

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة- عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د / محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

سكرتارية التحرير:

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / رامى جمال مهدي - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ / جمال أبو جبل - معيد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الخامس والخمسون - الجزء السادس - صفر ١٤٤٢هـ - أكتوبر ٢٠٢٠ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧-١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)  
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا  
أ.م.د. فودة محمد علي  
٣٢٥٣
- 
- المعالجة النظرية والمنهجية لبحوث التسويق السياسي: دراسة تحليلية من المستوى الثاني للبحوث المنشورة في الفترة من ٢٠٠٦ إلى ٢٠١٨  
أ.م.د. لبيبة عبد النبي إبراهيم عبد المعطي  
٣٣١٥
- 
- السياسة الخارجية كما تعرض لها الحسابات الرسمية السعودية عبر موقع التواصل الاجتماعي «تويتر»: دراسة تحليلية  
أ.م.د. عبدالله بن عبدالمحسن بن سعود العساف  
٣٣٩١
- 
- آليات الخطاب الإعلامي للصحف الإلكترونية المصرية في معالجة أزمة تيران وصنافير بين مصر والسعودية: دراسة كيفية نقدية  
د. حسين خليفة  
٣٤٣٣
- 
- انعكاس البيئة التعليمية لدارسي الإعلام على تعرضهم للإعلام الجديد واتجاهاتهم نحو المضامين السياسية بها  
د. هاجر محمود محمد  
٣٤٧٩
- 
- أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي  
د. راللا أحمد محمد عبد الوهاب  
٣٥٤٧
- 
- دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو مجلس الشيوخ والمرشحين لعضويته- دراسة مسحية  
د. محمد عبداللطيف عبدالمعطي محمد  
٣٦٣٩

- علاقة استخدام الطلبة وأعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية لتطبيقات ووسائل الإعلام الجديد باتجاهاتهم نحو التعليم عن بعد أثناء جائحة كورونا «**COVID-19**» د. مؤمن جبر عبد الشاي ٣٧٠٣
- 
- استخدام المراهقين المكفوفين وضعاف البصر لبرامج وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال وعلاقته بالتمكين الثقافى لديهم- دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الإنترنت د. مروى عبد اللطيف محمد ٣٧٧٧
- 
- واقع التأهيل والتدريب في أقسام العلاقات العامة بكليات ومعاهد الإعلام الحكومية والخاصة بمصر من وجهة نظر هيئة التدريس والطلبة بها د. عبدالله أحمد مصطفى محمد ٣٨٤٩
- 
- اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات د. إيمان سيد علي ٣٩١٧
- 
- **Internet Use and Democratic Satisfaction in Egypt after Five Years of the 2011 Revolution**  
Assist. Prof. Dr. Alaa Elshamy ٣٩٦٥
-

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536- 9393	2536- 9393	5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891	2366- 9891	4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536- 9237	2536- 9237	3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407	2367- 0407	6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131	2366- 9131	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X	2366- 914X	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168	2366- 9168	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836	1110- 6836	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844	1110- 6844	6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي سنكشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي سنكشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية  
المحلية والعالمية ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري  
نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي

- The Framing of economic news published in news websites and their role in managing the general mood of the public towards economic reform procedures in Egypt

د. راللا أحمد محمد عبد الوهاب منصور

مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس

rallaabdelwhab@gmail.com

### ملخص الدراسة

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

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

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

الكلمات المفتاحية: إجراءات الإصلاح الاقتصادي- المزاج العام- المواقع الإخبارية- الأطر الإخبارية.

### Abstract

The current study analyzes the news frames employed by the websites under study in the different types of ownership (national, partism, private) and international (American, Russian, German) in dealing with Economic reform procedures in Egypt, by conducting a quantitative and qualitative content analysis, and the study also came to test some of the hypotheses of the public mood management theory related to selective exposure to content and its impact on mood of public. The study uses mood theory management and news framing as theoretical approaches.

The results of the study revealed that there is a statistically significant relationship between the types of ownership of the electronic websites under study (national, private, and party) and the direction of treatment used in the news sites under study (positive, neutral, negative), and it is evident that there is a statistically significant relationship between the trends of the state ownership For the websites under study (CNN, RT, DW) and the treatment direction used (positive, neutral, negative), the results of the study confirmed the existence of a statistically significant relationship between following up on economic news and the social and economic level, as the results proved that those with a low economic level are following the economic news and that it helps them form views on economic issues.

Keywords: Mood Management Theory, Economic reform procedures, Electronic websites, News Framing,



بموجب اتفاق مع صندوق النقد الدولي، أعلنت الحكومة المصرية بدء إجراءات الإصلاح الاقتصادي عام 2016، وصدّق مجلس النواب على خطوات البرنامج في أبريل 2016، وتضمن القرار حزمة من القرارات تضمنت قرار تحرير سعر صرف الجنيه المصري، وتعويم الجنيه، وتحرير أسعار المواد البترولية، إلى جانب قرارات أخرى، ولكن القرارات سالفة الذكر كانت أبرز إجراءات الإصلاح الاقتصادي وأهمها نظرًا لتأثيرها على المجتمع، وقد أشادت الحكومة بأهمية البرنامج ودوره في تحسين الأحوال الاقتصادية؛ مما خلف تأثيرات اقتصادية وإعلامية خطيرة على صورة مصر، وتناقلت الصحف والمواقع الإخبارية المحلية والعربية والدولية أخبار تلك الإجراءات، وعلى الرغم من بعض التقديرات السلبية من المواطن المصري نحو البرنامج، ووصف بعض الخبراء للبرنامج أنه قاسٍ، فإن الحكومة لم تتوقف عن البرنامج وعمّا صحبه من حزمة إجراءات أثرت بشكل مباشر وغير مباشر على المجتمع المصري، وبحلول نوفمبر الماضي انتهى برنامج الإصلاح الاقتصادي الذي أعلنت عنه الحكومة، وأعلنت الحكومة ارتفاع مؤشرات الاقتصاد المصري الكلية وأرصدة الاحتياطي الأجنبي إلى 44.2 مليار دولار، وتراجع معدل البطالة والتضخم، وانتهاء مشكلة توافر العملة والسوق السوداء، والتمهيد لبيئة مناسبة جاذبة للاستثمار.

ومع استمرار متابعة تأثيرات برنامج الإصلاح الاقتصادي في الصحف وتغير توجهات بعض المواقع الأجنبية نحو الوضع المالي وقدراتها الاقتصادية، وإمكاناتها في تحقيق إصلاحات اقتصادية، عنيت الدراسة بمعرفة التوجهات الخاصة بالجمهور المصري نحو تلك الإجراءات ومدى رضاه أو عدمه عنها.

إن التعرض لمعالجات ومضامين متنوعة تقدمها الصحف ووسائل الإعلام لجمهورها، تؤدي إلى بناء وتشكيل تقييمات أو اتجاهات إما إيجابية أو سلبية لدى الجمهور، وتؤثر على المزاج العام فيما بينهم في النهاية، ويؤدي المحتوى الإخباري دورًا في إدارة المزاج العام للجمهور نحو القضايا والموضوعات التي يثيرها، فقد يؤدي التعرض المكثف للمضامين

السلبية إلى التأثير سلبيًا على المزاج العام للجمهور، كما قد تدفع الحالة المزاجية العامة للجمهور إلى التعرض لقضايا ومضامين إعلامية بعينها؛ فالمزاج العام مزيج من العمليات الشعورية والمعرفية والحالة النفسية ورد الفعل السلوكي لأفراد المجتمع<sup>1</sup>.

#### مشكلة الدراسة:

تعد دراسة المزاج العام مهمة لأنها توضح مدى رضا الأفراد وسخطهم لما هو مقدم لهم وفقًا لذلك المزاج؛ فالمزاج العام للمجتمع لا ينبع من فراغ، وإنما يعد محصلة لعوامل متعددة ثقافية ونفسية واجتماعية وسياسية ومعرفية، توقع من خلالها أن يتوافق الأفراد مع بعضهم بعضًا في المجتمع، وتؤدي التغطية الصحفية والتلفزيونية لقضية معينة بالأفراد إلى أن يفسروا المواقف الجديدة، أو إعادة تفسير المواقف القديمة للحفاظ على الاتساق مع ميولهم الحالية التي تدعمها حالتهم المزاجية والشعورية الإيجابية<sup>2</sup>.

وعلى الرغم من انتهاء إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي أعلنت عنها الحكومة المصرية بدءًا من نوفمبر 2016 وانتهاء بنوفمبر 2019، فإن بعض إجراءات الإصلاح الاقتصادي لم تطل قطاعات التعليم والصحة بشكل كبير، وهي ملفات تهم المواطن بشكل قاطع، ويهتم بأخبارها ومتابعتها المواطن المصري؛ لذلك تهتم الدراسة الحالية بالتعرف على دور الأخبار الاقتصادية المنشورة في الصحف في إدارة المزاج العام للجمهور المصري، وتأثيراتها على الجمهور، واتجاهاتهم نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي والاقتصاد المصري.

وقد أصبحت المواقع الإخبارية المحلية والدولية مصدرًا مهمًا للحصول على المعلومات عن القضايا والأحداث الاقتصادية في المجتمع، وجاءت الدراسة الحالية لتحلل الأطر التي وظفتها المواقع الإخبارية محل الدراسة على اختلاف أنماط ملكيتها (قومي- حزبي- خاص)، والدولية (أمريكية- روسية- ألمانية)، في معالجة إجراءات الإصلاح الاقتصادي والأوضاع الاقتصادية في مصر، وذلك من خلال إجراء تحليل المضمون، كما وكيفا، كما جاءت الدراسة لتختبر بعضًا من فرضيات نظرية إدارة المزاج العام، المتعلقة بالتعرض الانتقائي للمضامين، وتأثير ذلك على الحالة المزاجية بالتطبيق على إجراءات الإصلاح الاقتصادي في مصر، ولذلك تطرح مشكلة الدراسة تساؤلًا يكمن في: هل تؤثر درجة تعرض الجمهور المصري للمحتوى الاقتصادي في المواقع الإلكترونية المصرية والدولية وإجراءات الإصلاح الاقتصادي باتجاهاتها (السلبية- الإيجابية- المحايدة) على تغيير حالة المزاج السائد لدى الجمهور؟

## أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة الحالية بشكل رئيس التعرف على اتجاهات المواقع الإلكترونية محل الدراسة نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي وطبيعة العلاقة بين حجم التعرض للصحف المصرية ودرجته، وانعكاسات ذلك على المزاج العام للجمهور المصري تجاه إجراءات الإصلاح الاقتصادي بشكل خاص، والاقتصاد المصري بشكل عام، ويتفرع من الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية المتمثلة في:

- التعرف على نوع الإطار المستخدم في المواقع الإلكترونية المحلية والدولية محل الدراسة.
- رصد أهم أطر الإستراتيجيات المستخدمة في المواقع الإلكترونية المحلية والدولية محل الدراسة.
- رصد الأطر الخبرية المستخدمة في المواقع الإلكترونية المحلية والدولية محل الدراسة.
- التعرف على اتجاه المعالجة المستخدمة في المواقع الإلكترونية المحلية والدولية محل الدراسة.
- التعرف على وسائل التأطير المستخدمة في المواقع الإلكترونية المحلية والدولية محل الدراسة.
- رصد المعايير المهنية المستخدمة في معالجة الأحداث في المواقع الإلكترونية المحلية والدولية محل الدراسة.
- رصد آليات الانحياز المستخدمة في المواقع الإلكترونية المحلية والدولية محل الدراسة.
- التعرف على اتجاهات الجمهور نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي.
- رصد أبرز الحلول التي تسهم في تحسين الأوضاع الاقتصادية.
- الوقوف على اتجاهات الجمهور نحو أداء الرؤساء في فترات الحكم الحالية والسابقة في تاريخ مصر.
- التعرف على مقترحات الجمهور لتطوير أداء الصحف فيما يخص الموضوعات الاقتصادية.
- التعرف على العلاقة بين التعرض للموضوعات الخاصة بالاقتصاد المصري (الوضع الاقتصادي- إجراءات الإصلاح الاقتصادي) ودرجة الشعور بالرضا العام، أو السخط العام، أو الإحباط والغضب، وانعكاساته على المستقبل لدى عينة الدراسة.

■ التعرف على مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية (النوع- السن- المستوى الاقتصادي) في درجة التعرض للمضامين الاقتصادية على درجة المزاج العام لدى الجمهور المصري.

#### أهمية الدراسة:

- قلة الدراسات العربية والأجنبية التي عيّنت بدراسة تأثير التغطية الصحفية لإجراءات الإصلاح الاقتصادي ووضع مصر الاقتصادي وموقفها المالي على اتجاهات الجمهور، وقلة الدراسات التي تناولت إجراءات الإصلاح الاقتصادي ومدى رضا أفراد الجمهور عن تلك الإجراءات، حيث تؤدي وسائل الإعلام دورًا في بناء الحالة المزاجية للجمهور وإدارتها.
- زيادة الاهتمام بالشأن المصري محليًا وعربيًا وعالميًا مع تصاعد دور مصر بين الدول، وقضية تعويم الجنيه وما يتبعه من إجراءات حازت مساحات وتغطيات ومعالجات كبيرة في الصحف، مما يعني اهتمام المواطن أيضًا.
- التوثيق الإعلامي لاتجاهات الجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي والمزاج العام للجمهور.

#### الإطار النظري للدراسة: نظرية إدارة المزاج العام: Mood Management Theory

تتبنى نظرية إدارة المزاج العام إلى مجموعة كبيرة من المداخل النظرية التي تخاطب التعرض الانتقائي لوسائل الإعلام، حيث تفترض النظرية أن الخيار الإعلامي يعد من الوظائف الخاصة بالحالة التأثرية لمستخدمي وسائل الإعلام؛ إلا أن الشواهد الامبيريقية الحالية تؤكد وجود دعم جزئي لحالة الخيال العام التي تنتج عن التعرض الانتقائي للمضامين الخاصة بوسائل الإعلام<sup>3</sup>.

حيث تفترض النظرية بشكل رئيس أن أفراد الجمهور لديهم حافز لإنهاء أو تخفيف حالات التأثير السلبي، وحفظ التأثير الإيجابي وتكثيفه، وذلك للحصول على أهداف تتعلق بالمتعة (أهداف ممتعة)؛ لذلك يعيد الأفراد ترتيب حوافزهم البيئية بطريقة تساعدهم على التفاؤل وتعظيم التأثيرات الإيجابية وتقليل التأثيرات السلبية.

وكان يشار إلى النظرية في البداية باسم نظرية التأثير المعتمد على ترتيب الدوافع، لكنها فيما بعد اكتسبت مسمى جديدًا هو "إدارة المزاج العام" بعد إجراء عديد من التطبيقات البحثية لها.

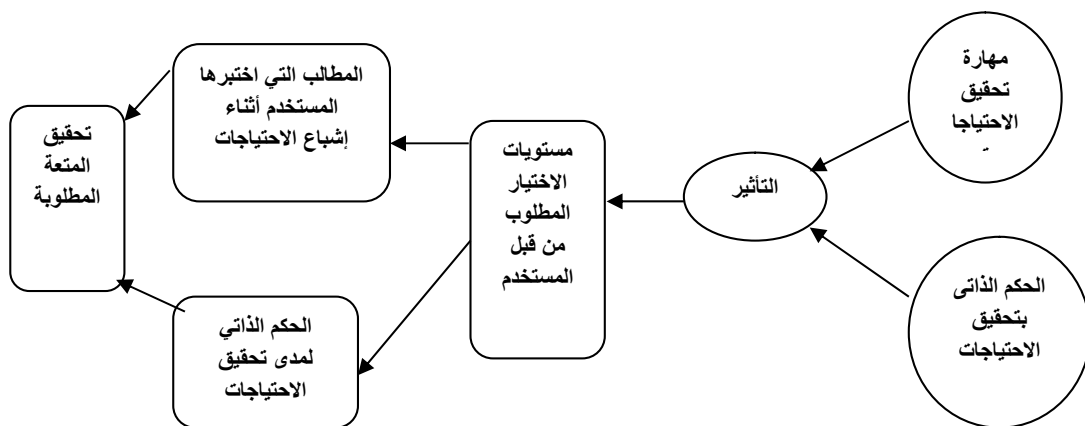
ووفقًا لنظرية إدارة المزاج العام MMT، فإن استخدام وسائل الإعلام يكون من أجل تحسين الحالة المزاجية للأفراد، وإنهاء حالة القلق، والحصول على حالة من الرضا العام

تشرح فكرة انتقاء وسائل الإعلام مصحوبًا بعدد من العوامل التداخلية، التي يكون هدفها إنهاء حالة المزاج السلبي، ووفقًا لكل من Zillman, Bryant، عندما يجد الفرد نفسه لديه مدركات غير متوافقة مع البيئة المحيطة به تنتج عملية التنافر، ويقل هذا التنافر تدريجيًا من خلال التعرض الانتقائي لوسائل الإعلام، حيث يحاول الأفراد البحث عن معلومات تقلل التنافر، وذلك لخلق حالة من الرضا والانسجام<sup>4</sup>.

