

(المحور الثاني) اختبار فروض الدراسة: -

(الفرض الأول) توجد علاقة دالة إحصائية بين حجم تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية واتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف.

جدول رقم (٩)

يوضح العلاقة بين حجم تعرض المبحوثين للصحف الإلكترونية المصرية واتجاهاتهم نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	١٢٩	٧.٨	١٠	٦٧.٤	٨٧	٢٤.٨	٣٢	منخفض
١٠٠	١٣١	١٣	١٧	٥٣.٤	٧٠	٣٣.٦	٤٤	متوسط
١٠٠	٤٠	٥	٢	٨٠	٣٢	١٥	٦	مرتفع
١٠٠	٣٠٠	٩.٧	٢٩	٦٣	١٨٩	٢٧.٣	٨٢	المجموع

ك^٢ = 11.419^٢ د.ح = 4 الدلالة الإحصائية = 0.022. معامل التوافق = 191. مستوى المعنوية = 0.022.

تشير البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٩) إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض عينة البحث للصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.١٩١)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥)، حيث يتضح من البيانات الإحصائية أنه كلما زاد تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية كانوا أكثر معارضة لدوافع الدولة المصرية لتحرير سعر الصرف، بينما الأقل تعرضاً لهذه الصحف كان أكثر تأييداً لهذه الدوافع، وتكشف هذه النتائج عن أن المبحوث الذي لا يتعرض للصحف الإلكترونية المصرية ليس بالضرورة أنه لا يتعرض لوسائل إعلامية أخرى تتحكم في تشكيل اتجاهاته نحو تحرير سعر الصرف.

جدول رقم (١٠)

يوضح العلاقة بين حجم تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية واتجاهاتهم نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الدولة المصرية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة هذه التداعيات

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	١٢٩	١٠.١	١٣	٧٢.١	٩٣	١٧.٨	٢٣	منخفض
١٠٠	١٣١	١٠.٧	١٤	٦٦.٤	٨٧	٢٢.٩	٣٠	متوسط
١٠٠	٤٠	٢٠.٠	٨	٦٢.٥	٢٥	١٧.٥	٧	مرتفع
١٠٠	٣٠٠	١١.٧	٣٥	٦٨.٣	٢٠٥	٢٠.٠	٦٠	المجموع

كا^٢ = 4.285^a د.ح = 4 الدلالة الإحصائية = 0.369. معامل التوافق = 0.119. مستوى المعنوية = 0.369.

تشير البيانات الإحصائية في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية واتجاهاتهم نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الدولة المصرية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة هذه التداعيات، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.119) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.396).

جدول (١١)

يوضح العلاقة بين حجم تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية واتجاهاتهم نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	١٢٩	٤.٧	٦	٦٣.٦	٨٢	٣١.٨	٤١	منخفض
١٠٠	١٣١	٣.١	٤	٥٤.٢	٧١	٤٢.٧	٥٦	متوسط
١٠٠	٤٠	٥	٢	٥٠	٢٠	٤٥	١٨	مرتفع
١٠٠	٣٠٠	٤	١٢	٥٧.٧	١٧٣	٣٨.٣	١١٥	المجموع

كا^٢ = 4.563a د.ح = 4 الدلالة الإحصائية = 0.335. معامل التوافق = 0.122. مستوى المعنوية = 0.335.

تكشف البيانات الإحصائية في الجدول السابق عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية واتجاهاتهم نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.122) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.335).

جدول (١٢)

يوضح العلاقة بين حجم تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية واتجاهاتهم نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	١٢٩	٣٨	٤٩	٥٠.٤	٦٥	١١,٦	١٥	منخفض
١٠٠	١٣١	٣٤.٤	٤٥	٥٣.٤	٧٠	١٢,٢	١٦	متوسط
١٠٠	٤٠	٣٧.٥	١٥	٤٥	١٨	١٧.٥	٧	مرتفع
١٠٠	٣٠٠	٣٦.٣	١٠٩	٥١	١٥٣	١٢.٧	٣٨	المجموع

كا^٢ = 1.566^a د.ح = 4 الدلالة الإحصائية = 0.815. معامل التوافق = 0.072. مستوى المعنوية = 0.815.

توضح البيانات الإحصائية في الجدول رقم (١٢) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية واتجاهاتهم نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.٠٧٢) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٨١٥)، وهذه النتائج الإحصائية تكشف عن أن حالة الضبابية المتعلقة بمستقبل سعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية لا صلة له بحجم التعرض للصحف الإلكترونية المصرية، وإنما له علاقة مباشرة بعدم استقرار سعر صرف الجنيه أمام العملات الأجنبية بشكل عام. (الفرض الثاني) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين واتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف ويندرج تحت هذا الفرض الرئيسي مجموعة من الفروض الفرعية هي: -

(١) توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير (النوع) واتجاهات المبحوثين نحو تحرير سعر الصرف.

جدول رقم (١٣)

يوضح العلاقة بين متغير "النوع" واتجاهات المغتربين نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف.

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	١٩٣	٩,٣	١٨	٦٢,٧	١٢١	٢٨	٥٤	ذكر
١٠٠	١٠٧	١٠.٣	١١	٦٣.٦	٦٨	٢٦,٢	٢٨	أنثى
١٠٠	٣٠٠	٩.٧	٢٩	٦٣	١٨٩	٢٧,٣	٨٢	المجموع

كا^٢ = 1.55^a د.ح = 2 الدلالة الإحصائية = 0.925. معامل التوافق = 0.023. مستوى المعنوية = 0.925.

تشير البيانات الإحصائية في الجدول رقم (١٣) إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "النوع" واتجاهات المغتربين نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.٢٣) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٩٢٥).

جدول رقم (١٤)

يوضح العلاقة بين متغير "النوع" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الدولة المصرية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة لمواجهة هذه التداعيات.

الاتجاه		مؤيد		محايد		معارض		المجموع
النوع		ك	%	ك	%	ك	%	
ذكر		٤١	٢١,٢	١٢٨	٦٦,٣	٢٤	١٢,٤	١٩٣
أنثى		١٩	١٧,٨	٧٧	٧٢	١١	١٠,٣	١٠٧
المجموع		٦٠	٢٠	٢٠٥	٦٨,٣	٣٥	١١,٧	٣٠٠

كا^١=1.013^a د.ح=2 الدلالة الإحصائية=0.603. معامل التوافق=0.058. مستوى المعنوية=0.603.