يفترض (Zillmann 1988) أن الأفراد يقومون بـ:

(أ) تقليل التعرض للحوافز السلبية والمزاج السلبي.

(ب) يكثر التعرض للحوافز التي تجعلهم سعداء ومزاجهم الإيجابي.



الشكل رقم (1): يوضح نظرية المزاج العام والتفاعلات الخاصة بها.

والمزاج العام للمجتمع لا ينبع من فراغ؛ بل هو نتاج محصلة من العوامل الثقافية والنفسية والمعرفية والسياسية والاجتماعية، يتوقع من خلالها الأفراد الحصول على توافق مع الأفراد الآخرين، وتؤدي التغطية لقضية ما بعينها إلى تفسير المواقف الجديدة من قبل الأشخاص، أو إعادة تفسير مواقف قديمة للحفاظ على الاتساق مع ميولهم الحالية، التي تدعمها حالتهم المزاجية، حيث تنطلق النظرية من فكرة مفادها أن المزاج العام هو حالة تسيطر على الأفراد بقوة وتدفعهم إلى التفكير بشكل معين، حيث إنه لا يتوقف تأثير الحالة المزاجية للفرد على الإدراك أو العمليات المعرفية فقط؛ بل أيضًا القرارات الخاصة به وانفعالاته وتفاعلاته مع الآخر<sup>5</sup>.

وتشير الأدبيات والدراسات إلى أن أسس نظرية المزاج العام تفترض أن الأفراد يكون لديهم حافز لاستخدام الموسيقى والتلفزيون ووسائل الإعلام أيضًا من أجل أغراض تتعلق بإدارة المزاج العام، حيث تفترض النظرية أن الأفراد الذين لديهم مزاج سيئ لديهم الدافعية لتحسين المزاج السلبي عن طريق وسائل الإعلام، كما أن الأفراد الذين لديهم مزاج إيجابي لديهم دافعية لتعزيز مزاجهم الإيجابي عن طريق مؤثرات تتمثل في وسائل الإعلام؛ حيث إن وسائل الإعلام قد تستخدم لتعديل مزاج الفرد، وقد طورت نظرية المزاج العام لشرح والتنبؤ بالاختيارات الإعلامية، لرسائل مختلفة وأمزجة مختلفة وبطرق مختلفة، ولذلك سعت النظرية لتحديد خصائص المؤثرات الإعلامية من أجل الربط بين الحالة المزاجية والاختيارات الإعلامية ومضامينها المختلفة.

ولذلك اقترح Zillmann 1988 أربعة أبعاد مختلفة للمضامين الإعلامية في ضوء نظرية إدارة المزاج العام<sup>6</sup>:

#### احتمالية الاستثارة للمحتوى (الرسالة الإعلامية) Excitatory Potential of a Message

حيث إن تلك الرسائل المحتملة تحسن المزاج العام، على اعتبار أن الفرد في بداية الرسالة الاتصالية لا يدرك ما إذا كانت الرسالة إيجابية أو سلبية في أول التعرض لها، وكذلك يمكن القول أنه على سبيل المثال، إن الموسيقى السريعة تعزز حالة الفوضى والصفب، بينما الموسيقى الهادئة تميل إلى تهدئة حالة الأفراد، وأيضًا أفلام العنف تجعل الأفراد في حالة استثارة أكثر من الأفلام الوثائقية.

#### البعد الثاني: إمكانية استيعاب الرسائل الإعلامية Absorption Potential

حيث يشير Zillmann 1988 إلى أن الاستهلاك الإعلامي قد يتدخل أو يغير المزاج الحالي للأفراد، وأن هذا التدخل له درجات تعتمد على إمكانية استيعاب الرسائل الاتصالية، حيث يتغير المزاج عندما يتم استيعاب الرسائل الاتصالية بقوة.

#### التشابه الدلالي Semantic Affinity:

ويعنى التشابه الدلالي التشابه بين المزاج والرسالة الاتصالية، حيث يشير التشابه الدلالي إلى الربط بين المضمون الإعلامي وحالة الفرد، حيث إنه عندما يكون المحتوى الإعلامي مناسبًا لشخص ما بعينه، يكون المؤثر الإعلامي قادرًا على تغيير مزاج الشخص الحالي، وعندما يكون المزاج إيجابيًا يسعى الأفراد إلى التعرض لمحتوى ممتع لتعزيز ذلك الشعور الإيجابي ودفع المزاج السلبي، وعلى سبيل المثال، الأفراد الذين تعرضوا لانفصال عاطفي يتجنبون التعرض للتراجيديا الرومانسية لأنهم لا يريدون تعزيز المزاج السلبي.

## تكافؤ المتعة Hedonic Valence:

يشير إلى أن الرسائل الإعلامية السعيدة أو الممتعة تتدخل بشكل أكبر وتؤثر أكثر من غيرها، أي الرسائل الحزينة، وأنه من أجل تعزيز المزاج الإيجابي أو الجيد لابد أن يتعرض الفرد للرسائل الاتصالية السعيدة أو الممتعة؛ إلا أنه لابد أن يتم الوضع في الاعتبار الطبيعة المعقدة فيما يقدم من رسائل، فأحياناً الخبر الجيد هو خبر سيئ للبعض، والعكس صحيح؛ لذلك يمكن تلخيص الأربعة أبعاد السالف ذكرها على أنها ليست مستقلة بالكامل، فعلى سبيل المثال عندما يكون الأشخاص في مزاج فإنهم يبدأون في إظهار اهتمام متزايد بمن هم أقل جاذبية أو نجاح على شبكات التواصل، وكذلك فإن الأشخاص الذين يقضون وقتاً كبيراً على تلك الشبكات يميلون لأن يكونوا أكثر إحباطاً وغضباً ووحدة في أغلب الظن بسبب ما يقوم به الآخرون من الأصدقاء على شبكات التواصل بوصفهم يضعون تحديثات سعيدة تجعلهم يشعرون بالنقص؛ لذلك يميل هؤلاء الأفراد إلى مطالعة صفحات الأصدقاء الذين يشعرون أنهم أسوأ منهم للشعور بالثقة وعدم النقص.

### توظيف نظرية الأطر الإخبارية:

تعد نظرية الأطر الإعلامية الأنسب في تطبيقها على الدراسة الحالية لما تتيحه من رصد وتحليل كمي وكيفي، للكشف عن دلالات الرسالة الإعلامية وأساليب تشكيل الأحداث والقضايا من خلال المعالجات الصحفية المختلفة، كما أنها تفسر الطريقة التي تؤثر بها الانتماءات السياسية والأيديولوجية لوسائل الإعلام على المحتوى الخبري المقدم.

وقد استفادت الباحثة من نظرية الأطر الخبرية في الدراسة كما يلي:

الكشف عن المحتوى الضمني الذي تم من خلاله معالجة الأخبار الاقتصادية الخاصة بالشئون المصرية في المواقع المصرية والأجنبية محل الدراسة.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات تناولت كلاً من معالجة الصحف والمواقع الإلكترونية للقضايا

الاقتصادية، واتجاهات الجمهور نحو القضايا الاقتصادية:

أ- دراسات تناولت المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في الصحف والمواقع

الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي.

استهدفت دراسة<sup>7</sup> (Doudaki Vaia, Boubouka Angelik et al. 2019) التعرف

على أطر تغطية الأخبار المتعلقة بعمليات إنقاذ الاقتصاد القبرصي بعد تبني منظور تحليل نقدي، والتعرف على أدوار الفاعلين المرتبطين بالحدث (الفاعلين، والأسباب،

والحلول، والتأثيرات)، كما تم تقديمها في الصحف القبرصية الخاصة بالخبزة، وتمثلت أهم نتائج الدراسة في إقصاء مسئولية تحميل الأزمة عن العملاء المخالفين لتوجهاتهم وحماية أفعالهم وسلطاتهم، حيث دافعت الصحف محل الدراسة عن تطبيق السياسات الليبرالية الجديدة، التي تم التعبير عنها من خلال نظام تقشف قاس، وإضفاء الشرعية عليها باعتبارها النموذج الأمثل للاقتصاد.

بينما سعت دراسة (محمد الدعديع 2018)<sup>8</sup> إلى التعرف على المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها بنمط الملكية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، واستخدمت منهج المسح والمنهج المقارن لرصد أطر معالجة ثلاث بوابات إلكترونية قومية وحزبية وخاصة للمضمون الاقتصادي خلال الفترة من من يوليو 2017 إلى سبتمبر 2017، وتوصلت إلى أن قضيتي المشروعات القومية والإصلاح الاقتصادي كانتا الأكثر تناولاً خلال فترة الدراسة، وأن معالجات البوابات الثلاثة كانت إيجابية، وحشدت التأييد حيال القضيتين بتبنيهما وجهات النظر الحكومية، كما جاء الرئيس عبد الفتاح السيسي ورئيس الوزراء السابق شريف إسماعيل في صدارة القوى الفاعلة للقضايا الاقتصادية خلال فترة الدراسة، وكان الاتجاه منهما إيجابياً وداعماً.

استهدفت دراسة (هبة العطار 2017)<sup>9</sup> التعرف على الدور الذي تلعبه تكتيكات المعلومات من أدلجة الخطاب الصحفي المصري بالتطبيق على أزمة تعويم الجنيه وتداعياتها من ارتفاع للأسعار وزيادة معدلات التضخم وعجز الموازنة والديون الخارجية، واستخدمت الدراسة منهج المسح، أما عن أدوات الدراسة، فقد تمثلت في أداة تحليل الخطاب، إضافة إلى إجراء مقابلات متعمقة مع المبحوثين من المحررين الاقتصاديين بالصحف المطبوعة والإلكترونية، وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في تعدد وتباين الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة أزمة تعويم الجنيه، حيث برز إطار الإصلاح الاقتصادي في الخطاب الصحفي الموالي، وبرز التأكيد أن السلطة السياسية تعمل من منطلق برنامج إصلاح طموح ومتكامل، بهدف الإصلاح الجذري لما أفسده الدهر من مراحل سابقة، وكذلك إطار تحمل الشعب للمعاناة وآلام معركة الإصلاح، وبرز إطار الخطاب الصحفي المعارض، وإطار الإخفاق الاقتصادي، وأنه برنامج على حساب الطبقات الأكثر فقراً، كما انتقد الخطاب البنك المركزي، وإدخال الاقتصاد المصري في العناية المركزة بقرار تعويم الجنيه. سعت دراسة (محمد عادل محمد عبد المجيد العجمي 2017)<sup>10</sup> إلى رصد الخطاب الصحفي للقضايا الاقتصادية في الصحف المصرية وتحليله وتفسيره للتعرف على أطر



معالجة القضايا، والوقوف على القوى الفاعلة ومسارات البرهنة، وشمل مجتمع الدراسة ثلاث صحف يومية: الأهرام (حكومية)، والوفد (حزبية)، والشروق (خاصة)، وشملت الفترة من 2010 إلى 2015، وتم اختيار عشر قضايا اقتصادية: منها نقص الوقود، والفساد الاقتصادي، ونقص السلع التموينية، وارتفاع الأسعار، وأزمة الجنيه المصري، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، أهمها: تأثر الخطاب الصحفي الاقتصادي بنمط الملكية والتوجه السياسي للصحف عينة الدراسة، وهو ما يقصد في نظرية الأطر الإعلامية بأن المضمون الاقتصادي يخضع لعملية تحيز وانتقاء وإقصاء، والتغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية لها تأثير في عملية تأطير القضايا الاقتصادية.

واستهدفت دراسة (دعاء عادل 2016)<sup>11</sup> رصد وتحليل أطر معالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية المطروحة في المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك، وتويتر)، والمقارنة بينهما، مع تزايد الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية سوءًا بعد الثورة مع تولي أول رئيس منتخب للحكم، مما فرض قضايا وأزمات اقتصادية على النقاش العام، وأثار الجدل بين المواطنين، واستخدمت الدراسة منهج المسح، إضافة إلى المنهج المقارن، واستخدمت الدراسة أداة تحليل الأطر والمضمون واستمارة الاستبيان.

وقد أوضحت النتائج الضعف الشديد لاستجابة الباحثين لدعوات التظاهر والحشد الخاصة بالقضايا الاقتصادية والاجتماعية على شبكات التواصل الاجتماعي في عملية الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي من وجهة نظر الجمهور، فقد جاءت نسبة من قالوا أن لها دورًا قويًا 76٪، في المقابل جاءت النسبة للمواقع الإلكترونية 59.3٪، وقد جاء في مقدمة أولويات الجمهور للقضايا الاقتصادية (السياسات الاقتصادية في المرتبة الأولى، تليها الأسعار، ثم الجمهور، ثم أزمات الوقود والطاقة)، وهي القضايا التي لم تشهد أي تحسن خلال عام من حكم مرسي.

بيما سعت دراسة<sup>12</sup> (Maria Angelesn, Elad Segav 2014) إلى الإجابة عن تساؤل رئيس هو: كيف تكون أخبار دولة ما ذات قيمة خبرية في الأخبار الاقتصادية لدول العالم؟، لذلك سعت الدراسة إلى تحليل 35 موقعًا إخباريًا بأشهر عشر لغات في العالم على الإنترنت، وذلك حيث تتبع الأخبار المهمة للدول على صعيد الاقتصاد في الفترة من 2009 حتى 2012، حيث تفترض النتائج أن التغييرات الجذرية في النواتج المحلية الإجمالية لدولة حتى لو كانت من الدول الصغيرة نسبيًا اقتصاديًا مهم جدًا، وليس أقل من النواتج المحلية الإجمالية لبقية الدول، وأكدت الأخبار أن هناك ثلاثة أنواع من العلاقات بين أهمية الخبر والأداء الاقتصادي، تعكس حجم الاهتمام الدولي وحرية

الصحافة والتسهيلات الخاصة بحصول المحررين الاقتصاديين على المعلومات، وكانت أبرز 10 دول من بينها: الولايات المتحدة الأمريكية، والصين، واليابان ومصر، وإيران، وإسرائيل، وقد أثبتت النتائج أن الدول المضطربة اقتصاديًا هي الدول الأكثر ذكرًا في التغطية الخبرية، وأن الناتج المحلي الاجتماعي أصبح مصدر تنبؤ جيد للدول التي يتم ذكرها في الأخبار الاقتصادية، وأن الأخبار السلبية تفرع المستثمرين المحتملين وتضر الاقتصاد والأوضاع الاقتصادية.

كما استهدفت دراسة<sup>13</sup> (Picard Rebert et al 2014) التعرف على كيفية معالجة الصحف لأخبار البنوك وأخبار الاقتصاد والمال أوقات الاستقرار الاقتصادي، وأشارت النتائج إلى أن البنوك التي تنتج عنها أسوأ الأخبار تحوز أعلى نسبة تغطية خبرية، وأن القمص الخبرية الخاصة بالبنوك لا بد أن تستند إلى الحقائق لا الآراء، وأنه في حين أن حجم الاقتصاد يزداد فإن نغمة التغطية تميل إلى أن تكون سلبية، وتظل سلبية فترة طويلة، وأن العلاقات العامة تؤدي دورًا مهمًا للغاية في التأثير على السمعة؛ حيث تخفف من حدة الأزمة الاقتصادية، وأن الناس يميلون لتقييم الأخبار الاقتصادية بشكل سلبي، وانتقاد دور وسائل الإعلام في تغطيتها.

كذلك استهدفت دراسة<sup>14</sup> (Hajo G. Boom Gaarden 2011) التعرف على التغطية الإعلامية للأزمة الاقتصادية العالمية، حيث تمثل التوقعات الاقتصادية أو تصورات المواطنين للأزمات الاقتصادية بعض التوجهات السياسية، وتقوم الدراسة على أساس: كيف تؤثر المعلومات على تقييمات الأفراد أوقات الأزمات؟، حيث الأزمة الاقتصادية العالمية التي جرت عام 2008، ويؤثر انخفاض المؤشرات الاقتصادية على السلام السياسي والاقتصادي، واعتمدت الدراسة على أداتي الاستبيان وتحليل المضمون، وتشير نتائج الدراسة إلى أن التعرض الكثيف لوسائل الإعلام يؤثر بشدة على التوقعات الخاصة بالتطوير المستقبلي في حالة الاقتصاد الداخلي حتى لو كان الشخص بالأساس لا يهتم بالاقتصاد، وقد أثبتت النتائج أن تأثير التعرض للأخبار الاقتصادية يدار بواسطة استقلالية وسائل الإعلام، حيث إن المواطنين الذين يعتمدون بشكل أساسي على المعلومات ويراقبونها يتأثرون أكثر بالتغطيات الخبرية الاقتصادية، وأنه كلما كانت تغطيات وسائل الإعلام سلبية كلما أدرك الفرد واقعة الاجتماعي بأنه سلبي.

ب- دراسات تناولت اتجاهات الجمهور نحو الأوضاع الاقتصادية في مصر.

استهدفت دراسة (مها مدحت 2019)<sup>15</sup> التعرف على معالجة الصحف الإلكترونية للأزمات الاقتصادية المصرية وتأثيرها على اتجاهات الشباب المصري نحو الأداء

الاقتصادي الحكومي، واستخدمت استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان، من خلال تحليل مواقع صحف إلكترونية، واستخدمت الدراسة منهج المسح، أما عن أهم نتائج الدراسة، فقد تمثلت في: انخفاض التقييم الإيجابي لأداء الحكومة بخصوص الأزمات الاقتصادية المصرية، على الرغم من حرص الصحف الإلكترونية عينة الدراسة على نشر تغطيات إخبارية صحفية تبرز الجهود الحكومية والتحديات التي تواجهها في سبيل الإصلاح الاقتصادي.

وسعت دراسة<sup>16</sup> (Damstra Alyt, Boukes Mark 2018) إلى التعرف على العلاقات الثلاثية بين الاقتصاد والأخبار الاقتصادية وإدراك الجمهور للأخبار الاقتصادية والأخبار، حيث تقوم الدراسة على أساس تأثير الاقتصاد على الأخبار الاقتصادية في الصحف الألمانية (2002-2005)، والثانية تحليل تأثير الأخبار الاقتصادية على إدراك الجمهور الاقتصادي باستخدام مدخل تحليل امبيريقى عن طريق: (أ) المستويات الاقتصادية والتغيرات (إيجابية وسلبية)، (ب) حجم التغطية ونغمتها (سليبي/ إيجابي)، وأخيرًا (ج) أحكام الأفراد اقتصاديًا من منظورهم، وقد أظهرت النتائج أن الجمهور يمثل نمطًا اقتصاديًا حقيقيًا، وأن التغطية السلبية تؤثر على الأفراد وتوقعاتهم بشكل سلبى؛ لكنها تؤثر على التوقعات وليس التقييمات، وأن وسائل الإعلام بكمية الأخبار التي تنقلها توجه الناس لما يفكرون به، ولكن نغمة تغطية الأخبار التقييمية للصحف تؤثر على طرق استقبال الأفراد للأخبار الاقتصادية، وأن تقييم الأفراد للمستقبل الاقتصادي يتم تشكيله من خلال الأخبار الاقتصادية في الصحف سواء سلبية أو إيجابية.

استهدفت دراسة<sup>17</sup> (Daniel Hopkines et al, 2017) التعرف على الإجابة عن تساؤل رئيس يتمثل في: هل تؤثر تغطية وسائل الإعلام على إدراك الجمهور أم أنها تعكس إدراكهم للاقتصاد؟، حيث تؤكد الدراسة أن إدراك الجمهور للوضع الاقتصادي يمكن أن يشكل سلوكهم السياسي والاقتصادي، وتقوم الدراسة على أساس تحليل 490,039 مقالًا في 24 منفذًا إعلاميًا، وكذلك تطبيق الاستبيان على 245 ألف و 947 مفردة، وتؤكد نتائج الدراسة أن إدراك الجمهور للاقتصاد لا يظهر متعلقًا بنغمة تغطية الصحف المحلية للوضع الاقتصادي، وأن الجمهور قادر على استخراج المعلومات حول أداء الاقتصاد، وأن تغطية الأخبار الاقتصادية لا تؤثر على الجمهور العادي، بينما تؤثر على النخبة، مما يعني وجود صلة معقدة ما بين المؤسسات الإعلامية والنخبة السياسية وإدراك الجمهور العادي للاقتصاد.

استهدفت دراسة (إلهام أحمد 2017)<sup>18</sup> الكشف عن اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة المواقع الإخبارية، وكانت أبرز تلك القضايا (تعويم الجنيه، وعجز الموازنة، وزيادة الديون والقروض الداخلية والخارجية، وانخفاض حجم الاستثمارات، وارتفاع سعر السلع والخدمات، وانخفاض قيمة الجنيه المصري مقابل الدولار، وزيادة نسبة البطالة)، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وبلغت عينة الدراسة 200 مفردة، وتمثلت أدوات الدراسة في أداة الاستبيان، واعتمدت على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

ت- دراسات تناولت العلاقة بين التعرض للموضوعات والقضايا الاقتصادية والمزاج العام للجمهور.

سعت دراسة (Li Qing 2014)<sup>19</sup> إلى معرفة تأثير الأخبار والحالة المزاجية العامة على قرارات المستثمرين، وتبين أن قرارات المستثمرين تتأثر بالعواطف العامة، وعليه تتدخل في صنع القرار وفقاً لمحتوى المادة المعروضة في وسائل الإعلام، وتقوم الدراسة على أساس وضع إستراتيجيات لقياس الوعي الإعلامي، كما تؤكد أن تأثير وسائل الإعلام على المؤسسات يختلف وفقاً لخصائص المؤسسة ومضمون المقالات، خاصة مع تعاطم التكنولوجيات الحديثة بين مستخدمي الويب.

تشير دراسة (Johan Bollen 2011)<sup>20</sup> أن هناك تأثيراً للمشاعر على سلوك الأفراد واتخاذهم للقرارات؛ لذلك تطرح الدراسة تساؤلاً رئيساً هو: هل المجتمعات يمكن أن تختبر المزاج العام الذي يؤثر في صناعة القرار؟، وهل من الممكن اعتبار المزاج العام مؤثراً أو منبئاً للمؤشرات الاقتصادية؟، وعليه قامت الدراسة بتحليل المدونات الخاصة بتويتر عن طريق قياس الحالات المزاجية التي لها علاقة بمؤشرات "داو جونز" الصناعية DOW JONES Industrial Average وتمثل التحليل في قياس نصوص المضمون بطريقة أداة تتبع المزاج Opinion Finder لقياس المزاج السلبي والإيجابي، وكذلك Google Profile Of Mood States (GPOMS)، التي تقيس المزاج من خلال 6 أبعاد (الهدوء، والانزعاج، والاطمئنان، والأهمية، والطيبة، والسعادة)، وقد أثبتت نتائج الدراسة أن توقعات مؤشر DJIA عند الإغلاق تحسّن تحسناً كبيراً كنتاج لتحسن حالة المزاج العام للأشخاص، وأن نسبة التنبؤ بالنتائج كانت 86.7% من خلال متابعة كل من مزاج الجمهور وتداول الأوراق المالية الخاصة بمؤشر داو جونز.

المحور الثاني: دراسات تناولت المزاج العام للجمهور تجاه القضايا المختلفة بشكل عام والقضايا الاقتصادية بشكل خاص.

أ- العلاقة بين التعرض لأنواع المضامين المختلفة في الصحف والمواقع الإلكترونية والمزاج العام للجمهور.

سعت دراسة (أحمد شحاتة عبد الفضيل 2018)<sup>21</sup> إلى محاولة رصد الخطاب الديني في الصحف عينة الدراسة باختلاف توجهاتها السياسية، وتحليله وتفسيره، وتحليل الآليات التي يتم بها التوظيف السياسي لهذا الخطاب، والتعرف على درجة تقبل المزاج العام للخطاب الديني تجاه القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، في إطار اختبار فرضيات نظرية إدارة المزاج العام، وتم استخدام أداة تحليل الخطاب إلى جانب الاستبيان، وأظهرت نتائج الدراسة أن توظيف الخطاب الديني تجاه القضايا الداخلية قد خلق مزاجاً عاماً سلبياً لدى الشباب الجامعي نحو هذه القضايا، خصوصاً طلاب جامعتي بني سويف والأزهر؛ حيث تغلبت المشاعر السلبية على الحالة الشعورية لمفردات العينة، من خلال سيطرة حالة الخوف، ثم الحزن، ثم الإحباط، ثم الغضب، فيما تصاعدت المشاعر الإيجابية لطلاب الجامعة الأمريكية، التي تشمل الشعور بالفخر والأمل والسعادة والأمن.

كما استهدفت دراسة (عبد العزيز السيد عبد العزيز 2015)<sup>22</sup> التعرف على طبيعة العلاقة بين حجم التعرض للصحف المصرية ودرجته وانعكاساته على المزاج العام للجمهور، واعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال التطبيق على عينة من 400 مفردة من قراء الصحف المصرية، وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في أنه لا يوجد تأثير للمتغيرات الديموجرافية على حالة المزاج العام للجمهور، وذلك من خلال حرص الأفراد على التعبير عن المواقف الفردية والقناعات الشخصية التي ترتبط بطبيعة النظام الاجتماعي والاقتصادي والسياسي السائد، وتتفاعل فيما بينهم لتعكس بيئة جديدة هي بنية المزاج العام أو محصلة المزاج العام.

واستهدفت دراسة (هيثم جودة مؤيد، وممدوح عبد الله 2015)<sup>23</sup> التعرف على طبيعة العلاقة بين حجم التعرض لحسابات الصحف والقنوات الفضائية المتاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودرجته، وانعكاس ذلك على المزاج العام للجمهور المصري والسعودي تجاه قضايا وأحداث الوطن العربي، متمثلة في (مصر، وسوريا، واليمن، وفلسطين، وتونس، وليبيا، وتنظيم داعش)، في إطار نظرية إدارة المزاج العام، وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في: ارتفاع مستويات اهتمام الجمهور المصري والسعودي بتصفح المضمون

الخبري المتعلق بقضايا الوطن العربي، وقد حظيت قضية العنف في مصر، والأوضاع اليمينية، باهتمام مرتفع لدى الجمهور المصري والسعودي نحو قضايا الوطن العربي التي قام بمطالعة أخبارها، وحظيت قضية العنف في مصر بمزاج شخصي سلبي لدى الجمهور المصري.

واستهدفت دراسة (أيمن منصور ندا 2010)<sup>24</sup> التعرف على العلاقة بين التعرض لنوعيات مختلفة من الأخبار (السلبية- الإيجابية- العادية) وطبيعة الحالة المزاجية العامة للجمهور، ودرجة شعوره بالسعادة أو بالشقاء، ودرجة شعوره بالرضا أو السخط العام، وذلك إضافة إلى قياس العوامل والمتغيرات المحددة لطبيعة العلاقة والمؤثرة في مسارها، واستخدمت الدراسة أحد التصميمات شبه التجريبية، أما عن أبرز النتائج فقد تمثلت في: أن وسائل الإعلام قد تكون (متغير مستقل) أحياناً في علاقتها بالمزاج العام، فهي تؤثر على هذا المزاج وتغيره على النحو الذي يتوافق مع طبيعة المضامين التي يتم عرضها، ومن ثم فإن التعرض لنوعيات معينة من البرامج والمضامين يؤدي إلى تكوين اتجاهات وتقييمات إيجابية وسلبية معينة لدى الجمهور المستقبل لهذه التغطية، ويؤثر على حالتهم المزاجية العامة.

#### ب- الفروق بين الذكور والإناث من حيث أهداف تعديل المزاج.

تشير دراسة<sup>25</sup> (Knobloch Silvia, Alter Scott 2006) إلى أن أهداف تعديل المزاج يتم استخدامها للتعرف على الفروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالتفضيلات الإعلامية؛ حيث تميل الإناث إلى منع الشعور بالغضب، وذلك عن طريق إذابة مشاعر الكره من خلال الاستهلاك الإعلامي، بينما يحتفظ الذكور بمشاعر الغضب، وذلك عن طريق استهلاك واختيار مضمون سلبي، وقد قامت الدراسة على أساس استطلاع رأي 86 من أفراد العينة، كما أنه تم وضع العينة في اختبار تمثل في جعل الباحثين لهم حرية الخيار في تصفح المواقع الإلكترونية بحيث يقوم الأفراد باختيار الأخبار بشكل انتقائي، وقد أثبتت النتائج أن الإناث يقضين أغلب الوقت في قراءة الأخبار الإيجابية حتى يتغلبن على مشاعر الغضب، بينما أكدت الدراسة أن الذكور مستهلكون للأخبار بشكل أقل ولكنهم يقضون الوقت في قراءة الأخبار العاجلة.

ت- أهداف التعرض للمضامين الإعلامية المختلفة من قبل الفئات المختلفة مثل الأطفال والمراهقين.

تشير دراسة<sup>26</sup> (Rahn M. Wendy, Hirshorn M. Rebecca 2010) إلى أن الإعلان السياسي قد يكون سبباً في تغيير مواقف الأطفال السياسية، ويؤثر على

مشاركاتهم واختياراتهم، وذلك في حالة تغير مستويات المزاج العام الخاصة بهم، وتشير النتائج إلى دعم فرضية أن نغمة الإعلان تؤثر على المزاج العام، وهذه التغييرات في المشاعر تؤثر على الاتجاهات وقد تسهم في تغيير الاعتقاد السياسي، وأن الأطفال الذين لديهم كفاية في المعرفة السياسية قد يتأثرون بالإعلان السلبي، وأن الأطفال الأقل في المعرفة ليس لديهم شغف للتصويت.

بينما استهدفت دراسة كل من (Capentier Dillman, R. Francesca 2008)<sup>27</sup> تطبيق نظرية إدارة المزاج العام على المراهقين، وذلك قبل وأثناء وبعد عرض المراهقين للوسائل الإعلامية، وذلك لاستكشاف تأثير المحتوى المقدم بوسائل الإعلام على الحالة المزاجية لديهم، وتأثير الحالة المزاجية على اختيارات المراهقين لطبيعة المحتوى المقدم في وسائل الإعلام، انطلاقاً من فرضية احتمالية الاستثارة للمحتوى المقدم والحصول على المتعة من أجل الحفاظ على الحالة المزاجية والعمل على تحسين الحالة المزاجية السلبية، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام وسائل الإعلام لا يؤثر على الحالة المزاجية في حد ذاته، سواء إيجابية أو سلبية؛ إنما يتوقف على الحالة المزاجية قبل التعرض للمحتوى الإعلامي؛ فالمرهقون الذين لديهم حالة مزاجية إيجابية تعرضوا للمحتوى الإعلامي الإيجابي الذي حافظ على تلك الحالة بالتعرض لمحتوى إيجابي (ممتع)؛ مما يعني أن الحالة المزاجية السلبية تدفع الأفراد لتعديل تلك الحالة عن طريق محتوى محبب.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من خلال مراجعة التراث العلمي السابق والدراسات السابقة ما يلي:

- قلة الدراسات التي تناولت وضع مصر الاقتصادي وإجراءات الإصلاح الاقتصادي التي انتهجتها مصر، التي بدأت منذ 2016 حتى عام 2019.
- استخدمت أغلب الدراسات التي تناولت المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية كلاً من أداة تحليل الأطر الخبرية وأداة تحليل الخطاب، مثل دراسات (محمد خليل مختار الدعدع 2018)، و(محمد عادل محمد عبد المجيد العجمي 2017)، و(مها مدحت كمال 2019)، و(دعاء عادل 2016)، و(هبة فهمي العطار 2017)، وذلك للتعرف على تأثير نمط الملكية الخاص بالصحف على مختلف توجهاتها، فعلى سبيل المثال أكدت نتائج دراسة (محمد عادل محمد عبد المجيد 2017) تأثير الخطاب الصحفي الاقتصادي بنمط الملكية والتوجه السياسي للصحف عينة الدراسة، وهو ما يؤكد فروض نظرية الأطر التي تؤكد أن المضمون

- الاقتصادي يخضع لعملية تحيز وانتقاء وإقصاء، وأن التغييرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية لها تأثير في عملية التأطير الخاص بالقضايا الاقتصادية، كما أكدت دراسة (دعاء عادل محمود 2016) أن القيادة السياسية تتحكم في عملية تأثير الأخبار، وأن المحتوى المقدم في المواقع الإلكترونية يعكس اهتمامًا بسياسات السلطة وقراراتها، كذلك أكدت دراسة (محمد خليل مختار الدعديع 2017) أن معالجة البوابات الإلكترونية استخدمت أطر دعم وتأييد حيال القضايا الاقتصادية
- جاءت العينة التحليلية في البحوث والدراسات السابقة عبارة عن مواقع إلكترونية ومواقع بوابات صحف إلكترونية، وكذلك صحف ورقية؛ بينما لم يتناول أيًا منها - على حد علم الباحثة - صحفًا أو مواقع أجنبية؛ بل كانت جميعها مصرية.
- عنيت الدراسات السابقة بالتعرف على اتجاهات الجمهور نحو القضايا الاقتصادية، مثل دراسة (مها مدحت كامل 2017)، و(محمد مختار الدعديع 2018)، و(إلهام أحمد 2017) و(Damstra Alyt, Boukes Mark 2018)؛ بينما قلت الدراسات التي عنيت بالقوائم بالاتصال في الصحف والمواقع الإلكترونية، مثل دراسة (هبة فهمي العطار 2017).
- لم تستخدم الدراسات العربية نظرية المزاج العام للجمهور، ولم تقم بربطها بالقضايا الاقتصادية؛ إلا أن الدراسات الأجنبية اهتمت بالتعرف على تأثير المزاج العام على اتخاذ القرارات الاقتصادية مثل (Johan Bollen 2011) و (Li Qing 2014).