تكشف البيانات الإحصائية في الجدول السابق عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "النوع" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الدولة المصرية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة هذه التداعيات. حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.٥٨) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٦٠٣).

جدول (١٥)

يوضح العلاقة بين متغير "النوع" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري

الاتجاه		مؤيد		محايد		معارض		المجموع
النوع		ك	%	ك	%	ك	%	
ذكر		٦٤	٣٣,٢	١٢١	٦٢,٧	٨	٤,١	١٩٣
أنثى		٥١	٤٧,٧	٥٢	٤٨,٦	٤	٣,٧	١٠٧
المجموع		١١٥	٣٨,٣	١٧٣	٥٧,٧	١٢	٤	٣٠٠

كا^١=6.177^a د.ح=2 الدلالة الإحصائية=0.046. معامل التوافق=0.142. مستوى المعنوية=0.046.

نستنتج من البيانات الإحصائية في الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "النوع" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.١٤٢) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥)، حيث تكشف هذه البيانات الإحصائية أن الإناث كن أكثر تأييداً للتداعيات المترتبة على تحرير سعر الصرف

بالنسبة للجمهور المصري، ويرجع ذلك إلى أن المرأة المصرية - غالبًا - تضطلع بالتصدي لشراء احتياجات الأسرة، ومن ثم فهي أكثر اتصالاً بحجم هذه التداعيات من الذكور.

جدول (١٦)

يوضح العلاقة بين متغير "النوع" واتجاهات المغتربين نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية.

الاتجاه		مؤيد		محايد		معارض		المجموع	
النوع		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ذكر		٢٤	١٢.٤	١٠٥	٥٤.٤	٦٤	٣٣.٢	١٩٣	١٠٠
أنثى		١٤	١٣.١	٤٨	٤٤.٩	٤٥	٤٢.١	١٠٧	١٠٠
المجموع		٣٨	١٢.٧	١٥٣	٥١	١٠٩	٣٦.٣	٣٠٠	١٠٠

كا^٢=2.752 د.ح=2، الدلالة الإحصائية=253. معامل التوافق=0.95. مستوى المعنوية=253.

تكشف البيانات الإحصائية في الجدول رقم (١٦) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "النوع" واتجاهات المغتربين نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.٩٥) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٢٥٣)، حيث تشير هذه النتائج الإحصائية إلى أن أكثر من نصف مفردات العينة لم تكن لديهم أي توقعات فيما يتعلق بمستقبل سعر الجنيه المصري أمام العملات الأجنبية سواءً بالارتفاع أو الانخفاض أو الثبات، وهذا يؤكد على أن المعلومات والحقائق المتوفرة أمام المغتربين للتوقعات المستقبلية لسعر العملة المحلية غير كافية لتبني مواقف محددة في هذا الأمر سواءً تعلق الأمر بالذكور أو الإناث.

(٢) توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير (الفئة العمرية) واتجاهات عينة البحث نحو تحرير سعر الصرف.

جدول رقم (١٧)

يوضح العلاقة بين متغير "الفئة العمرية" واتجاهات المغتربين نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف.

الاتجاه		مؤيد		محايد		معارض		المجموع	
الفئة العمرية		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ٣٠ سنة		٢٣	٣٠.٣	٤٨	٦٣.٢	٥	٦.٦	٧٦	١٠٠
من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة		٢٤	٢٣.٨	٦٩	٦٨.٣	٨	٧.٩	١٠١	١٠٠
من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة		٣٠	٢٨	٦٣	٥٨.٩	١٤	١٣.١	١٠٧	١٠٠
٥٠ سنة فأكثر		٥	٣١.٢	٩	٥٦.٢	٢	١٢.٥	١٦	١٠٠
المجموع		٨٢	٢٧.٣	١٨٩	٦٣	٢٩	٩.٧	٣٠٠	١٠٠

كا^٦=4.170 د.ح=6 الدلالة الإحصائية=654. معامل التوافق=1.17. مستوى المعنوية=654.

نستنتج من البيانات الإحصائية في الجدول رقم (١٧) عدم وجود علاقة ذات دلالة بين متغير "الفئة العمرية" واتجاهات عينة البحث نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.١١٧)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٥).

جدول رقم (١٨)

يوضح العلاقة بين متغير "الفئة العمرية" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الدولة المصرية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة لمواجهة هذه التداعيات.

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	٧٦	٧,٩	٦	٦٥,٨	٥٠	٢٦,٣	٢٠	أقل من ٣٠ سنة
١٠٠	١٠١	١١,٩	١٢	٦٦,٣	٦٧	٢١,٨	٢٢	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة
١٠٠	١٠٧	١٤	١٥	٧١	٧٦	١٥	١٦	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة
١٠٠	١٦	١٢,٥	٢	٧٥	١٢	١٢,٥	٢	٥٠ سنة فأكثر
١٠٠	٣٠٠	١١,٧	٣٥	٦٨,٣	٢٠٥	٢٠	٦٠	المجموع

كا^١=5.285 د.ح=6 الدلالة الإحصائية=508. معامل التوافق=132. مستوى المعنوية=508.

توضح البيانات الإحصائية في الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "الفئة العمرية" لعينة الدراسة واتجاهاتهم نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الدولة المصرية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة هذه التداعيات، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.١٣٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٥٨).

جدول رقم (١٩)

يوضح العلاقة بين متغير "الفئة العمرية" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	٧٦	٢,٦	٢	٧١,١	٥٤	٢٦,٣	٢٠	أقل من ٣٠ سنة
١٠٠	١٠١	٥	٥	٥٣,٥	٥٤	٤١,٦	٤٢	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة
١٠٠	١٠٧	٣,٧	٤	٥١,٤	٥٥	٤٤,٩	٤٨	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة
١٠٠	١٦	٦,٢	١	٦٢,٥	١٠	٣١,٢	٥	٥٠ سنة فأكثر
١٠٠	٣٠٠	٤	١٢	٥٧,٧	١٧٣	٣٨,٣	١١٥	المجموع

كا^١=8.809 د.ح=6 الدلالة الإحصائية=185. معامل التوافق=169. مستوى المعنوية=185.

تشير البيانات الإحصائية في الجدول رقم (١٩) إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "الفئة العمرية" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.١٦٩) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.١٨٥).

جدول رقم (٢٠)

يوضح العلاقة بين متغير "الفئة العمرية" واتجاهات المغتربين نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية.