#### الإجراءات المنهجية:

##### نوع الدراسة:

تعد الدراسة الحالية من الدراسات التحليلية الميدانية التي تستهدف تحليل الظاهرة بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون التدخل في أسبابها والتحكم بها، كذلك تفسير البيانات وتحليلها واستخلاص الدلالات والنتائج، ومن خلال ذلك تسعى الدراسة الحالية إلى رصد اتجاهات المواقع الإلكترونية المحلية والعالمية محل الدراسة وتحليلها، ومدى تأثير المحتوى المتعلق بالقضايا الاقتصادية على الحالة المزاجية لدى الجمهور المصري.

##### منهج الدراسة:

تستخدم الدراسة منهج المسح، وذلك بهدف الحصول على وصف للظاهرة موضوع الدراسة وتحليل بياناتها، وذلك من خلال مسح المواقع الإلكترونية محل الدراسة، إضافة إلى مسح الجمهور عينة الدراسة الميدانية.



أولاً: عينة الدراسة التحليلية:

عينة الدراسة التحليلية:

• عينة مواقع الصحف الإلكترونية:

اختارت الباحثة عينة عمدية من مجتمع الدراسة التحليلية المتمثل في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية اليومية الناطقة بالعربية، ممثلة لثلاثة توجهات مختلفة، تمثلت في (قومي، وخاص، وحزبي)، هي: (موقع صحيفة الأهرام - موقع صحيفة اليوم السابع - موقع صحيفة الوفد).

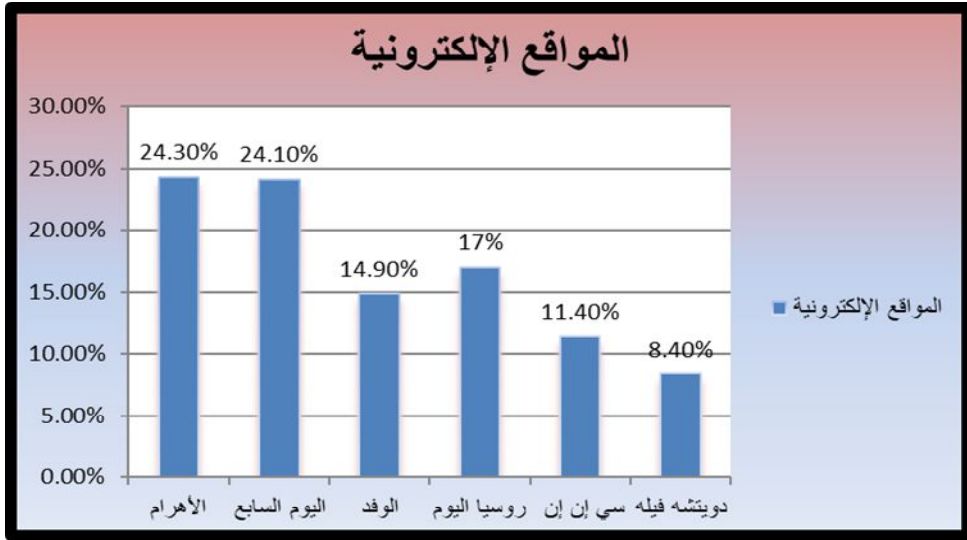
وكذلك ثلاثة مواقع إلكترونية دولية ممثلة لثلاثة دول، هي (روسيا اليوم RT، سي إن إن CNN الأمريكية، دويتشه فيله DW الألمانية).

أما بالنسبة لعينة الدراسة الزمنية، فتقوم الباحثة بدراسة معالجة المواقع الإخبارية سالفة الذكر لإجراءات الإصلاح الاقتصادي في مصر بعد انتهاء إجراءات الإصلاح الاقتصادي ولمدة ستة أشهر، أي الفترة ما بين نوفمبر 2019 حتى أبريل 2020، حيث اتفقت مصر مع صندوق النقد الدولي على تطبيق برنامج للإصلاح الاقتصادي في 2016، وقد شملت إجراءات الاتفاق خفضًا حادًا لقيمة الجنيه، وتقليصًا عميقًا لدعم الطاقة، وفرض ضريبة القيمة المضافة.

مبررات اختيار عينة مواقع الصحف:

يرجع السبب وراء اختيار المواقع الثلاث السابقة نظرًا لحصول هذه الصحف على أعلى نسبة متابعة وفقًا لتقديرات موقع إكسا(\*)، إضافة إلى اختلاف نمط الملكية والتوجه بين قومي (تمثل في صحيفة الأهرام)، وحزبي (تمثل في صحيفة الوفد)، وخاص (تمثل في صحيفة اليوم السابع)، واتفاق الصحف الثلاث في وجود أصل ورقي مطبوع لكل منهم.

أما بالنسبة للمواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية المتمثلة في الولايات المتحدة الأمريكية وروسيا وألمانيا، فقد وقع اختيار الباحثة عليهم نظرًا لطبيعة العلاقات التي تربط بين مصر وتلك الدول، كما تمثل هذه المواقع الدول الرئيسية الفاعلة في السياسة الدولية بشكل عام.

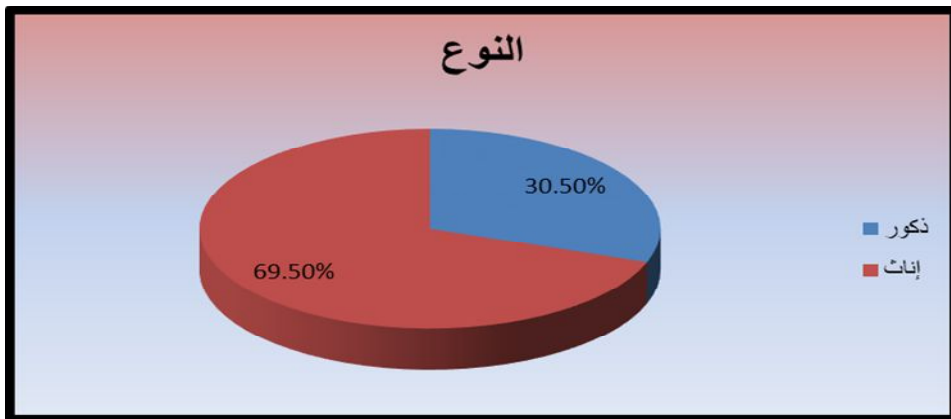


شكل رقم (2): يوضح عينة الدراسة التحليلية في المواقع الإلكترونية محل الدراسة.

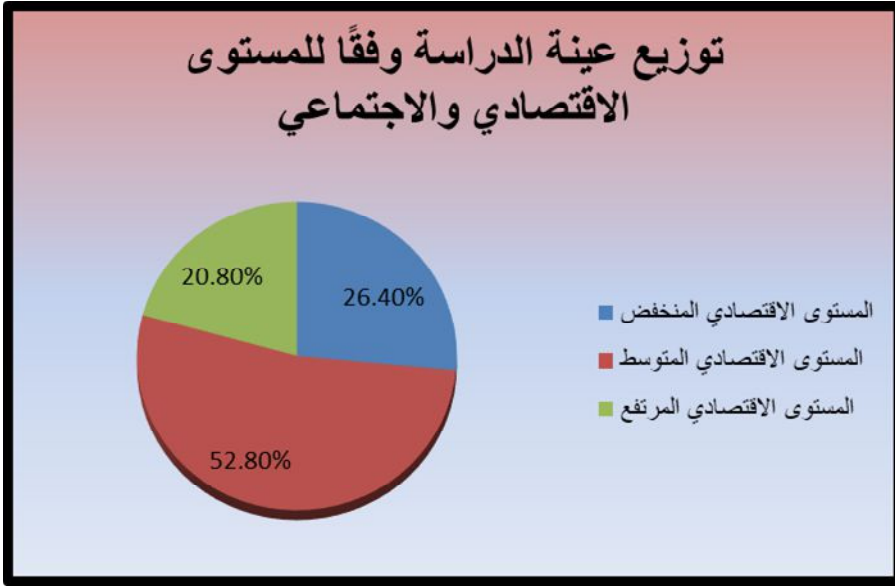
ثانياً: عينة الدراسة الميدانية:

تم تطبيق الاستمارة على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من المقيمين في القاهرة الكبرى من المتعرضين للأخبار الاقتصادية وإجراءات الإصلاح الاقتصادي حتى يتمكنوا من ملء الاستمارة.

وفيما يلي توصيف لعينة الدراسة:



شكل رقم (3): يوضح توزيع عينة الدراسة الميدانية من حيث النوع



شكل رقم (4): يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي

#### تساؤلات الدراسة:

- ما نوع الأطر (محدد-عام) المستخدمة في معالجة الموضوعات الاقتصادية في المواقع الإلكترونية والمحلية محل الدراسة؟.
- ما أطر الإستراتيجيات المستخدمة في معالجة الموضوعات الاقتصادية في المواقع الإلكترونية والمحلية محل الدراسة؟.
- ما الأطر الخبرية المستخدمة في معالجة الموضوعات الاقتصادية في المواقع الإلكترونية والمحلية محل الدراسة؟.
- ما وسائل التآطير المستخدمة في معالجة الموضوعات الاقتصادية في المواقع الإلكترونية والمحلية محل الدراسة؟.
- ما قوالب السرد المستخدمة في معالجة الموضوعات الاقتصادية في المواقع الإلكترونية والمحلية محل الدراسة؟.
- ما أنماط الانحياز المستخدمة في معالجة الموضوعات الاقتصادية في المواقع الإلكترونية والمحلية محل الدراسة؟.
- ما اتجاه معالجة القضايا الاقتصادية الاقتصادية في المواقع الإلكترونية والمحلية محل الدراسة؟.

- ما العلاقة بين التعرض للأخبار الاقتصادية والحالة المزاجية العامة للجمهور؟.
- ما العلاقة بين الحالة المزاجية الشخصية للجمهور واتجاهاتهم نحو القضايا الاقتصادية وإجراءات الإصلاح الاقتصادي؟.
- ما مستويات الرضا العام لدى الجمهور عينة الدراسة تجاه القضايا الاقتصادية وإجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تناولتها الصحف ومستويات المزاج العام تجاه تلك القضايا؟.

الفروض الخاصة بالدراسة:

فروض الدراسة التحليلية:

- الفرض الأول: توجد علاقة دالة إحصائية بين أنماط الملكية الخاصة بالمواقع الإخبارية المصرية محل الدراسة واتجاه المعالجة المستخدم للقضايا الاقتصادية محل الدراسة.
- الفرض الثاني: توجد علاقة دالة إحصائية بين اتجاهات الدولة المالكة للموقع الإخباري محل الدراسة واتجاه المعالجة المستخدم.
- الفرض الثالث: توجد علاقة دالة إحصائية بين أنماط الملكية الخاصة بالمواقع الإخبارية المصرية محل الدراسة وأطر الإستراتيجيات المقدمة في التغطية الخبرية في المواقع الإلكترونية محل الدراسة.
- الفرض الرابع: توجد علاقة دالة إحصائية بين اتجاهات الدولة المالكة للموقع الإخباري محل الدراسة وأطر الإستراتيجيات المستخدمة في التغطية الخبرية في المواقع الإلكترونية الأجنبية محل الدراسة.
- الفرض الخامس: توجد علاقة دالة إحصائية بين أنماط الملكية الخاصة بالمواقع الإخبارية المصرية محل الدراسة والأطر الخبرية المستخدمة في المواقع الإلكترونية الإخبارية محل الدراسة.
- الفرض السادس: توجد علاقة دالة إحصائية بين اتجاهات الدولة المالكة للموقع الإخباري محل الدراسة والأطر الخبرية المستخدمة في التغطية الخبرية في المواقع الإلكترونية الأجنبية محل الدراسة.

فروض الدراسة الميدانية:

- الفرض السابع: توجد فروق دالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور نحو كل من (الأداء الاقتصادي للحكومة (جيد ومخطط)، وتغطية الصحف للقضايا الاقتصادية (غير مكتملة وينقصها التفسير)، وإجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تنتهجها الحكومة

(قصيرة-طويلة) الأمد، واشتراطات البنك الدولي قاسية، وإجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي غير كافية، وفقاً لمتغير النوع.

• الفرض الثامن: توجد فروق دالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور نحو كل من (الأداء الاقتصادي للحكومة (جيد ومخطط)، وتغطية الصحف للقضايا الاقتصادية (غير مكتملة وينقصها التفسير) - إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تنتهجها الحكومة (قصيرة-طويلة) الأمد - اشتراطات البنك الدولي قاسية - إجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي غير كافية وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

• الفرض التاسع: توجد فروق دالة إحصائية بين كل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للتعرض للأخبار الاقتصادية في المواقع الإخبارية وفقاً لمتغير النوع.

• الفرض العاشر: توجد فروق دالة إحصائية بين كل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للتعرض للأخبار الاقتصادية في المواقع الإخبارية وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

• الفرض الحادي عشر: توجد فروق دالة إحصائية بين كل من المزاج العام للجمهور (إيجابي-معتدل-سلبى) وفقاً لمتغير النوع.

• الفرض الثاني عشر: توجد فروق دالة إحصائية بين كل من المزاج العام للجمهور (إيجابي-معتدل-سلبى) وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

• الفرض الثالث عشر: توجد فروق دالة إحصائية بين كل من المزاج العام للجمهور (إيجابي-معتدل-سلبى) والمزاج الشخصي للأفراد عند التعرض للأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية.

أدوات جمع البيانات:

تستخدم الدراسة الحالية كلاً من:

أداة تحليل المضمون وأداة تحليل الأطر الخبرية، وذلك لتحليل الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإلكترونية محل الدراسة.

أداة الاستبيان، وذلك بتطبيقه على عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور.

قياس صدق التحليل وثباته:

بالنسبة لاختبار صحة التحليل وصدقه: عرضت الباحثة استمارة تحليل المضمون والاستبيان على مجموعة من المحكمين والخبراء المتخصصين في مجال الإعلام في الجامعات المصرية<sup>28</sup>، وذلك بهدف التعرف على مدى صلاحية استمارة التحليل للتطبيق

بإجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم التعديل بناءً على الملاحظات والمقترحات التي أبدوها.

أما بالنسبة لثبات التحليل: فقد اتبعت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار Re-test حيث تمت إعادة تحليل عينة من المضمون بواسطة باحث آخر<sup>29</sup>، كذلك تمت إعادة تطبيق استمارة الاستبيان على نحو 44 مفردة بنسبة 10% من مفردات العينة البالغ عددها 440 مفردة، وذلك للتعرف على اتساق المواد الصحفية بواقع 10% من حجم العينة الأصلي تقريباً، ثم تم حساب معامل الثبات هولستي، لقياس درجة الاتساق في التحليل، حيث معامل الثبات هولستي:

$$\frac{2}{2-1}$$

حيث 2 ت = عدد الحالات التي يتفق عليها الباحثان، ن1 = عدد الحالات التي توصل إليها الباحث الأول، ن2 = عدد الحالات التي توصل إليها الباحث الثاني. وقد أشارت معاملات الارتباط إلى الاتفاق في تحليل فئات المضمون، حيث بلغ معامل الثبات (85%)، وتدل هذه النسبة على ثبات التحليل بدرجة عالية.

كما قامت الباحثة بإجراء اختبار قبلي Pre-test للاستمارة الخاصة بالجمهور بالتطبيق على 40 مفردة، حوالي (10% من مفردات العينة)، وكانت قيمة معامل الثبات وفقاً لاختبار هولستي نحو 85%، وهي نسبة تعد مناسبة.

#### فئات تحليل المضمون: (التعريفات الإجرائية لفئات تحليل المضمون)

حددت الباحثة فئات تحليل المضمون معتمدة على التساؤلات التي تم وضعها مسبقاً للمادة المراد تحليلها، وقد صممت الاستمارة متضمنة عدداً من المحاور الرئيسية التي يندرج منها عدد من المحاور الفرعية، وذلك على النحو الآتي:

#### ❖ فئات استمارة تحليل المضمون:

تضمنت استمارة تحليل المضمون مجموعة من الفئات، وذلك على النحو الآتي:

#### ● فئات المضمون:

- القضايا والموضوعات الخاصة بقضايا إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تناولتها مواقع صحف الدراسة:

نوع الإطار المستخدم في المواقع الإلكترونية محل الدراسة: (عام- محدد).

إطار الإستراتيجيات التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تقديم أخبار إجراءات الإصلاح الاقتصادي: (القوة- الصراع- الإنجازات- الثناء والشكر- التكرار).

الأطر الخبرية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تقديم أخبار إجراءات الإصلاح الاقتصادي: (المسئولية- الصراع- نتائج اقتصادية- مبادئ أخلاقية- اهتمامات إنسانية).

اتجاه الصحافة نحو الأحداث والقضايا محل التحليل: (إيجابي- سلبي- محايد).

وسائل التأطير المستخدمة التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تقديم أخبار إجراءات الإصلاح الاقتصادي: (التمييط- كلمات التدعيم- الاستئصال والتطهير- البعد الدعائي- الاستنتاجات الضمنية).

قوالب السرد التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تقديم أخبار إجراءات الإصلاح الاقتصادي: (تصريحات- أحداث- معلومات).

المعايير المهنية لمعالجة الأحداث التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تقديم أخبار إجراءات الإصلاح الاقتصادي: (اتساق أجزاء الموضوع- الاستشهاد بالأدلة والوثائق- ذكر المصادر-شمولية العرض- الوضوح).

أنماط الانحياز التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تقديم أخبار إجراءات الإصلاح الاقتصادي: (نمطية المعالجة- الحذف- نقص السياق- الاستحسان- الاستهجان- عدم توافق العنوان مع النص).

فئات التحليل الكيفي التي اعتمدت عليها مواقع صحف الدراسة في تقديم أخبار إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تحللها الباحثة:

أبرز الكلمات والعبارات المحورية المستخدمة في المواقع الإلكترونية المحلية العالمية محل الدراسة.

أسباب قضايا الاقتصاد وحلولها، وإجراءات الإصلاح الاقتصادي التي طرحتها المواقع الإلكترونية محل الدراسة.

القوى الفاعلة المستخدمة في الأخبار الخاصة بالاقتصاد وإجراءات الإصلاح الاقتصادي وفقاً للمواقع الإلكترونية محل الدراسة.

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

أولاً: مقياس اتجاهات المواطنين نحو بعض القضايا الاقتصادية، إضافة إلى إجراءات الإصلاح الاقتصادي، وذلك من خلال خمسة محاور رئيسة تمثلت في: الأداء الاقتصادي للحكومة، وتغطية الصحف للقضايا الاقتصادية، وإجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تنتهجها الحكومة (قصيرة - طويلة) الأمد، واشتراطات البنك الدولي، وإجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي، وذلك على النحو الآتي:

1- الأداء الاقتصادي للحكومة: "الأداء الاقتصادي للحكومة مخطط بشكل علمي وسليم"، "إجراءات الإصلاح الاقتصادي قاسية"، "لا يمكن تحسين الاقتصاد المصري إلا بخطة طويلة الأجل"، "الفساد الاقتصادي في العالم كله وليس مصر فحسب"، "تبنى الدولة للمشروعات القومية أسهم بشدة في إصلاح الوضع الاقتصادي"، "مشروع الإسكان الاجتماعي لا يصلح للشباب لأن ثمن الوحدات مرتفع نسبياً".

2- تغطية الصحف للقضايا الاقتصادية: "قضايا الاقتصاد التي تطرحها الصحف تتعلق بالماضي ولا تفيد الواقع المعاصر"، "قضايا وموضوعات تتناول مشكلات الاقتصاد المصري وتقدم حلولاً لها"، "الصحف تطرح أرقاماً دون تفسير للقارئ عن معناها".

3- إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تنتهجها الحكومة (قصيرة - طويلة) الأمد: "شهدت الأوضاع الاقتصادية الكثير من التحسن نتيجة تنفيذ إجراءات الإصلاح الاقتصادي"، "إجراءات الإصلاح الاقتصادي انعكست بالسلب على أوضاع المواطنين"، "الغلاء وارتفاع الأسعار سينتهي بانتهاء إجراءات الإصلاح الاقتصادي"، "خطة الإصلاح الاقتصادي لمصر أسهمت في جلب الاستثمارات الأجنبية"، "تعويم الجنيه أسهم في حدوث أزمة بسعر صرف الدولار"، "رفع أسعار الوقود وتحريرها ضرورة حتمية كما يحدث في كثير من دول العالم"، "زيادة استهلاك المياه السبب الرئيس وراء زيادة أسعار فواتير المياه"، "الزيادات في قطاع الكهرباء مجحفة".

4- اشتراطات البنك الدولي: "شروط البنك الدولي مجحفة وضرت بوضع مصر الاقتصادي"، "كان لابد من الاقتراض من البنك الدولي حتى تنهض مصر من أزمتها الاقتصادية".

5- إجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي: "حزمة الإجراءات الاجتماعية التي أعلنت عنها الحكومة خففت من آثار الإصلاح الاقتصادي"، "العالوة الدورية التي أعلن عنها الرئيس لا تتناسب غلاء الأسعار"، "زيادة المعاشات تتناسب مع زيادة الأسعار"، "حد الإعفاء الضريبي لم يكن من المفترض زيادته"، "رفع حصة المواطن في التمويل من 21 إلى 50 خففت من حدة الأزمة الاقتصادية للمواطن".

وذلك باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي (موافق إلى حد كبير 3 درجات، إلى حد ما درجتان، غير موافق درجة واحدة)، وتراوحت درجات مقياس الاتجاه نحو بعض القضايا الاقتصادية إلى جانب إجراءات الإصلاح الاقتصادي كآلاتي: بُعد الأداء الاقتصادي للحكومة (5 درجات - 15 درجة)، وتغطية الصحف للقضايا الاقتصادية (3 درجات - 9 درجات)، بُعد إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تنتهجها الحكومة (قصيرة - طويلة )



الأمد (8 درجات-24 درجة)، بُعد اشتراطات البنك الدولي (درجتان-6 درجات)، بُعد إجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي (5 درجات-15 درجة).

ثانيًا: مقياس اتجاهات الجمهور نحو الحلول الخاصة بالأزمات الاقتصادية من وجهة نظر الجمهور، وذلك على النحو الآتي: "لا بد أن تتدخل الدولة بسياسات واضحة وقوانين لحماية المواطن"، "المواطن لا بد ألا يصمت أمام جشع واستغلال التجار ويبلغ عنهم"، "زيادة الرقابة على السوق والقيام بعمل ضبط للأسعار"، "إتاحة الموارد المادية اللازمة لتوفير السلع الإستراتيجية وتأمين المخزون منها"، "زيادة التوجه نحو التصنيع لخلق فرص عمل جديدة"، "زيادة التوسع في مشروعات الاستصلاح الزراعي"، "تنشيط دعم السياحة"، "دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة للشباب".

وذلك باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي (موافق إلى حد كبير 3 درجات، إلى حد ما درجتان، غير موافق درجة واحدة)، وتراوحت درجات مقياس الاتجاه نحو الحلول الخاصة بالأزمات الاقتصادية (8 درجات-24 درجة).

#### ثالثًا: مقياس المزاج الشخصي:

وذلك على النحو الآتي: مزاج شخصي إيجابي، يتمثل في العبارات الآتية: "أشعر بالانبساط"، "أشعر بالابتهاج والفرح"، "أشعر بالسعادة"، "أشعر براحة البال والرضا"، مزاج عام سلبي، وذلك من خلال العبارات الآتية: "أشعر بالسخط"، "أشعر بالغضب"، "أشعر بالانزعاج والتوتر"، "أشعر بالإحباط واليأس"، وذلك باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي (موافق إلى حد كبير 3 درجات، إلى حد ما درجتان، غير موافق درجة واحدة)، وتراوحت درجات مقياس المزاج الشخصي بين إيجابي (16.1 درجة-24 درجة)، ومعتدل أو محايد (8.1-16 درجة)، مزاج شخصي سلبي (1 درجة-8 درجات).

رابعًا: مقياس المزاج العام والشعور الغالب بعد قراءة الموضوعات الاقتصادية: وذلك على النحو الآتي: مزاج عام إيجابي، وذلك من خلال العبارات الآتية: "أحاول أن أتذكر أحداثًا سعيدة لأحسن من حالتي المزاجية"، "لا أدع الأخبار الاقتصادية تؤثر على حالتي المزاجية"، مزاج عام معتدل، وذلك من خلال العبارات الآتية: "أذكر بنفسني بالواقع كي أتحكم في حالتي المزاجية"، "غير متأكد من الأحاسيس الإيجابية حيال القضايا الاقتصادية"، مزاج عام سلبي، وذلك من خلال العبارات الآتية: "أشعر بالتوتر والإحباط نتيجة التعرض للأخبار الاقتصادية"، "أشعر بالخوف من المستقبل نتيجة الإجراءات الاقتصادية".

وذلك باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي (موافق إلى حد كبير 3 درجات، إلى حد ما درجتان، غير موافق درجة واحدة)، وتراوحت درجات مقياس المزاج العام بين إيجابي (16.1 درجة-24 درجة)، معتدل أو محايد (8.1 درجة-16 درجة)، مزاج عام سلبي (درجة واحدة-8 درجات).

خامسًا: آثار الاعتماد على الصحف وتأثيراتها على اتجاهات الجمهور نحو القضايا الاقتصادية في مصر وإجراءات الإصلاح الاقتصادي: وتم قياسها من خلال الأبعاد المختلفة الآتية:

التأثيرات المعرفية من خلال عبارات: "أسهمت الصحف في جعلني أفهم القضايا الاقتصادية بعمق"، "جعلتني الصحف أكون وجهات نظر حول الموضوعات الاقتصادية"، "جعلتني الصحف أفهم خطوات الإجراءات الخاصة بالإصلاح الاقتصادي ومراحلها"، "لم تصل مشروعات الإسكان إلى مستحقيها رغم إعلان الدولة أنها بديل للعشوائيات".  
التأثيرات الوجدانية من خلال عبارات: "القضايا الاقتصادية في الصحف جعلتني أشعر بالخوف والقلق من المستقبل"، "جعلتني الصحف أشعر بالرضا عن الأوضاع الحالية"، "أخشى التعرض للصحف والأخبار الاقتصادية لأنها تصيبني بالانزعاج"، "أشعر أن أحوال مصر الاقتصادية في تحسن مستمر والدليل المشروعات القومية"، "أشعر أنه في عام 2030 ستشهد مصر ازدهارًا اقتصاديًا كما أعلن الرئيس السيسي".

التأثيرات السلوكية من خلال عبارات: "أحاول تغيير نمط حياتي الاستهلاكي"، "أنصح أسرتي بترشيد استهلاك المياه والكهرباء"، "أتوقف عن استخدام بعض المنتجات وأبحث عن بدائل أخرى أقل ثمنًا".

وذلك باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي (موافق إلى حد كبير 3 درجات، إلى حد ما درجتان، غير موافق درجة واحدة)، وتراوحت درجات مقياس بُعد التأثيرات المعرفية من 4-12، وتراوحت درجات مقياس بُعد التأثيرات الوجدانية من 5-15، وتراوحت درجات مقياس بُعد التأثيرات السلوكية من 3-9.

سادسًا: مقياس المستوى الاقتصادي والاجتماعي:

تم قياس المستوى الاقتصادي والاجتماعي لعينة الدراسة من خلال عدة مؤشرات تمثلت في (المنطقة السكنية، ومستوى التعليم، ونوع السكن، والسفر للخارج، وأسباب السفر، والاشتراك في نادٍ، وعدد الأجهزة المملوكة، ودخل الأسرة).

أ- المنطقة السكنية: وشمل هذا المؤشر 3 مستويات (حي راق، حي متوسط، حي شعبي)، حيث تم إعطاء ثلاث درجات لمن يقطنون بأحياء راقية بمحافظة القاهرة الكبرى،

ودرجتين لقاطني الأحياء المتوسطة، ودرجة واحدة لقاطني الأحياء الشعبية بمحافظات القاهرة الكبرى.

ب- مستوى التعليم: وتضمن هذا المؤشر عدة فئات على النحو الآتي: (دراسات عليا، ومؤهل جامعي، ومؤهل متوسط، وغير متعلم)، حيث تم إعطاء 4 درجات للدراسات العليا، وثلاث درجات لذوي المؤهل الجامعي، ودرجتين للمؤهل المتوسط، ودرجة واحدة لغير المتعلم.

ج- نوع السكن: وتضمن الفئات الآتية: (تمليك، وإيجار جديد، وإيجار قديم)، حيث تم إعطاء 3 درجات لمن يمتلكون وحدات سكنية، ودرجتين للإيجار الجديد، ودرجة واحدة للإيجار القديم.

د- السفر للخارج: ويتضمن هذا المؤشر فئتين، أحدهما من أجابوا بنعم وتم إعطاؤهم درجتين، والثانية لمن لم يسافروا وتم إعطاؤهم درجة واحدة.

هـ- أسباب السفر: تنوعت الأسباب المذكورة في استمارة الاستبانة للسفر، وشملت (العلاج، والدراسة، والعمل، والسياحة، ومرافقة الأسرة، والحج والعمرة، وأخرى يقوم الباحثون بذكرها)، وتم إعطاء درجة واحدة لكل اختيار من هذه البدائل.

و- الاشتراك في ناد: وفي هذا المؤشر تم إعطاء درجتين للمشارك في ناد، ودرجة واحدة لغير المشارك.

ز- عدد الأجهزة المملوكة: ضم هذا المؤشر أكثر من بديل يختار الباحثون أحدها، وجاءت البدائل على النحو الآتي:

7 أجهزة فأكثر، ويتم إعطاء الباحث 5 درجات عند اختياره لهذا البديل.

6 أجهزة، ويعطى الباحث 4 درجات حال اختياره لهذا البديل.

5 أجهزة، ويعطى للمباحث 3 درجات على هذا الاختيار.

4 أجهزة، ويتم إعطاء درجتين على هذا البديل.

3 أجهزة، ويعطى الباحث علي هذا الاختيار درجة واحدة.

ح- دخل الأسرة: وضم هذا المؤشر 4 فئات مقسمة على النحو الآتي:

أكثر من 6000 جنيه (تم إعطاؤهم 4 درجات).

من 3000 إلى 6000 (تم إعطاؤهم 3 درجات).

من 1000 إلى 3000 جنيه (تم إعطاؤهم درجتين).

أقل من 1000 جنيه (تم إعطاؤهم درجة واحدة).

وبناءً على المؤشرات السابقة، وهي (المنطقة السكنية، ومستوى التعليم، ونوع السكن، والسفر للخارج، وأسباب السفر، والاشتراك في ناد، وعدد الأجهزة المملوكة، ودخل الأسرة) تم تقسيم مقياس المستوى الاقتصادي والاجتماعي لثلاثة مستويات رئيسة (مرتفع، ومتوسط، ومنخفض)، وتراوحت درجات المقياس من 30 درجة إلى 7 درجات. وبذلك تراوحت درجات المقياس لكل مستوى من المستويات الاقتصادية الاجتماعية:

من 29-22 مستوى مرتفع.

أقل من 22 - 15 مستوى متوسط.

أقل من 15 - 7 مستوى منخفض.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميزها، ومن ثم إدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ Statistical Package For the Social Sciences

وتم اللجوء للمعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبارات كا<sup>2</sup> (Chi Square) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- اختبار T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Analysis Of Variance المعروف اختصاراً بـ NOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

## نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية الكمية للمواقع الإلكترونية محل الدراسة:

### 1- نوع الإطار المستخدم في المواقع الإلكترونية محل الدراسة

جدول رقم (1): يوضح نوع الإطار المستخدم في المواقع الإلكترونية محل الدراسة.

نوع الإطار	الأهرام		اليوم السابع		الوفد		روسيا اليوم		سي إن إن		دويتشه فيله		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
محدد	49	39.5	52	42.3	21	27.6	18	20.7	14	24.1	14	32.6	168	32.9
عام	47	37.9	27	22	55	72.4	69	79.3	44	75.9	29	67.4	343	67.1
الإجمالي	124	24.3	123	24.1	76	14.9	87	17	58	11.4	43	8.4	511	100

يتضح من الجدول السابق أن أغلب الصحف محل الدراسة استخدمت الإطار العام وذلك بنسبة 67.1%، بينما استخدمت الإطار المحدد بنسبة 32.9%، وهو ما اتضح من خلال الحديث حول القضايا العامة، مثل الاقتصاد المصري والأزمات التي عصفت به، وقضايا عامة مثل البطالة والعشوائيات والانفجار السكاني، بينما جاء الحديث في الأطر المحددة من خلال قضايا تعويم الجنيه، وقرض البنك الدولي، وأزمة سعر الصرف، وأزمة المواد البترولية وغيرها.

ويرجع استخدام الإطار العام بنسبة أكبر فيما يخص معالجة المواقع الإلكترونية للموضوعات الاقتصادية محل الدراسة إلى كون صحف الدراسة تميل إلى الحديث حول قضايا الاقتصاد المصري بشكل عام؛ حيث إجراءات الإصلاح الاقتصادي بشكل عام، وفسرت الصحف في بداية إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي قامت بها الحكومة في 2016 تلك الإجراءات تفصيلاً؛ بينما فيما بعد عمدت الصحف إلى الحديث عن الأوضاع الاقتصادية ومدى تحسنها أو مرورها بالأزمات وغيرها.