الاتجاه		مؤيد		محايد		معارض		المجموع	
الفئة العمرية		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
أقل من ٣٠ سنة		١٧,١	١٣	٥٠	٣٨	٣٢,٩	٢٥	١٠٠	٧٦
من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة		١٣,٩	١٤	٤٩,٥	٥٠	٣٦,٦	٣٧	١٠٠	١٠١
من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة		١٠,٣	١١	٤٩,٥	٥٣	٤٠,٢	٤٣	١٠٠	١٠٧
٥٠ سنة فأكثر		٠	٠	٧٥	١٢	٢٥	٤	١٠٠	١٦
المجموع		١٢,٧	٣٨	٥١	١٥٣	٣٦,٣	١٠٩	١٠٠	٣٠٠

كا^٢=6.968 د.ح=6 الدلالة الإحصائية=324. معامل التوافق=151. مستوى المعنوية=324.

تشير البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٢٠) إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "الفئة العمرية" للمغتربين واتجاهاتهم نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.١٥١)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٣٢٤).

(٣) توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير (المؤهل) واتجاهات المغتربين نحو تحرير سعر الصرف.

جدول رقم (٢١)

يوضح العلاقة بين متغير "المؤهل" واتجاهات عينة البحث نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف.

الاتجاه		مؤيد		محايد		معارض		المجموع	
المؤهل		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
متوسط		٢٤,٢	٨	٦٠,٦	٢٠	١٥,٢	٥	١٠٠	٣٣
جامعي		٢٤,٤	٣٣	٦٧,٤	٩١	٨,١	١١	١٠٠	١٣٥
فوق الجامعي		٣١,١	٤١	٥٩,١	٧٨	٩,٨	١٣	١٠٠	١٣٢
المجموع		٢٧,٣	٨٢	٦٣	١٨٩	٩,٧	٢٩	١٠٠	٣٠٠

كا^٢=3.318 د.ح=4، الدلالة الإحصائية=506. معامل التوافق=105. مستوى المعنوية=506.

تكشف البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٢١) عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "المؤهل" واتجاهات المغتربين نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.١٠٥)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٥٠٦).

جدول رقم (٢٢)

يوضح العلاقة بين متغير "المؤهل" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الدولة المصرية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة هذه التداعيات

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	٣٣	٩,١	٣	٦٠,٦	٢٠	٣٠,٣	١٠	المؤهل
١٠٠	١٣٥	١٤,١	١٩	٦٧,٤	٩١	١٨,٥	٢٥	متوسط
١٠٠	١٣٢	٩,٨	١٣	٧١,٢	٩٤	١٨,٩	٢٥	جامعي
١٠٠	١٣٢	٩,٨	١٣	٧١,٢	٩٤	١٨,٩	٢٥	فوق الجامعي
١٠٠	٣٠٠	١١,٧	٣٥	٦٨,٣	٢٠٥	٢٠	٦٠	المجموع

كا^٢=3.672^a دح=4، الدلالة الإحصائية=452. معامل التوافق=110. مستوى المعنوية=452.

تشير البيانات الإحصائية في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير "المؤهل" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الدولة المصرية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة لمواجهة هذه التداعيات، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.١١٠)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٤٥٢).

جدول رقم (٢٣)

يوضح العلاقة بين متغير "المؤهل" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	٣٣	٩,١	٣	٥٤,٥	١٨	٣٦,٤	١٢	المؤهل
١٠٠	١٣٥	٣	٤	٦٣,٧	٨٦	٣٣,٣	٤٥	متوسط
١٠٠	١٣٢	٣,٨	٥	٥٢,٣	٦٩	٤٣,٩	٥٨	جامعي
١٠٠	١٣٢	٣,٨	٥	٥٢,٣	٦٩	٤٣,٩	٥٨	فوق الجامعي
١٠٠	٣٠٠	٤	١٢	٥٧,٧	١٧٣	٣٨,٣	١١٥	المجموع

كا^٢=6.087^a دح=4، الدلالة الإحصائية=193. معامل التوافق=141. مستوى المعنوية=193.

تعكس البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٢٣) عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير "المؤهل" واتجاهات عينة الدراسة نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.١٤١)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.١٩٣).

جدول رقم (٢٤)

يوضح العلاقة بين متغير "المؤهل" واتجاهات المغتربين نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية

الاتجاه		مؤيد		محايد		معارض		المجموع
المؤهل		%	ك	%	ك	%	ك	%
متوسط		١٨,٢	٦	٤٥,٥	١٥	٣٦,٤	١٢	٣٣
جامعي		١٥,٦	٢١	٤٩,٦	٦٧	٣٤,٨	٤٧	١٣٥
فوق الجامعي		٨,٣	١١	٥٣,٨	٧١	٣٧,٩	٥٠	١٣٢
المجموع		١٢,٧	٣٨	١٥٣	٥١	٣٦,٣	١٠٩	٣٠٠

كا^٢=4.261 د.ح=4 الدلالة الإحصائية=0.372. معامل التوافق=0.118. مستوى المعنوية=0.372.

توضح البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٢٤) عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير "المؤهل" واتجاهات المغتربين نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.118)، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.372).

(٤) توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير (سنوات الإقامة) واتجاهات المغتربين نحو تحرير سعر الصرف.

جدول رقم (٢٥)

يوضح العلاقة بين متغير "سنوات الإقامة" واتجاهات المغتربين نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف

الاتجاه		مؤيد		محايد		معارض		المجموع
سنوات الإقامة		%	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ٥ سنوات		٢٣	٢٠	٧٠,١	٦١	٦,٩	٦	٨٧
من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات		٣٣,١	٤٢	٥٦,٧	٧٢	١٠,٢	١٣	١٢٧
١٠ سنوات فأكثر		٢٣,٣	٢٠	٦٥,١	٥٦	١١,٦	١٠	٨٦
المجموع		٢٧,٣	٨٢	١٨٩	٦٣	٩,٧	٢٩	٣٠٠

كا^٢=5.291 د.ح=4 الدلالة الإحصائية=0.259. معامل التوافق=0.132. مستوى المعنوية=0.259.

نستنتج من البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٢٥) عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير "سنوات الإقامة" واتجاهات المغتربين نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.132)، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.259).

جدول رقم (٢٦)

يوضح العلاقة بين متغير "سنوات الإقامة" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الدولة المصرية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة هذه التداعيات.

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	٨٧	١١,٥	١٠	٧٠,١	٦١	١٨,٤	١٦	سنوات الإقامة
١٠٠	١٢٧	١٥	١٩	٦٣,٨	٨١	٢١,٣	٢٧	أقل من ٥ سنوات
١٠٠	٨٦	٧	٦	٧٣,٣	٦٣	١٩,٨	١٧	من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات
١٠٠	٣٠٠	١١,٧	٣٥	٦٨,٣	٢٠٥	٢٠	٦٠	١٠ سنوات فأكثر
١٠٠	٣٠٠	١١,٧	٣٥	٦٨,٣	٢٠٥	٢٠	٦٠	المجموع

كا^١=3.751 د.ح=4 الدلالة الإحصائية=441. معامل التوافق=1.11. مستوى المعنوية=441.

تكشف البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٢٦) عن عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير "سنوات الإقامة" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الدولة المصرية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة لمواجهة هذه التداعيات، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.١١١)، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٤٤١).

جدول رقم (٢٧)

يوضح العلاقة بين متغير "سنوات الإقامة" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	٨٧	١,١	١	٦٤,٤	٥٦	٣٤,٥	٣٠	سنوات الإقامة
١٠٠	١٢٧	٧,٩	١٠	٤٦,٥	٥٩	٤٥,٧	٥٨	أقل من ٥ سنوات
١٠٠	٨٦	١,٢	١	٦٧,٤	٥٨	٣١,٤	٢٧	من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات
١٠٠	٣٠٠	٤	١٢	٥٧,٧	١٧٣	٣٨,٣	١١٥	١٠ سنوات فأكثر
١٠٠	٣٠٠	٤	١٢	٥٧,٧	١٧٣	٣٨,٣	١١٥	المجموع

كا^٢=16.332 د.ح=4، الدلالة الإحصائية=0.003. معامل التوافق=2.27. مستوى المعنوية=0.003.

تظهر البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٢٧) وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير "سنوات الإقامة" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.٢٢٧)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٠٥)، حيث تعكس هذه النتائج الإحصائية أن المغتربين الذين تتجاوز إقامتهم خارج البلاد ١٠ سنوات أقل إحساساً بتداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري، وهذه نتيجة منطقية لأن طول فترة الإقامة بالخارج تجعل المغترب ينفصل -إلى حد كبير- عن واقع الحياة اليومية للمواطن المصري، بعكس

المغترب الأحدث الذي ما زال يعيش الواقع المصري بكل تفاصيله وأكثر إدراكاً بالتأثيرات المختلفة التي أحدثها "تعويم الجنيه" على حياة المصريين.

جدول رقم (٢٨)

يوضح العلاقة بين متغير "سنوات الإقامة" واتجاهات المغتربين نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية

الاتجاه		مؤيد		محايد		معارض		المجموع	
سنوات الإقامة		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ٥ سنوات		١٠	١١,٥	٤٧	٥٤	٣٠	٣٤,٥	٨٧	١٠٠
من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات		١٨	١٤,٢	٤٨	٣٧,٨	٦١	٤٨	١٢٧	١٠٠
١٠ سنوات فأكثر		١٠	١١,٦	٥٨	٦٧,٤	١٨	٢٠,٩	٨٦	١٠٠
المجموع		٣٨	١٢,٧	١٥٣	٥١	١٠٩	٣٦,٣	٣٠٠	١٠٠

كما $\chi^2 = 19.933$ د.ح=4 الدلالة الإحصائية = 0.001. معامل التوافق = 0.250. مستوى المعنوية = 0.001.

نستنتج من الجدول رقم (٢٨) وجود علاقة دالة إحصائياً بين متغير "سنوات الإقامة" واتجاهات المغتربين نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.٢٥٠)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (0.٠٠٥)، حيث تعكس هذه البيانات الإحصائية أنه كلما طالت سنوات الغربة قلت التوقعات السلبية لمستقبل سعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية، ويمكن تفسير هذه النتيجة بالاستقرار المادي للمغترب الأطول إقامة في الخارج، ومن ثم فهو يميل دوماً إلى تأييد ثبات العملة المحلية أمام العملات الأجنبية حتى لا تتأثر استثماراته بالسلب من جانب، ويحافظ على استقراره المادي من جانب آخر، وهذا يجعله أقل تشاؤماً بالنسبة لمستقبل سعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية من المغترب الأحدث.

(٥) توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير (طبيعة العمل) واتجاهات المغتربين نحو تحرير سعر الصرف.

جدول رقم (٢٩)

يوضح العلاقة بين متغير "طبيعة العمل" واتجاهات عينة البحث نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف

الاتجاه		مؤيد		محايد		معارض		المجموع	
طبيعة العمل		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
متعاقد حكومي		٤١	٢٩,١	٨٥	٦٠,٣	١٥	١٠,٦	١٤١	١٠٠
متعاقد خاص		٢٩	٢٥,٩	٧٣	٦٥,٢	١٠	٨,٩	١١٢	١٠٠
مقيم ولا يعمل		١٢	٢٥,٥	٣١	٦٦	٤	٨,٥	٤٧	١٠٠
المجموع		٨٢	٢٧,٣	١٨٩	٦٣	٢٩	٩,٧	٣٠٠	١٠٠

كما $\chi^2 = 8.778$ د.ح=4 الدلالة الإحصائية = 0.928. معامل التوافق = 0.054. مستوى المعنوية = 0.928.

تكشف البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٢٩) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "طبيعة العمل" واتجاهات المغتربين نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.٠٥٤)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٩٢٨).

جدول رقم (٣٠)

يوضح العلاقة بين متغير "طبيعة العمل" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الدولة المصرية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة هذه التداعيات

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	١٤١	٩,٢	١٣	٦٩,٥	٩٨	٢١,٣	٣٠	طبيعة العمل
١٠٠	١١٢	١٥,٢	١٧	٦٧	٧٥	١٧,٩	٢٠	متعاقد حكومي
١٠٠	٤٧	١٠,٦	٥	٦٨,١	٣٢	٢١,٣	١٠	متعاقد خاص
١٠٠	٣٠٠	١١,٧	٣٥	٦٨,٣	٢٠٥	٢٠	٦٠	مقيم ولا يعمل
١٠٠	٣٠٠	١١,٧	٣٥	٦٨,٣	٢٠٥	٢٠	٦٠	المجموع

كا^١=2.420 د.ح=4 الدلالة الإحصائية=659. معامل التوافق=0.089. مستوى المعنوية=659.