ويتضح مما سبق أيضاً أن الأهرام جاءت في المرتبة الأولى من حيث استخدام الأطر المحددة، وهو ما يرجع إلى حرص صحيفة الأهرام نحو تهيئة المواطن نحو الأوضاع الاقتصادية والقضايا التي ستتبعها من فرض القوانين والإجراءات التي ستقوم بها الحكومة، مثل: تحرير سعر الصرف، وتعويم الجنيه، وتشجيع السياحة، والعمل في المشروعات القومية، من أجل تحسين الأوضاع الاقتصادية، وهو ما يرجع إلى كون صحيفة الأهرام صحيفة قومية مصرية، ولذلك بحسب انتمائها وكونها صحيفة قومية قامت بتأييد الإجراءات الحكومية، وكذلك تهيئة المواطن نحو تقبل تلك الإجراءات، بينما كانت "سي إن إن" الأكثر استخداماً للأطر العامة، وذلك بنسبة 75.9%، حيث كانت "سي

إن إن" الأكثر ميلاً إلى الحديث حول القضايا العامة التي تخص الاقتصاد المصري، وهو أمر طبيعي يرجع إلى أن "سي إن إن" موقع إلكتروني أمريكي يهتم بالشئون العامة المصرية الاقتصادية.

## 2- إطار الإستراتيجيات المستخدم في المواقع الإلكترونية محل الدراسة. جدول رقم (2):

يوضح أطر الإستراتيجيات المقدمة في التغطية الخبرية في المواقع الإلكترونية محل الدراسة.

الإجمالي	دويتشه فيله		سي إن إن		روسيا اليوم		الوفد		اليوم السابع		الأهرام			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
15.3	78	0	0	31	18	13.8	12	15.8	12	9.8	12	19.4	24	القوة
32.3	165	62.8	27	48.3	28	6.9	6	31.6	24	29.3	36	35.5	44	الأزمة
24.3	124	14	6	0	0	48.3	42	44.7	34	9.8	12	24.2	30	الإنجازات
7.6	39	0	0	3.4	2	24.1	21	7.9	6	0	0	8.1	10	الثناء والشكر
20.5	105	23.3	10	17.2	10	6.9	6	0	0	51.2	63	12.9	16	التكرار
100	511	8.4	43	11.4	58	17	87	14.9	76	24.1	123	24.3	124	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أنه بالنسبة للمواقع الإلكترونية محل الدراسة، فقد جاءت الأزمة كإطار إستراتيجي الأعلى استخدامًا وذلك بنسبة 32.3%، حيث عمدت الصحف الإلكترونية محل الدراسة على مختلف توجهاتها إلى الحديث عن الأزمة الحادة التي مرّ بها الاقتصاد المصري، خاصة بعد ثورتين تسببا في انخفاض الاحتياطي النقدي وانخفاض قيمة الجنيه المصري مقابل الدولار، مما تسبب في إلحاق الضرر بالاقتصاد المصري بشكل كبير، وأسهم في انخفاض مستوى دخل الأفراد، مما اضطر الحكومة إلى اتخاذ إجراءات حاسمة تمثلت في: تطبيق برنامج للإصلاح الاقتصادي يهدف إلى النهوض بالبلاد والتخلص من التضخم، والاضطرار للجوء إلى الحصول على قرض من البنك الدولي، وتحمل الاشتراطات الخاصة به، وفي المرتبة الثانية "الإنجازات" بنسبة 24.3% في صحف الدراسة، حيث اهتمت الصحف برصد إنجازات الحكومة المصرية والتقارير الدولية التي أشادت بالإنجازات التي حققتها الحكومة المصرية، وتنفيذ برامج الإصلاح الاقتصادي، وتجاوز الأزمة، وتصدر معدلات النمو، وإشادة البنك الدولي بأنه لا توجد دولة نامية استطاعت القيام بكل هذه الإصلاحات القوية، وجاء في المرتبة الأخيرة "الثناء والشكر" كأقل إطار إستراتيجي مستخدم، وذلك بنسبة 7.6%، حيث إشادة عدد

من المؤسسات، مثل البنك الدولي وصندوق النقد بما وصفوه بقصة نجاح برنامج الإصلاح الاقتصادي في مصر.

كما يتضح أيضًا من الجدول السابق أن موقع "دويتشه فيله DW" كان الأكثر استخدامًا للأزمة كإطار إستراتيجي، حيث عمد "دويتشه فيله" إلى الحديث عن الأزمات التي تواجه الاقتصاد المصري واصفًا إياها بالأزمات المتلاحقة التي تعيق النمو، حيث عدد من التحديات والأزمات التي تواجه الاقتصاد المصري مثل الفقر والبطالة، فأكد "دويتشه فيله" أنها تمنع نهضة الاقتصاد وتهدد نظام الحكم، وأن الإجراءات التي اتخذتها الحكومة قاسية، وأن مشكلة تهميش الشباب واستفحال البطالة يشكلان قنبلة، وذلك بنسبة 62.8٪، وهو ما يرجع إلى أن "دويتشه فيله" ينتمي إلى ألمانيا، وقد كانت أغلب العلاقات مع الجانب الألماني متوترة في أوقات كثيرة، خاصة بعد ثورة 30 يونيو 2013 وعزل الرئيس الأسبق مرسي، ووصف بعض الدول لما حدث في مصر بالانقلاب العسكري، وبعد بدء إجراءات الإصلاح الاقتصادي، يليه "سي إن إن"، حيث جاء "إطار الأزمة" في المرتبة الثانية بنسبة 48.3٪، وأكد "سي إن إن" أن هناك طبقة من المصريين "تعاني" رغم انخفاض الأسعار، وأنهم "محدودي الدخل"، وأن إجراءات الإصلاح الاقتصادي "صعبة"، وأنها تسببت، أي تلك الإجراءات الاقتصادية التي انتهجتها الحكومة المصرية، في معاناة الأفراد.

أما بالنسبة للقوة كإطار إستراتيجي مستخدم، فقد كانت "الأهرام" الأكثر استخدامًا له بنسبة 19.4٪، حيث أكدت "الأهرام" قوة الاقتصاد المصري ومعدلاته المتسارعة التي استهدفت تحقيق النمو، وأن مصر قادرة على الاستغلال الأمثل لمواردها، بينما لم يستخدم "دويتشه فيله DW" القوة كإطار إستراتيجي، وهو ما يرجع إلى اتجاهات الموقع نحو مصر؛ إذ أنه اتخذ موقفًا ضد مصر ووضعها الاقتصادي متجاوزًا أي حديث عن معدلات نمو أو إنجازات أو إشادة بالوضع الاقتصادي المصري.

أما عن الإنجازات كإطار إستراتيجي، فقد كان "روسيا اليوم RT" الأعلى استخدامًا لها بنسبة 48.3٪، وذلك نتيجة العلاقات التي تربط القاهرة بموسكو، حيث تربط البلدين علاقات دبلوماسية جيدة، يليه "الوفد" بنسبة 44.7٪، ثم "الأهرام" بنسبة 24.2٪، حيث الحديث عن إنجازات الحكومة المصرية والإجراءات التي اتخذتها من أجل تحقيق فائض للمرة الأولى، وتسديد الديون من خلال ترشيد الواردات والاستهلاك، والتوسع في الاستثمارات الصناعية والزراعية، وتمويل المشروعات الاستثمارية، وجلب الاستثمارات الخارجية، ورفع كفاءة الإنفاق العام، وبالنسبة للأهرام والوفد؛ فالأولى صحيفة قومية

تؤيد السياسات الحكومية نظراً لنمط ملكيتها، أما الأخرى فعلى الرغم من كونها صحيفة حزبية إلا أنها اتخذت اتجاهًا مؤيدًا لإجراءات الحكومة؛ حيث تكافتت الصحف على مختلف توجهاتها في الوقوف إلى جانب الحكومة وتهيئة المواطنين إعلاميًا لتأييد الإجراءات الحكومية.

أما الثناء والشكر، فقد كان الأكثر استخدامًا في "روسيا اليوم" وذلك بنسبة 24.1%، حيث عمد الموقع إلى الحديث عن الإشادات والإنجازات التي حققتها الحكومة المصرية، وهو ما يرجع إلى العلاقات المصرية الروسية المتقاربة، ووقوف الجانب الروسي إلى جانب مصر، وتحديدًا بعد الثلاثين من يونيو 2013.

### 3- الأطر الإخبارية المستخدمة في المواقع الإلكترونية محل الدراسة

جدول رقم (3): يوضح الأطر الخبرية المستخدمة في المواقع الإلكترونية محل الدراسة.

الأطر	الأهرام		اليوم السابع		الوفد		روسيا اليوم		سي إن إن		دويتشه فيله		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
المسئولية	19.4	24	33.3	41	46.1	35	20.7	18	10.3	6	25.6	11	26.4	135
الصراع	24.2	30	19.5	24	17.1	13	20.7	18	62.1	36	46.5	20	27.6	141
الإطار الأخلاقي	16.1	20	13	16	0	0	3.4	3	0	0	0	0	7.6	39
الاهتمامات الإنسانية	11.3	14	3.3	4	7.9	6	10.3	9	0	0	4.7	2	6.8	35
النتائج الاقتصادية	29	36	30.9	38	28.9	22	44.8	39	27.6	16	23.3	10	31.5	161
الإجمالي	24.3	124	24.1	123	14.9	76	17	87	11.4	58	8.4	43	100	511

يتضح من الجدول السابق تصدر إطار النتائج الاقتصادية، يليه الصراع، ثم إطار المسئولية وبنسب متقاربة تمثلت في 31.5% و 27.6% و 26.4% على التوالي، وذلك في المواقع الإلكترونية محل الدراسة، وهو ما يرجع إلى طبيعة القضايا التي عالجتها مواقع الدراسة متمثلة في القضايا الاقتصادية وقضايا الإصلاح الاقتصادي، وكذلك الإجراءات التي تتبعها الحكومة، وذلك للتعرف على تبعات تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي في مصر وإبراز نتائجه، وكذلك تبعاته على المواطن وتأثيره عليه، ونتائج الأزمات على الاقتصاد المصري، أما إطار المسئولية فقد اتضح من خلال إبراز الصحف لمسئولية الحكومة والمواطن تجاه انتهاج إجراءات الإصلاح الاقتصادي واتباعها وتطبيقها من أجل تحقيق استقرار الاقتصاد الكلي، وكذلك تحمل المواطن مسئولية الأوضاع الاقتصادية حتى تتحسن الأحوال.



أما الصراع، فقد تمثل في تطبيق بعض الإجراءات التقشفية، وهجوم البعض على الحكومة بعد إجراءات تعويم الجنيه ورفع الدعم عن الوقود وغيرها، وكذلك بعض الإجراءات التي تسبب فيها وباء "كوفيد 19" وأثرت بالسلب على قطاعات السياحة والطيران، وتسببت في نزيف مستمر للاقتصاد.

ويتضح كذلك من الجدول السابق، أن إطار الصراع جاء في كل من "سي إن إن" و"دوتشه فيله" كأعلى إطار مستخدم وذلك بنسبة 62.1% و46.5% على التوالي، وهو ما اتضح من خلال إبراز الصراع الذي تعاني منه مصر جرّاء إجراءات الإصلاح الاقتصادي، ومعاناة الدولة لتحقيق استقرار اقتصادي ومحاولات البعض إشعال الأزمات في مصر، منها دول أجنبية تهاجم مصر، وهو ما أكد عليه الرئيس السيسي في منتدى الشباب الاقتصادي الذي عُقد في مصر، مؤكّداً أنه لا يمكن مقارنة دخل مصر، التي يتجاوز عدد سكانها 100 مليون نسمة، مع دول أخرى تهاجم مصر ودخلها 20 تريليون دولار، وأنه لو توافرت لديه المقومات سيجعل مصر كالعروس.

أما "دويتشه فيله" فقد جاء إطار الصراع كثاني أبرز الأطر استخداماً، حيث ركّز الموقع على الزيادة السكانية، وأنها تستوجب من المعنيين أكثر من دق نواقيس الخطر بسبب التبعات الكارثية لتلك الزيادة على مستقبل الاقتصاد المصري، الذي شهد سنوات من التحولات الهيكلية المؤلّدة على حد وصف "دويتشه فيله"، كما ركّز الموقع أيضاً على الضربات الموجهة التي عصفت بمصر والاقتصاد المصري، وكذلك استفحال البطالة، مؤكّداً أنها تشكل قنبلة تهدد السلم الاجتماعي والنظام السياسي.

أما بالنسبة لإطار المسؤولية، فقد كان الأبرز استخداماً في "الوفد" وذلك بنسبة 46.1%، حيث أكدت "الوفد" على مسؤولية الحكومة في احتواء أزمة الاقتصاد المصري والقضاء على الفساد، إضافة إلى مسؤولية الحكومة عن طرح منتجات محلية كبديل للاستيراد، وكذلك القيام بتحقيق الاستقرار في مؤشرات الاقتصاد الكلي، وإصلاحات هيكلية في مجالات الصناعة، يليه "اليوم السابع" بنسبة 33.3%، حيث أكدت ضرورة تحمل الشعب إلى جانب الحكومة إجراءات الإصلاح الاقتصادي، وأنها ظروف صعبة للغاية، حيث أكدت "اليوم السابع" أن الرئيس السيسي وضّح قبل تطبيق إجراءات الإصلاح الاقتصادي أنه سيقوم بإجراء انتخابات رئاسية مبكرة لأن الوضع عام 2016 لم يعد يحتمل حلول التأجيل، وأنه لا بد من تطبيق الإجراءات حتى تنهض مصر، وأنه لا بد أن تتحمل جميع الأطراف المسؤولية.

#### 4- اتجاه المعالجة المستخدم في المواقع الإلكترونية محل الدراسة

جدول رقم (4): يوضح اتجاه معالجة المواقع الإلكترونية محل الدراسة للقضايا الاقتصادية.

الاتجاه		الأهرام		اليوم السابع		الوفد		روسيا اليوم		سي إن إن		دويتشه فيله		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
18	14.5	9	7.3	14	18.4	6	6.9	14	24.1	21	48.8	82	16	16	16
40	32.3	57	46.3	4	5.3	27	31	35	60.3	16	37.2	179	35	35	35
66	53.2	57	46.3	58	67.3	54	62.1	9	15.5	6	14	250	49	49	49
124	24.3	123	24.1	76	14.9	87	17	58	11.4	43	8.4	511	100	100	100

يتضح من الجدول السابق غلبة الاتجاه الإيجابي في المواقع الإلكترونية محل الدراسة، وذلك بنسبة 49%، يليه الاتجاه المحايد بنسبة 35% وأخيراً السلبي بنسبة 16%، ويتضح من الجدول السابق أن "دويتشه فيله" كانت الأكثر سلبية في معالجة القضايا الاقتصادية الخاصة بمصر وإجراءات الإصلاح الاقتصادي بنسبة 48.8%، وهو ما يرجع إلى تركيز "دويتشه فيله" على القضايا الخاصة بالبطالة والعشوائيات والانفجار السكاني وغيرها، إضافة إلى التركيز على الفقر ومعدلاته وزيادته، وعدم التركيز على الجوانب الإيجابية المتمثلة في زيادة معدلات النمو، وانخفاض التضخم، وتحقيق مصر شروط البنك الدولي، وسداد القروض، يليه "سي إن إن"، حيث بلغ اتجاه المعالجة السلبي 24.1% وهو ما اتضح من خلال تركيز "سي إن إن" على بعض القضايا السلبية التي يعاني منها الاقتصاد في مصر، ولا يزال يعاني منها بعد تطبيق إجراءات الإصلاح الاقتصادي، ومهاجمة بعض الدول لمصر مثل تركيا وقطر.

أما بالنسبة لاتجاه المعالجة الإيجابي، فقد جاءت "الوفد" في المرتبة الأولى بنسبة 67.3%، وهو ما يرجع إلى كون "الوفد" مؤيدة لإجراءات الدولة في الإصلاح الاقتصادي، وإيماناً منها بضرورة التهيئة الإعلامية للمواطنين، وتحمل تبعات إجراءات الإصلاح الاقتصادي، والتشديد على الدور الذي لابد للإعلام أن يقوم به، والإشادة بالاقتصاد المصري، والتأكيد على قوته، وأنه قادر على الوفاء بوعوده والتزاماته، يليه "روسيا اليوم" بنسبة 67.3% حيث العلاقات الوطيدة بين الجانبين المصري والروسي، يليه الأهرام بنسبة 53.2%، حيث عمدت "الأهرام" إلى رصد المعارضين لإجراءات الإصلاح الاقتصادي معللين ذلك بخوفهم على الشعب ومحدودي الدخل؛ إلا أنها في المجمل وكصحيفة قومية كان اتجاه معالجتها إيجابياً وهي بصدد معالجة إجراءات الإصلاح الاقتصادي.

5- وسائل التأطير المستخدمة في المواقع الإلكترونية محل الدراسة.  
جدول رقم (5): يوضح وسائل التأطير المستخدمة في معالجة الموضوعات الاقتصادية في المواقع الإلكترونية محل الدراسة.