تظهر النتائج الإحصائية في الجدول رقم (٣٠) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "طبيعة العمل" واتجاهات عينة الدراسة نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الدولة المصرية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة هذه التداعيات، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.٠٨٩)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٦٥٩).

جدول رقم (٣١)

يوضح العلاقة بين متغير "طبيعة العمل" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	١٤١	٣,٥	٥	٥١,١	٧٢	٤٥,٤	٦٤	طبيعة العمل
١٠٠	١١٢	٤,٥	٥	٥٨,٩	٦٦	٣٦,٦	٤١	متعاقد حكومي
١٠٠	٤٧	٤,٣	٢	٧٤,٥	٣٥	٢١,٣	١٠	متعاقد خاص
١٠٠	٣٠٠	٤	١٢	٥٧,٧	١٧٣	٣٨,٣	١١٥	مقيم ولا يعمل
١٠٠	٣٠٠	٤	١٢	٥٧,٧	١٧٣	٣٨,٣	١١٥	المجموع

كا^١=9.024 د.ح=4، الدلالة الإحصائية=0.050. معامل التوافق=0.171. مستوى المعنوية=0.050.

نستنتج من البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٣١) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "طبيعة العمل" واتجاهات عينة البحث نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.١٧١)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية

(٠.٠٥)، حيث تكشف هذه البيانات الإحصائية عن أن المتعاقد الحكومي كان أكثر إدراكاً لهذه التداعيات من المتعاقد في القطاع الخاص والمقيم الذي لا يعمل، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن المتعاقد الحكومي أكثر استقراراً في وظيفته من المتعاقد في القطاع الخاص، أما بالنسبة للمقيم الذي لا يعمل فعدم إدراكه لهذه التداعيات ناتج عن عدم تحمله لأعباء المعيشة بالنسبة للأسرة ومن ثم فهو أقل إحساساً بحجم هذه التداعيات على الجمهور المصري.

جدول رقم (٣٢)

يوضح العلاقة بين متغير "طبيعة العمل" واتجاهات المغتربين نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	طبيعة العمل
١٠٠	١٤١	٣٦,٩	٥٢	٥١,٨	٧٣	١١,٣	١٦	متعاقد حكومي
١٠٠	١١٢	٣٩,٣	٤٤	٤٦,٤	٥٢	١٤,٣	١٦	متعاقد خاص
١٠٠	٤٧	٢٧,٧	١٣	٥٩,٦	٢٨	١٢,٧	٦	مقيم ولا يعمل
١٠٠	٣٠٠	٣٦,٣	١٠٩	٥١	١٥٣	١٢,٧	٣٨	المجموع

كا^٢=2.832 د.ح=4، الدلالة الإحصائية=586. معامل التوافق=0.97. مستوى المعنوية=586.

توضح البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٣٢) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "طبيعة العمل" واتجاهات المغتربين نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.٠٩٧)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٥٨٦).

جدول رقم (٣٣)

يوضح العلاقة بين متغير "مستوى الدخل" واتجاهات المغتربين نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مستوى الدخل
١٠٠	٨٧	٨	٧	٦٦,٧	٥٨	٢٥,٣	٢٢	أقل من ٥٠٠٠ ريال
١٠٠	١١٥	٨,٧	١٠	٦٤,٣	٧٤	٢٧	٣١	من ٥٠٠٠ ريال إلى أقل من ١٠٠٠٠ ريال
١٠٠	٩٨	١٢,٢	١٢	٥٨,٢	٥٧	٢٩,٦	٢٩	من ١٠٠٠٠ ريال فأكثر
١٠٠	٣٠٠	٩,٧	٢٩	٦٣	١٨٩	٢٧,٣	٨٢	المجموع

كا^٢=1.927 د.ح=4 الدلالة الإحصائية=749. معامل التوافق=0.80. مستوى المعنوية=749.

تشير البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٣٣) إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "مستوى الدخل" واتجاهات المغتربين نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.٠٨٠)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٧٤٩).

جدول رقم (٣٤)

يوضح العلاقة بين متغير "مستوى الدخل" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الدولة المصرية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة هذه التداعيات

الاتجاه		مؤيد		محايد		معارض		المجموع	
مستوى الدخل		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
أقل من ٥٠٠٠ ريال		٢١,٨	١٩	٦٦,٧	٥٨	١١,٥	١٠	٨٧	١٠٠
من ٥٠٠٠ ريال إلى أقل من ١٠٠٠٠ ريال		٢٠,٩	٢٤	٦٣,٥	٧٣	١٥,٧	١٨	١١٥	١٠٠
من ١٠٠٠٠ ريال فأكثر		١٧,٣	١٧	٧٥,٥	٧٤	٧,١	٧	٩٨	١٠٠
المجموع		٢٠	٦٠	٦٨,٣	٢٠٥	١١,٧	٣٥	٣٠٠	١٠٠

كا^٢=4.993^٢ د.ح=4 الدلالة الإحصائية=288. معامل التوافق=128. مستوى المعنوية=288.

نستنتج من البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٣٤) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "مستوى الدخل" واتجاهات عينة الدراسة نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الدولة المصرية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة هذه التداعيات، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.١٢٨)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٢٨٨).

جدول رقم (٣٥)

يوضح العلاقة بين متغير "مستوى الدخل" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري

الاتجاه		مؤيد		محايد		معارض		المجموع	
مستوى الدخل		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
أقل من ٥٠٠٠ ريال		٤١,٤	٣٦	٥٥,٢	٤٨	٣,٤	٣	٨٧	١٠٠
من ٥٠٠٠ ريال إلى أقل من ١٠٠٠٠ ريال		٣٣	٣٨	٦٠,٩	٧٠	٦,١	٧	١١٥	١٠٠
من ١٠٠٠٠ ريال فأكثر		٤١,٨	٤١	٥٦,١	٥٥	٢	٢	٩٨	١٠٠
المجموع		٣٨,٣	١١٥	٥٧,٧	١٧٣	٤	١٢	٣٠٠	١٠٠

كا^٢=3.962^٢ د.ح=4 الدلالة الإحصائية=411. معامل التوافق=114. مستوى المعنوية=411.

تظهر البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٣٥) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "مستوى الدخل" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور

المصري، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.١١٤)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٤١١).

جدول رقم (٣٦)

يوضح العلاقة بين متغير "مستوى الدخل" واتجاهات المغتربين نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية

المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	٨٧	٣٦,٨	٣٢	٤٧,١	٤١	١٦,١	١٤	أقل من ٥٠٠٠ ريال
١٠٠	١١٥	٣٩,١	٤٥	٥٠,٤	٥٨	١٠,٤	١٢	من ٥٠٠٠ ريال إلى أقل من ١٠٠٠٠ ريال
١٠٠	٩٨	٣٢,٧	٣٢	٥٥,١	٥٤	١٢,٢	١٢	من ١٠٠٠٠ ريال فأكثر
١٠٠	٣٠٠	٣٦,٣	١٠٩	٥١	١٥٣	١٢,٧	٣٨	المجموع

كا^١=2.476 دح=4، الدلالة الإحصائية=0.649. معامل التوافق=0.090. مستوى المعنوية=0.649.

تعكس البيانات الإحصائية في الجدول رقم (٣٦) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "مستوى الدخل" واتجاهات عينة البحث نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.٠٩٠)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٦٤٩).

أهم نتائج الدراسة:

- القبول الجزئي للفرض الأول حيث أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض مجتمع البحث للصحف الإلكترونية المصرية واتجاهاتهم نحو دوافع الحكومة المصرية لتحرير سعر الصرف، حيث أشارت النتائج إلى أن المغتربين الأقل تعرضاً للصحف الإلكترونية المصرية أكثر تأييداً لهذه الدوافع من الأكثر تعرضاً لها.
- القبول الجزئي للفرض الثاني وذلك على النحو التالي: -
- أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيرات "الفئة العمرية" و "المؤهل" و "مستوى الدخل" لعينة الدراسة واتجاهات المغتربين نحو تحرير سعر الصرف.
- كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "النوع" واتجاهات مجتمع الدراسة نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري، حيث كان الإناث أكثر تأييداً لهذه التداعيات من الذكور.
- أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "سنوات الإقامة" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري، حيث كشفت النتائج

عن أنه كلما زادت سنوات الإقامة في الغربية بالنسبة لعينة الدراسة تراجع الإحساس بحجم تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري.

- أثبتت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "سنوات الإقامة" واتجاهات المغتربين نحو التنبؤات المستقبلية لسعر العملة المحلية أمام العملات الأجنبية، حيث أشارت النتائج إلى أنه كلما طالت سنوات الغربية لعينة الدراسة كانت أقل تشاؤماً بالنسبة لمستقبل العملة المحلية أمام العملات الأجنبية.

- أوضحت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير "طبيعة العمل" واتجاهات المغتربين نحو تداعيات تحرير سعر الصرف على الجمهور المصري، حيث أشارت النتائج إلى أن "المتعاقدين الحكومي" أكثر إحساساً بحجم تداعيات تحرير سعر الصرف من المتعاقدين في القطاع الخاص والمقيم الذي لا يعمل.

توصيات الدراسة ومقترحاتها:

- توصي الدراسة بأن تحرص الصحف المصرية الإلكترونية في معالجتها للأحداث والقضايا الاقتصادية على الالتزام بالقيم المهنية في هذه المعالجات، وأن تتقلل الواقع الاقتصادي لمصر دون تهويل أو تهوين.

- توصي الدراسة بضرورة استشعار المسؤولين والخبراء الاقتصاديين بالمسؤولية تجاه ما يدلون به من تصريحات أو آراء بشأن الواقع الاقتصادي في مصر، حتى لا تتسبب تلك التصريحات في إثارة الشائعات بين المغتربين من جانب، فضلاً عن تأثيرها السلبي على حجم الاستثمارات الأجنبية في مصر من جانب آخر.

- توصي الدراسة بأن تحرص الصحف الإلكترونية المصرية على الرد على الشائعات التي تثار حول الاقتصاد المصري أولاً بأول، سواءً في مواقع التواصل الاجتماعي أو وسائل الإعلام التي تحمل أجندات مناهضة لمصر، وأن تعتمد الصحف الإلكترونية المصرية في ردودها على هذا الشائعات بإبراز الحقائق بتجرد وحيادية.

- توصي الدراسة المجلس الوطني للإعلام بإعادة النظر في قرار منع النسخ الإلكترونية للصحف الرسمية أو على الأقل أن يقتصر هذا المنع على المصريين في الداخل دون أن يمتد قرار منع النسخ الإلكترونية خارج مصر، وذلك حتى يتمكن المغتربون من مطالعاتها، وإذا كان الدافع المعلن لمنع النسخ الإلكترونية للصحف الرسمية المصرية يتمثل في عودة القراء لمطالعة النسخ الورقية لهذه الصحف، فإن هذا الدافع غير متوفر بالنسبة للمغترب الذي لا يتاح له فرصة مطالعة الصحف المصرية في هيئتها الورقية.

توصي الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات حول علاقة المغتربين المصريين بقضايا وأحداث الوطن، وألا تقتصر هذه الدراسات على علاقة المغترب بالقضايا السياسية فحسب، بل يمتد هذا الاهتمام ليشمل علاقاتهم بمختلف قضايا المجتمع.

دوامش البحث:

⁽¹⁾ 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. SAGE Journals. First Published March 2018*

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0093650217750971>

⁽²⁾ إلهام يونس أحمد (٢٠١٧ م) اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة المواقع الإخبارية للأوضاع الاقتصادية المصرية بعد تعويم الجنيه، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد (١٨)، (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية)، ص: ١ - ٣٨.

⁽³⁾ Argonvan, D. & et al (2017): Economic News through the Magnifying Glass, *Journalism Studies*, V, (18), N, (7), PP, 890-909.

⁽⁴⁾ Antonis, K, (2017) Economic News and Personal Economic Expectations, *Mass Communication and Society*, (21), N, (2), 248-265.

^(٥) أحمد السمان: العلاقة بين التعرض لإعلانات حملة الإصلاح الجريء " والاتجاه نحو الإصلاحات الاقتصادية في مصر، *مجلة بحوث العلاقات العامة في الشرق الأوسط*، العدد (١١)، (القاهرة، الجمعية المصرية للعلاقات العامة)، ص ١٩٥ - ٢٢٢.

⁽⁶⁾ Tawfik, Engy, Azzam (2016): *Media Framing of the Egyptian Monetary Policy Domestic News Websites Insights from "The flotation Egyptian Pound in 2016"*, (Unpublished master's dissertation), Cairo, Department of Public Policy, The American University.

⁽⁷⁾ Damstra, A., & Vliegthart, R. (2016). Uncovering the Economic Crisis? Over-time and Intermedia Differences in Salience and Framing. *Journalism Studies*, pp.983-1003.