وسائل التأطير	الأهرام		اليوم السابع		الوفد		روسيا اليوم		سي إن إن		دويتشه فيله		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
التمهيط	21	26	54.5	67	18.4	14	13.8	12	56.9	33	46.5	20	33.7	172
كلمات التدعيم	16.1	20	3.3	4	38.2	29	65.6	57	25.9	15	0	0	24.4	125
الاستئصال	14.5	18	9.8	12	0	0	0	0	5.2	3	53.5	23	10.9	56
بُعد دعائي	22.6	28	3.3	4	39.5	30	13.8	12	8.6	5	0	0	15.5	79
استنتاج	25.8	32	29.3	36	3.9	3	6.9	6	3.4	2	0	0	15.5	79
الإجمالي	24.3	124	24.1	123	14.9	76	17	87	11.4	58	8.4	43	100	511

يتضح من الجدول السابق أنه بالنسبة لوسائل التأطير المستخدمة، فيتضح أن "التمهيط" كان الأكثر استخدامًا بين المواقع محل الدراسة، إذ بلغت نسبته 33.7% يليه "كلمات التدعيم" وذلك بنسبة 24.4%، ثم كل من "البُعد الدعائي" و"الاستنتاج" بنسبة 15.5% لكل منهما، وأخيرًا "الاستئصال" بنسبة 10.9%.

كما يتضح من الجدول السابق أن كلمات التدعيم كانت الأكثر استخدامًا في "روسيا اليوم" بنسبة 65.6% حيث مال "روسيا اليوم" إلى تشجيع إجراءات الإصلاح الاقتصادي، وتأييد خطى مصر في الإصلاح الاقتصادي، والتأكيد والإشادة بالحكومة المصرية ومعدلات النمو التي حققتها مصر، وذلك بالتركيز على تصريحات الحكومة المصرية ودعمها. أما "دويتشه فيله" فقد كان الاستئصال الأكثر استخدامًا بنسبة 53.5% حيث مال الموقع إلى استئصال بعض الكلمات والمعلومات، والتركيز على معلومات دون غيرها، لتوجيه الأحداث نحو مسار معين، وهو تحديات الفقر والبطالة والزيادة السكانية التي تعيق محاولات التنمية.

بينما كان "الوفد" الأكثر استخدامًا للبُعد الدعائي، حيث الإشادة بالبرنامج الحكومي وإيجابياته، إضافة إلى عرض آراء الخبراء والمحللين الدوليين والتقارير الاقتصادية نحو معدلات النمو المتسارعة في مصر والدعاية للإجراءات الحكومية والتهيئة الإعلامية للمواطنين.

## 6- قوالب السرد المستخدمة في المواقع الإلكترونية محل الدراسة.

جدول رقم (6): يوضح قوالب السرد المستخدمة في معالجة الموضوعات الاقتصادية المواقع الإلكترونية محل الدراسة.

قوالب السرد	الأهرام		اليوم السابع		الوفد		روسيا اليوم		سي إن إن		دويتشه فيله		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
تصريحات	43.5	54	60.2	74	22.4	17	17.2	15	24.1	14	16.3	7	35.4	181
أحداث	24.2	30	20.3	25	32.9	25	37.9	33	39.7	23	41.9	18	30.1	154
معلومات	32.3	40	19.5	24	44.7	34	44.8	39	36.2	21	41.9	18	34.4	176
الإجمالي	24.3	124	24.1	123	14.9	76	17	87	11.4	58	8.4	43	100	511

يتضح من الجدول السابق أنه بالنسبة لقوالب السرد المستخدمة، فقد جاءت "التصريحات" في المرتبة الأولى في المواقع الإلكترونية محل الدراسة، يليها "المعلومات" بنسبة 34.4%، وأخيراً "الأحداث" بنسبة 30.1%، وهي نسب متقاربة، كما يتضح أن الأهرام كانت الأكثر تركيزاً على تصريحات المصادر بنسبة 43.5، حيث إن الأهرام كموقع إلكتروني قومي لديه إمكانية الوصول إلى المصادر الرسمية وغيرها، وكذلك "اليوم السابع" كان أكثر اعتماداً على التصريحات بنسبة 60.2%، أما "الوفد" و"روسيا اليوم" فقد كانا أكثر اعتماداً على المعلومات بنسبة 44.7% و44.8% على التوالي، أما "سي إن إن" فقد برز الاعتماد على الأحداث كقالب سردي مستخدم بنسبة 39.7%، أما "دويتشه فيله" فقد اعتمد بالنسبة نفسها على الأحداث والمعلومات، وذلك بنسبة 41.9% لكل منهما.

## 7- أنماط الانحياز المستخدمة في المواقع الإلكترونية محل الدراسة.

جدول رقم (7): يوضح أنماط التحيز المستخدمة في معالجة الموضوعات الاقتصادية في المواقع الإلكترونية محل الدراسة.

الانحياز	الأهرام		اليوم السابع		الوفد		روسيا اليوم		سي إن إن		دويتشه فيله		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
نمطية المعالجة	38.7	48	59.8	73	22.4	17	62.1	54	51.7	30	44.2	19	47.2	241
الحذف	0	0	0	0	7.9	6	0	0	20.7	12	0	0	3.5	18
نقص السياق	29	36	40.2	49	32.9	25	10.3	9	27.6	16	9.3	4	27.2	139
الاستحسان	31.2	41	0	0	36.8	28	27.6	24	0	0	0	0	18.2	93
الاستهجان	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	46.5	20	3.9	20
الإجمالي	24.3	124	24.1	123	14.9	76	17	87	11.4	58	8.4	43	100	511

يتضح من خلال الجدول السابق أنه بالنسبة لآليات الانحياز المستخدمة، فقد جاءت "نمطية المعالجة" في المرتبة الأولى بنسبة 47.1%، يليها "نقص السياق" بنسبة 27.2%،

ثم "الاستحسان" بنسبة 17.8%، ثم "الاستهجان" بنسبة 4.3%، وأخيرًا "الحذف" بنسبة 3.5%، ويلاحظ من الجدول السابق أن آلية الاستهجان برزت في "دويتشه فيله" بنسبة 46.5%، وهو ما يرجع إلى استهجان الموقع للإجراءات المتبعة ضد محدودى الدخل والشباب، وأنهم فئات مهمشة وأن هناك انفجارًا سكانيًا سيحول دون أي تنمية وتقدم، وأن ما سيحدث نتيجة لتلك الإجراءات وتصرفات الدولة سيكون بمثابة انفجار وثورة على الأوضاع إذا ظلت الدولة تعالج الأمور بهذا الشكل.

كما يتضح أن نمطية المعالجة كإحدى آليات الانحياز برزت في "روسيا اليوم" بنسبة 62.1%، ثم "اليوم السابع" بنسبة 59.8%، ثم "الأهرام" بنسبة 38.7%؛ حيث برز طابع التمييز في المعالجة الإخبارية ورصد الأساليب نفسها المتبعة، الخاصة بتغطية إجراءات الإصلاح الاقتصادي.

ثانيًا: نتائج التحليل الكيفي:

تتناول الدراسة في هذا المحور نتائج التحليل الكيفي للمضمون، وذلك على النحو الآتي: (أبرز الكلمات والعبارات المحورية المستخدمة في المواقع الإلكترونية محل الدراسة- أسباب القضايا الاقتصادية التي تمت معالجتها في المواقع الإلكترونية محل الدراسة والحلول التي تم تقديمها- القوى الفاعلة التي استخدمتها المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية محل الدراسة).

أولاً: موقع الأهرام الإلكتروني:

1- أبرز الكلمات والعبارات المحورية المستخدمة في موقع الأهرام الإلكتروني:

(الاقتصاد المصري يواصل تصدر معدلات النمو بالمنطقة- نجاح مصر في تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي الذي تبنته على مدار الأربع سنوات الماضية- مصر تنتهي في يونيو من برنامج الإصلاح الاقتصادي- عزز ثقة المستثمرين الأجانب في مصر- الحكومة المصرية تتبنى برنامجًا إصلاحيًا اقتصاديًا جريئًا وغير مسبوق- مصر من أعلى 25 دولة في الإصلاحات الاقتصادية على مستوى العالم- تحسين مناخ الاستثمار وتبسيط الإجراءات على المستثمرين- الدين المصري بالنطاق الآمن- يشهد الاقتصاد المصري تعافيًا ملحوظًا منذ عام 2016 وتمكن من استعادة استقراره- تراجع معدلات التضخم والبطالة- انخفاض الدين العام- ارتفاع احتياطات النقد الأجنبي إلى أعلى مستوياته- عززت الحكومة مستويات الحماية الاجتماعية للتخفيف من حدة آثار الإصلاحات على الأسر منخفضة الدخل - احتواء التضخم- الحماية الاجتماعية حجر الزاوية - توسيع نطاق المشروعات القومية ومشروعات البنية التحتية- الإصلاح الاقتصادي هو كلمة السر

في تحسين ترتيب مصر بمؤشر التنافسية العالمية- أفضل قرار في مسيرة الإصلاح الاقتصادي هو تعويم الجنيه - مصر تمر بفترة حرجة جدًا خلال الفترة ما بعد 25 يناير - واجهت حكومة السيسي مشكلات منها وجود سوق موازية للدولار- إتاحة فرص عمل جديدة- تحقيق التنمية المستدامة - الارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة للمواطن في (التعليم- الصحة- النقل-الإسكان)- تحسين المؤشرات العامة للاقتصاد- جذب مزيد من الاستثمارات الوطنية والعربية والعالمية - إشادات دولية بالاقتصاد المصري - مصر صاحبة الاقتصاد الأسرع نموًا في الشرق الأوسط والوجهة التي يفضلها مستثمرو السوق الناشئة - دلالة على قوة الاقتصاد المصري- مصر أصبحت نموذجًا يشار إليه في الإصلاح الاقتصادي).

## 2-أسباب قضايا الاقتصاد المصري وحلولها في موقع الأهرام الإلكتروني:

الأسباب التي أدت إلى المشكلات في القضايا الاقتصادية:

- وجود عمالة غير منتظمة.
- تدهور مؤشرات الاقتصاد خلال عام 2013 وقبل ثورة 30 يونيو.
- الأوضاع الاقتصادية والمالية المترهلة للغاية قبل وصول الرئيس عبد الفتاح السيسي إلى الحكم، خاصة ما يتعلق بالوضع المصرفي حيث اقترب الاحتياطي النقدي إلى أقل مستوى له في التاريخ، بوصوله إلى 13 مليار دولار فقط.
- الدين المحلي الداخلي والخارجي.
- محاولات الإخوان ضرب الاقتصاد المصري وهدم الوطن، وقيامهم بشحن المواطنين ضد البلاد، وعرقلة مسيرة التنمية، وإثارة غضب الشعب المصري عن عمد وجهل، وإنشاء مسارات للتدفقات النقدية الواردة من الخارج بطرق ملتوية بالتعاون بين الجماعة والعناصر الهاربة ببعض الدول المعادية للعمل على تمويل التحركات المناهضة للبلاد.

## الحلول:

- قيام وزارة الداخلية باستهداف 19 من شركات وكيانات اقتصادية تديرها بعض القيادات الإخوانية والعناصر الإثارية التي استهدفت ضرب الاقتصاد المصري.
- الحصول على قروض لامتناس تداعيات الأزمات الاقتصادية، ودعم التنمية والشرائح الأكثر فقرًا، وتكاتف الجهود والتعاون بين الحكومة والشعب.
- الحصول على دعم من صندوق النقد الدولي والمطالبة بمساندته.
- تعويم الجنيه وتحرير سعر الصرف.

▪ تنفيذ جميع إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي أعلنت عنها الحكومة.

3- القوى الفاعلة المستخدمة في موقع الأهرام الإلكتروني:

تمثلت القوى الفاعلة المستخدمة في موقع الأهرام الإلكتروني في:

الرئيس عبد الفتاح السيسي:

▪ أكد أنه يراهن على المصريين في كل قراراته، مؤكداً رفضه ما يتردد بأن المصريين لا يشعرون بإجراءات الإصلاح الاقتصادي، والدليل أن ملايين من المصريين يعملون في المشروعات القومية للدولة.

▪ أكد أن المصريين يتحملون ولا يزالون يتحملون كثيرًا من أجل تطبيق إجراءات الإصلاح الاقتصادي.

الحكومة المصرية:

▪ أكد خطاب الأهرام أن الحكومة تولى اهتمامًا كبيرًا بأن تسير إجراءات الإصلاح الاقتصادي بالتوازي مع برامج الحماية الاجتماعية.

▪ قامت بدعم السلع التموينية في مشروع الموازنة العامة للدولة.

▪ زيادة المخصصات المالية الخاصة ببرنامج تكافل وكرامة.

▪ أكد أن مصر بأكملها مرت بعملية جراحية صعبة وما زالت في مرحلة التعافي، وأن صندوق النقد لا يجمال الحكومة، ونسب إليها محاولتها تحسين مستوى معيشة المواطن وزيادة الاستثمار.

▪ نُسب إليها أنها تعمل على إيجاد وخلق بيئة جاذبة للاستثمار ورؤوس الأموال الأجنبية، من خلال تحديث القوانين الخاصة بالاستثمار وإجراء إصلاحات اقتصادية وتوفير عديد من الفرص الاستثمارية.

▪ تنفيذ إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي مكّنت الدولة من تحقيق فائض بلغ نحو 2 مليار جنيه.

▪ نُسب إليها أنها استهدفت وصول الدعم إلى مستحقيه.

البنك الدولي:

▪ أكد أن قرار تحرير سعر الصرف الذي اتخذته مصر أمر إيجابي وكان محفزًا للاستثمار وداعمًا للصادرات المصرية.

▪ أيد قرار تخفيض الدعم لأنه أسهم في تقليص عجز الموازنة.

- أوضح اهتمامه بضرورة أن تقوم مصر بثلاث خطوات لتسير على الطريق الصحيح، هي: تقليص نسب البطالة عن طريق توفير فرص عمل في القطاع الخاص، والاهتمام بتعزيز الجودة، ودعم الحوكمة في القطاع العام.
- أشاد بما حققته مصر من إجراءات، وأكد أن حزمة الإصلاحات التي أعلنتها مصر ستسهم في إنعاش الاقتصاد.



شكل رقم (5): يوضح الكلمات والعبارات المحورية المستخدمة في موقع الأهرام الإلكتروني.

ثانيًا: موقع اليوم السابع الإلكتروني:

1- أبرز الكلمات والعبارات المحورية المستخدمة في اليوم السابع:  
(الإصلاح الاقتصادي يوتي ثماره في زمن الكورونا- القرش الأبيض ينفع في اليوم الأسود- إجراءات الإصلاح الاقتصادي كانت بمثابة طوق النجاة في ظل الأزمة- الاقتصاد المصري يسير بقوة على الطريق الصحيح- القرار الأجرأ والأصعب كان إعلان البنك المركزي تحرير سعر الصرف- تعويم الجنيه- وزيرة التخطيط تبحث تخفيف آثار



الإصلاح الاقتصادي على محدودى الدخل- جهود مكافحة الفقر والقضاء على الجوع- التجربة في مصر حققت نتائج إيجابية- زيادة الغطاء الاجتماعي والحماية الاجتماعية- إنجازات غير مسبوقة في تاريخ مصر المعاصر- الإصلاح الاقتصادي قلل الفجوة في الدعم بين الأغنياء والفقراء - تفاؤل بمستقبل الاقتصاد المصري بعد تقرير الصندوق- الشفافية الاقتصادية لبرنامج الإصلاح- اجتذاب استثمارات أجنبية مباشرة- مناخ استثماري- تراجع معدلات البطالة- إستراتيجية الإصلاح الاقتصادي المستقبلي- حدوث التضخم- مصر ستجاوز الأزمة- شهادات المؤسسات الاقتصادية الدولية المتتالية بحق الاقتصاد المصري- تداعيات سلبية لأزمة كورونا على الاقتصاد- تزايد معدلات الثقة في السوق المصري- انخفاض إجمالي الدين الحكومي- تخفيف أعباء المواطنين أساس العمل الحكومي خلال الفترة القادمة- شهادة دولية رسمية بنجاح الإصلاح الاقتصادي في مصر- مصر على الطريق الصحيح).

أسباب قضايا الاقتصاد المصري وحلولها في موقع اليوم السابع الإلكتروني:

الأسباب التي أدت إلى المشكلات في القضايا الاقتصادية:

- الضعف الاقتصادي للدولة.
- الإجراءات الخاطئة التي يتبعها المواطنون، حيث يقومون بشراء سلع تفوق احتياجاتهم مما أدى إلى حدوث تضخم.
- تأخر الحكومة في اتخاذ قرار تعويم الجنيه.
- مشكلة الزيادة السكانية، وتأخر الإصلاحات كثيرًا، التي كان لابد منها لأنها أشبه بالدواء للبيروقراطية والفساد.
- معاناة مصر من الفقر في الموارد الطبيعية، على سبيل المثال، أغلب خامات الصناعات والمعدات والآلات مستوردة.
- عدم وجود سياسة عمالية منضبطة.
- عدم المواجهة لسنوات طويلة وتخوف الحكومات السابقة خلال الفترة الماضية من اتخاذ قرارات لتطبيق الإصلاح الاقتصادي.
- وجود تجار معدومي الضمير.
- الجماعة الإرهابية (في إشارة إلى جماعة الإخوان المسلمين) التي لا توفر مناخًا مناسبًا للدولة؛ بل تحرص على هدم جهود الإصلاح.
- الدعاية السوداء واتهام الحكومة والنظام بأنه خرب البلاد من خلال حرب الشائعات المتعمدة.