^(٨) دعاء عادل محمود (٢٠١٦ م): أطر تقديم القضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة في المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (القاهرة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة).

⁽⁹⁾ Kalogeropoulos. , A, & et al (2016) The Predictors of Economic Sophistication: Media, Interpersonal Communication and Negative Economic Experiences. *European Journal of Communication*, V, (30).N (4), PP. 385-403.

⁽¹⁰⁾ Robert, D. & et al (2016), Impact of Social Media on Economic Growth – Evidence from Social Media, *Applied Economics Letters*, V, (23), N, (9), PP, 633-636.

^(١١) منى مجدي فرج عبد المقصود (٢٠١٥ م) تقييم أداء الإعلام المصري خلال الأزمات الاقتصادية: دراسة حالة على البرامج الاقتصادية، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد (٩، ١٠)، (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية)، ص: ١١٤ - ١٣٥.

^(١٢) خالد عبد الله أحمد درار (٢٠١٥ م) اتجاهات الصحفيين السودانيين والنخبة الأكاديمية إزاء دور الصحافة في التنمية الاقتصادية: الصحافة السودانية نموذجاً، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد (١١)، (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية)، ص: ٤٠ - ٥٧.

^(١٣) عدلات عبد المعطي الشيخ (٢٠١٥ م): دور الصحف الالكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية، *دراسة تحليلية وميدانية*، رسالة ماجستير، غير منشورة، (فلسطين، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية).

^(١٤) محمد فتحي رمضان (٢٠١٥ م): التغطية الصحفية الاقتصادية في الإمارات: دراسة تحليل محتوى للملحق الاقتصادي اليومي لصحيفة الاتحاد ٢٠١٤، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد (١١)، (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية) ص: ٢٦ - ٣٩.

^(١٥) هند نبيل (٢٠١٥ م) دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات الجمهور نحو الموضوعات والقضايا الاقتصادية، *المجلة الاجتماعية القومية*، مجلد (٥٢)، العدد (١)، (القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية)، ص: ١٤٧ - ١٥٥.

(16) محمد الفاتح حمدي (٢٠١٥ م): المعالجة الإعلامية لظاهرة الفساد الاقتصادي داخل المؤسسات الجزائرية: دراسة تحليلية لعينة من الجرائد الجزائرية، *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، العدد (٢٩)، (الجزائر، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع) ص ص ١٠ - ٤٢.

(17) Matthew, D, M& Mihe, S (2014) Stress in the Aftermath of the Economic Crisis in Urban Communities: the Interplay of Media Use, Perceived Economic Threat, and Community Belonging, *Communication Research Reports*, V, (31), N, (4), PP, 303-315.

(18) Baden, C., & Springer, N. (2014), Complementing the News on the Financial Crisis: the Contribution of News Users' Commentary to the Diversity of Viewpoints in the Public Debate. *European journal of communication*, V (29), N (5), PP, 529-548.

(19) سعد كاظم حسن (٢٠١٤ م): العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (القاهرة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة).

(20) هنييدة قنديل أبو بكر أحمدون (٢٠١٤ م) التغطية الصحفية للأزمة الاقتصادية في السودان بالصحف السودانية اليومية (آخر لحظة، اليوم التالي) دراسة تحليلية، *مجلة بحوث العلاقات العامة في الشرق الأوسط*، العدد (٥)، (القاهرة، الجمعية المصرية للعلاقات العامة) ص ص ٩٧ - ١٢٢.

(21) Tracy, J, and F, (2012): Covering "Financial Terrorism": the Greek Debt Crisis in US News Media, *Journalism*, V (6), N (4), PP 513-529.

(22) محمد معوض إبراهيم وآخرون (٢٠١٢ م): المعالجة الصحفية لقضايا الاقتصاد المصري الموجهة لقراء الصحف، دراسة تحليلية، *دراسات الطفولة*، مجلد (١٥)، العدد (٥٦)، (القاهرة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس)، ص ص ٥١ - ٦٠.

(23) Lory, Cox. N. (2010): "Media Coverage of the Economy and Aggregate Evaluations: Uncovering Evidence of Indirect Media Effects, *Political Economic Communication*, (130).N. (2).PP. 249-250.

(24) محمد علي عبد الله أجبتي (٢٠٠٩ م): التغطية الصحفية لقضية تضخم الأسعار في صحافة الإمارات العربية المتحدة دراسة تحليلية لصحيفتي الخليج والبيان، رسالة ماجستير، غير منشورة، (عمان، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا).

(25) Gibson, R. & Hester, j. (2003) : The Economy and Second-Level Agenda Setting: A Time-Series Analysis of Economic News and Public Opinion about the Economy , *Journalism and Mass Communication Quarterly*, V. (80), N (1), PP 73-90.

(26) فاتن عبد الرحمن (٢٠١٧ م) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو قضايا الإرهاب في مصر خلال عام ٢٠١٥ م، دراسة في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، العدد (١٧)، (الرياض، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال)، ص ص ١٥٩ - ٢٠٤.

(27) حمزة سعد محمد (٢٠١٦ م) اعتماد الجالية المصرية بالإمارات على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات عن قضية جزيرتي تيران وصنافير، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد (١٤، ١٥)، (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية) ص ص ٨٢ - ١٠٩.

(28) هويدا رضا محمد الدر (٢٠١٦) اتجاهات المصريين المغتربين في الخارج نحو التأثيرات الاجتماعية لاعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، العدد (٥) القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص ٢٣٣ - ٢٨٩.

(29) وديع العز عزي (٢٠١٥) دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات المغتربين اليمنيين نحو قضايا الوطن، *مجلة كلية الآداب*، العدد (٧٤)، القاهرة، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، ص ص ٤٢٥ - ٤٧٦.

(30) اعتماد خلف معبد عبد الحميد وآخرون (٢٠١٥ م) الصورة الإعلامية المقدمة من المصريين المغتربين في الأفلام السينمائية العربية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى المراهقين، *دراسات الطفولة*، مجلد (١٨)، العدد (٦٦)، (القاهرة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس)، ص ص ١٢٧ - ١٣١.

(31) أمل محمد نبيل بدر (٢٠١٣ م) العوامل المؤثرة على اعتماد المصريين في الخارج على القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات عن أزمة الانقسام السياسي حول الدستور المصري الجديد، دراسة ميدانية على عينة من المصريين المقيمين بدولة الإمارات العربية المتحدة، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد (١)، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ص ص ٥٢ - ٦٩.

(32) رباب رأفت محمد الجمال (٢٠١٢ م) دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المصريين المغتربين نحو الأحداث السياسية في مصر للفترة ما بعد ثورة ٢٥ يناير - دراسة في إطار نظرية المجال العام، في أعمال المؤتمر العلمي الثامن عشر لكلية الإعلام بعنوان " الإعلام وبناء الدولة الحديثة " ، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(33) اعتماد خلف معبد عبد الحميد وآخرون (٢٠١٢ م) دور المواقع الإخبارية في حصول شباب المغتربين المصريين على المعلومات عن أحداث ثورة ٢٥ يناير، *دراسات الطفولة*، مجلد (١٥)، العدد (٥٦)، القاهرة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ص ص ٤٥ - ٤٦.

- (٣٤) أ/عبد النبي عبد الله الطيب: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام والاتصال جامعة محمد بن سعود الإسلامية.
أ/مبارك يوسف محمد خير: أستاذ الصحافة بكلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة جازان.
د/ طارق محمد الصعيدي: أستاذ الصحافة المشارك بكلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة جازان.
- (35) Hancock, Mark.S. & Krista. Gile. j. (2011) Comment: On the Concept of Snowball Sampling, *Sociological Methodology*, 41 (1). pp. 367-371.
- (٣٦) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد (١٩٩٨م) *الاتصال ونظرياته المعاصرة*، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص ٣١٤.
- (37) loveless, Matthew. (2008) Media Dependency: Mass Media as Sources of Information in the Democratizing Countries of Central and Eastern Europe, *Democratization*, V(15), N(1). PP 162-183.
- (38) Westgate, Christopher, (2008) *the Everyday Life of Media System Dependency Theory*, *Conference Papers*. National Communication Association. PP 1-16.
- (٣٩) محمد رضا أحمد (٢٠١١م) *التعرض لأخبار العنف والانفلات الأمني في التلفزيون والمواقع الإلكترونية وتأثيرها على انفعالات الخوف لدى الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد (٣٢)، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٣٧.
- (40) Baran, Stanley, j. & Dennis, K, Davis (2003) *Mass Communication Theory : Foundations, Ferment, and Future* , Third Edition, CA: Wadsworth Thomson Learning . P 320.
- (٤١) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد (١٩٩٨م)، مرجع سابق، ص ص ٣٢٥-٣٢٩.



Expatriates' Exposure to Egyptian Electronic Newspapers and its Relationship to Shaping their Attitudes towards Floating the Pound Exchange Rate: A Field Study on a Sample of Egyptians Residing in the Kingdom of Saudi Arabia

Dr. Mohammad Basyouny Gebril

drmbasiony74@gmail.com

Assistant Professor of journalism & Publishing,

Faculty of Mass Communication,

Al-Azhar University

Abstract

The aim of the present study is to shed light on the relationship between Egyptians living in Saudi Arabia and how the electronic media helps to form their attitudes in respect to the floating of the Egyptian currency. The researcher adopts the media survey approach using the electronic questionnaire in collecting data, which includes three hundred items chosen. The results of the study are as follows:

- There is a statistical relationship between the sample of people and their attitudes and the electronic media towards the floating of the Egyptian currency.
- The study also proves that there is a statistical relationship between three variables: kind, years of residence and the nature of work and the attitudes of the Egyptians towards the currency floating.
- Furthermore, the study also shows that no statistical relationship between the age, qualification and the income towards the floating.

The study recommends to conduct more studies in this area of interest between the Egyptians living abroad and their relationship to their home not only focusing on the political issues.

Key words: Electronic Newspapers - Pound Exchange Rate.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibben El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Al Zoghbi St.

Email: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2000 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 500 \$.with 50% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1000 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 250 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
 Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
 Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
 And also to the Journal email: jpr@epa.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication (after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 1.48 = 100% in the year of 2018G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean
of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Suhad Adil (Iraq)

Associate Professor of Public Relations
Mass Communication Department
College of Arts - Al-Mustansiriyah University

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

English Reviewer

Dr. El-Sayed Abdel-Rahman

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Suez University

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Sabri Suleiman

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Al Zoghbi St.

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

IPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice-Dean of the Faculty of Mass Communication for
Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

**Abstracts of Arabic Researches:**

- **Prof. Dr. Azza Mostafa Elkahkey** - Umm Al-Qura University
Zainab Abo Omar Fadul Al-Hq AbdulKarim Al-Ramadhani - Umm Al-Qura University
Vision of the Academic Elite in Achieving the Concept of Quality in Public Relations Departments in the Saudi Universities 7
- **Dr. Mohammad Basyouny Gebril** - Al-Azhar University
Expatriates' Exposure to Egyptian Electronic Newspapers and its Relationship to Shaping their Attitudes towards Floating the Pound Exchange Rate: A Field Study on a Sample of Egyptians Residing in the Kingdom of Saudi Arabia 8
- **Dr. Eman Ashour Sayed Hussein** - Minia University
Effectiveness of the Short Educational Films in Reducing Cyber Bullying among High School Students 9
- **Dr. Rasha Abdel Rahim Mazroua** - Umm Al-Qura University
Shaimaa Ebrahim Al-masrahi - Umm Al-Qura University
The Factors Affecting on the Perceptive Image of Public Relations Function: A Field Study on a Sample of Students from the Department of Media at Umm Al-Qura University 10
- **Dr. Merhan Mohsen Tantawi** - Pharos University
The Relationship between Youth Attitudes towards Celebrities Advertisement and their Purchasing Intention for the Advertised Product: A field Study 12
- **Emad Almudaifar** - Al Imam Mohamad Ibn Saud Islamic University
Osamh Al-Muhaya - Al Imam Mohamad Ibn Saud Islamic University
Hani Al-Ghamdi - Al Imam Mohamad Ibn Saud Islamic University
Ibrahim Al-Rashidi - Al Imam Mohamad Ibn Saud Islamic University
Modern Research Trends towards Employing New Media in Public Relations And Public Diplomacy: Second Level Analytical Paper 13
- **Noora Ahmad Youssef Mohamad** - University of Sharjah
The Usage of Emirati Voluntary Organizations of Social Media to Spread the Culture of Volunteerism: An Applied Study on the Communicator 15

English Researches:

- **Hassan Ahmed Abusharifah** - Jazan University
The Usage of Al-Arabiya and Al-Jazeera News Channels of Twitter to Disseminate Breakdown News 16