- شركات الصرافة التي تضارب في العملات لصالح الجماعة الإرهابية.
- الزيادة المستمرة للدولار أمام الجنيه.

#### الحلول:

- المنهج العلمي والتخطيط الجيد للدولة.
- الاقتراض من البنك الدولي.
- التصدي للفساد وتشجيع إمكانية المساءلة، وتعزيز الحوكمة الرشيدة، ووضع آليات مبتكرة للتنمية من خلال جدول أعمال شامل.
- تخفيض سعر الفائدة في البنوك ليسهم في زيادة الاستثمارات.
- توفير احتياطي إستراتيجي من السلع، وتوفير سبل معيشة كريمة للمواطنين.
- تحمل الشعب إجراءات الإصلاح الحكومي التي تنتهجها الدولة.
- مساندة دول العالم لإجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تتبعها مصر.
- دعم الرئيس للشباب.
- هيكله الدين العام والسيطرة عليه.
- زيادة إجراءات الحماية الاجتماعية وحماية الفقراء.
- تحريك سعر الوقود.
- مواجهة الرأي العام بالحقائق.
- الاستصلاح الزراعي، وتحسين الخدمات، ومحاربة الإرهاب، وتنفيذ مشروعات اقتصادية، وتنمية الصعيد.

#### 3- القوى الفاعلة المستخدمة في معالجة الموضوعات الاقتصادية في موقع اليوم السابع الإلكتروني:

##### الرئيس عبد الفتاح السيسي:

- أكد أن الشعب وقف مع الدولة وتحمل الإجراءات.
- اتسم الدور المنسوب للرئيس السيسي بالإيجابية؛ حيث أكد "اليوم السابع" أن الرئيس السيسي أكد أنه كان سيقدم استقالته لو لم يوافق الشعب على إجراءات الإصلاح الاقتصادي ويُجري انتخابات رئاسية مبكرة، كما نُسب إليه الحفاظ على الدولة والنهوض بها وجعل وضع مصر الاقتصادي أفضل، كذلك نُسب إليه إنجازة في البنية التحتية والقيام بمشروعات خاصة ببنية الطرق تساوي 160 مليار جنيه.
- نُسب إليه وضع خطة في قطاع الكهرباء بعد أن كانت مصر على وشك الانهيار.
- نُسب إليه إعادة بناء الثقة في قدرة الشعب على تحقيق غد أفضل.

- نُسب إليه الخوف على الدولة، خاصة بعد إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تم الإعلان عنها في نوفمبر 2016.
- شارك مع الشباب في عدد من المؤتمرات الخاصة بهم وتفاعل معهم.
- أكدت حرصه على إيجاد حل قوي وجريء للمشاكل الاقتصادية في ظل تعرض الدولة لثورتين خلال 3 سنوات.

#### البرلمان المصري:

- نُسب إلى البرلمان المصري من خلال صحيفة "اليوم السابع" الإشادة بالدور الذي قامت به الحكومة من خلال إجراءات الإصلاح الاقتصادي، حيث أكد النواب نجاح مصر في السياسات الإصلاحية التي تم اتخاذها، المتمثلة في تحرير سعر الصرف.
- أكد أن ثقة المؤسسات الدولية في الاقتصاد المصري كانت بسبب الإجراءات التي اتخذتها الحكومة.
- أكد أن قدر الجيل الحالي تحمل إجراءات الإصلاح الاقتصادي، وأنه سيستفيد من هذا الإصلاح وكذلك الأجيال القادمة.
- شدد على ضرورة الرقابة على الأسعار وضبط حلقات التوزيع بين الوسطاء حتى تصل للمستهلك بشكل أنسب.

#### البنك الدولي:

- نُسب إليه الإشادة بما قامت به مصر من إجراءات، وذلك حيث:
- أعلن البنك الدولي أن معدلات النمو في مصر لا تزال قوية رغم الاضطرابات التي تسببت فيها جائحة كورونا.
- أن برنامج الإصلاح الاقتصادي الذي نفذته مصر منذ عام 2016 كان ناجحًا.
- أكد أن مصر تعد الدولة العربية الوحيدة التي تحقق نموًا اقتصاديًا خلال 2020.
- أكد أن الإصلاحات المالية التي أنجزتها الحكومة، مثل قانون الاستثمار الجديد ومبادرة دعم القطاع الخاص، عززت ثقة المستثمرين، وأسهمت في رفع الإنتاجية.

#### طارق عامر - محافظ البنك المركزي:

- أكد أنه بفضل الإجراءات التي اتخذتها الحكومة حققت مصر نجاحًا على الصعيد الاقتصادي.
- أكد أن البنك المركزي يستهدف الحفاظ على مستوى الأسعار واستهداف مستويات مناسبة من التضخم.
- أكد محاولاته المستمرة للحفاظ على قيمة الجنيه.

- أكد أن دور البنك المركزي في المشروعات القومية يتمثل في مراجعة تلك المشروعات من حيث الجدوى ومناسبتها والقروض المستهدفة.



شكل رقم (6) يوضح أبرز الكلمات والعبارات المحورية المستخدمة في موقع اليوم السابع الإلكتروني.

### ثالثاً: موقع الوفد الإلكتروني:

#### أبرز الكلمات والعبارات المحورية المستخدمة في موقع الوفد الإلكتروني:

(قيادة اقتصادية رشيدة- الاقتصاد رغم أزمته الحالية بسبب كورونا إلا أنه لا يزال صامداً بل ويحقق النمو- ستعبر مصر الأزمة- الحكومة ذكية في اللجوء للاقتراض من صندوق النقد الدولي- قرض الصندوق لن يؤثر على المواطن- برنامج الاقتراض الحالي فني ومالي وليس له علاقة بالإصلاح النقدي وليس له علاقة بما يخص المواطن ولن يؤثر عليه- إذا كان الاقتصاد المصري هش لما تمكن من الوقوف أمام الأزمة الحالية- هناك أزمة سيولة في العالم- إشادة سياسية وبرلمانية بطلب حصول مصر على القرض من البنك الدولي- طلب مصر يؤكد الثقة في الاقتصاد- الإصلاح الاقتصادي يتغلب على التضخم والأرقام تؤكد تعافى الاقتصاد- بشائر الخير وجني ثمار الإصلاح الاقتصادي- إجراءات الإصلاح الاقتصادي لم تتجاهل البعد الاجتماعي-2019 بداية موسم الحصاد- تحمل فيها المصريون الكثير من الأعباء بكل شجاعة وتضحية لتتطلق مسيرة التنمية الحقيقية في كل المجالات- تشهد البلاد طفرة غير مسبوقة في تدعيم البنية

التحتية والمرافق والخدمات لتتطلب مشروعات قومية- يتعافى الاقتصاد بشكل يلمسه المواطن وتشهد له المؤشرات العالمية- تحقيق منظومة التأمين الصحي لتشمل الجميع وإصلاح مسيرة التعليم- انطلاقة التحول الرقمي وتفعيل أحدث الأساليب التكنولوجية في كل المؤسسات- إنجازات عالمية- أمة لا تعرف الهزيمة- معجزة اقتصادية- لتصبح مصر بلدًا ناجحًا- قبل 5 سنوات من الآن شهدت البلاد تراجعًا كبيرًا في خطط النمو وتعطيلًا كاملاً للاقتصاد).

أسباب قضايا الاقتصاد المصري وحلولها في موقع الوفد الإلكتروني:

الأسباب التي أدت إلى المشكلات في القضايا الاقتصادية:

- ضعف البنية التحتية، وكذلك التضخم الاقتصادي والسكاني، والاختلالات المالية التي أصابت الاقتصاد المصري.
- زيادة الطلب على السلع والخدمات دون أن يقابلها زيادة في إنتاج السلع والخدمات التي تلبى ما زاد من الطلب، وانخفاض القوة الشرائية.
- انخفاض قيمة العملة المحلية.
- الانهك الذي أصاب الاقتصاد المصري بسبب الثورات التي حدثت في مصر.
- البطالة ومشكلة العشوائيات وزيادة السكانية.

الحلول الخاصة بالمشكلات الاقتصادية:

- التحلي بالصبر لأن إجراءات الإصلاح الاقتصادي صعبة وتستغرق وقتًا طويلاً قبل أن يظهر أثرها الإيجابي.
- توفير برامج الحماية الاجتماعية المتنوعة والقوية لتسير جنبًا إلى جنب مع أجندة الإصلاح الاقتصادي.
- توفير أغذية مدفوعة وبرنامج تكافل وكرامة للمساعدات المالية وبرامج الإسكان الاجتماعي.
- التركيز على ثورة مصر من الموارد البشرية، حيث إن 65% من السكان تقل أعمارهم عن 40 عامًا وهم مصدر قوة.
- تطوير الثورة البشرية والتركيز على قضايا الصحة والتعليم.
- تعزيز دور النساء والشباب في الحكومة ومجال الاقتصاد والأعمال.
- مشاركة السيدات في الأنشطة الاقتصادية والتجارية.
- جذب الاستثمار الأجنبي المباشر وتشجيع القطاع الخاص على المشاركة في نمو الاقتصاد الوطني.

- القضاء على البيروقراطية.
- تنفيذ إصلاحات وخطط للنهوض بالبنية التحتية وغيرها من المشروعات التنموية، وكذلك مساندة المشروعات الصغيرة والمتوسطة.
- فتح الأبواب أمام القطاع الخاص وجعل المناخ أكثر مرونة.
- تنفيذ الدعم للمبادرات الاقتصادية.
- الإعلام وتهيئة الرأي العام.

القوى الفاعلة المستخدمة في معالجة القضايا الاقتصادية في موقع الوفد الإلكتروني:  
الحكومة:

- أكد الخطاب الصحفي لصحيفة "الوفد" أن الحكومة اختارت الطريق الأصعب في معالجة التحديات الاقتصادية التي تمر بها مصر، وتمثلت الأدوار المنسوبة للحكومة المصرية في:
- أنه على الرغم من التضخم الذي أصاب أغلب اقتصاديات الدول إلا أن مصر اتخذت خطوات قد يراها البعض صعبة إلا أنها باتت ضرورة ملحة لوضع الاقتصاد المصري على الطريق الصحيح.
- كما نسب الخطاب الصحفي إلى الحكومة حرصها على قوة الاقتصاد المصري والمكتسبات التي حققها خلال السنوات الأخيرة، ومطالبتها بالتحرك لرفع المعاناة عن كاهل المواطنين.

الإعلام:

- أكد خطاب "الوفد" أن وسائل الإعلام لعبت دورًا مهمًا، وكانت إحدى القوى الفاعلة التي اتسم دورها بالإيجابية، حيث أكد الخطاب الصحفي أن الإعلام لعب دورًا مهمًا في التسويق لخطوات الإصلاح الاقتصادي وأنه أسهم في تهيئة الرأي العام.
- كما اتسم الدور المنسوب لوسائل الإعلام بأنه قام بطمأنة المواطنين بعد القلق الذي أصاب بعض الجماهير نتيجة إجراءات الإصلاح الاقتصادي والإصلاحات الهيكلية في مجالات الصناعة وبيئة الاستثمار والتصدير، ورفع الدعم التدريجي عن بعض الخدمات التي تقدمها الدولة مثل الكهرباء والمحروقات، وأن الحكومة استخدمت الإعلام الاقتصادي لتهيئة الرأي العام وطمأنة الناس وإعدادهم لمواجهة الأزمات.
- كما أكد خطاب "الوفد" أن الإعلام شريك أساسي في التمهيد للخطط الاستراتيجية وشرحها وإبراز أهم معطياتها، وأن الإعلام داعم لإبراز مؤشرات تحسين الأزمة، كما حث المواطنين على تحمل المسؤولية والصبر.



شكل رقم (7) يوضح الكلمات والعبارات المحورية المستخدمة في موقع الوفد الإلكتروني.

رابعًا: موقع سي إن إن CNN:

أبرز الكلمات والعبارات المحورية المستخدمة في CNN:

(لماذا تعود مصر إلى صندوق النقد الدولي مرة ثانية؟- عاد صندوق النقد الدولي لتصدر الشهد الاقتصادي في مصر- طلبت الحكومة حزمة مالية من الصندوق- اقتصاد بلادها لديه القدرة والمرونة للتعامل مع فيروس كورونا من خلال مجموعة إجراءات تم وضعها- السيسي يؤكد أنه بالرغم من انخفاض الأسعار هناك طبقة من الشعب تعاني وهم محدودو الدخل خلال فترة الإصلاح الاقتصادي الصعبة- الموازنة الجديدة تسعى لمساعدة الناس وتعويضهم- الحكومة استطاعت السيطرة على الدين العام- الجهاز الإداري سيشهد حركة ترقيات جديدة- الحكومة لن تسمح بعودة الأوضاع الاقتصادية الصعبة مرة أخرى- خفض معدلات البطالة- الوزارة ستعمل على تنظيم ملتقيات للتوظيف والصناعات الصغيرة- العمل على توفير عمل لذوي الاحتياجات الخاصة ومتحدي الإعاقة- خفض أسعار الفائدة لما قبل تعويم الجنيه- مصر توقع اتفاقيات في مجال النفط والغاز- مصر بصدد رفع الحد الأدنى للأجور بجميع مؤسساتها- قناة السويس تحقق أعلى إيرادات في تاريخها- صندوق النقد يوافق على صرف آخر قرض لمصر بـ 2 مليار دولار- مصر ستلغي دعم الوقود بالكامل في هذا الموعد- "فيتش" يرفع التصنيف الائتماني لمصر- مصر تفتح ذراعيها للاستثمارات- تحسن المؤشرات الاقتصادية رغم ضغوط الاقتصاد العالمية- تعترم وزارة المالية المصرية بدء جولة ترويجية في دول الخليج مطلع شهر فبراير في إطار الترويج لطرح سندات في أسواق آسيا- التضخم في مصر يتراجع لـ 11% في ديسمبر- المصريون بطل 2018- دفعوا ثمن

الإصلاح الاقتصادي- تحسن مؤشرات الاقتصاد المصري بالتزامن مع برنامج الإصلاح الاقتصادي- الإصلاح الاقتصادي الجريء- نفذت مصر برنامجًا للإصلاح الاقتصادي أشادت به جميع المؤسسات الدولية).

أسباب قضايا الاقتصاد المصري وحلولها في موقع "سي إن إن" الإلكتروني:  
الأسباب التي أدت إلى المشكلات في القضايا الاقتصادية:

- التضخم وعدم السيطرة على ارتفاع الأسعار.
- البطالة.
- عدد السكان الكبير الذي يصل إلى 100 مليون مواطن.
- محاولة بعض الدول التدخل في الشؤون المصرية بالسلب ومهاجمة الحكومة المصرية والتآمر ضدها.
- الاتهامات الموجهة لمصر بإهدار المال العام.
- عدم وجود استثمارات أجنبية مباشرة بسبب البيروقراطية.
- الدعم الحكومي للوقود والطاقة.
- الحلول من وجهة نظر موقع "سي إن إن":
- الحصول على قروض من صندوق النقد الدولي لاحتياجها مساندة مالية ولدعم الموازنة العامة وميزان المدفوعات.
- التعامل مع الأزمات والصدمات لتخفيض عجز الموازنة، وتخفيض الدين العام، وتكوين احتياطات دولية كافية من النقد الدولي الأجنبي قادرة على الدفاع عن استقرار الأوضاع النقدية والمالية، والقدرة والمرونة للتعامل مع الأزمات.
- خفض أسعار الفائدة الأساسية لدى البنوك.
- دعم المشروعات الناشئة.

القوى الفاعلة المستخدمة في معالجة القضايا الاقتصادية في موقع سي إن إن CNN:

الرئيس عبد الفتاح السيسي:

- اتسم الدور المنسوب للرئيس السيسي بالإيجابي، حيث أشاد "سي إن إن" بالرئيس السيسي لتحمله تبعات ما وصفه الموقع بـ "الإصلاح الاقتصادي الجريء"، وأنه دعا الشعب المصري إلى العمل والتحمل وبذل الجهد، واستمرار دفع مسيرة التنمية.
- نسب إليه رفع المعاناة عن كاهل المواطنين، مؤكدًا أنه على الرغم من العمل على خفض الأسعار؛ إلا أن هناك طبقة من الشعب تعاني، كما نُسب إليه السعي لتحسين الأوضاع الاقتصادية التي شهدتها في الفترة الأخيرة.



- اتهم الدول المعادية لمصر أنها تسعى للانتقاد من أجل الخراب وليس الإصلاح، مؤكداً أنه لو حصل على دخل تلك الدولة التي تهاجم مصر (دخلها 90 تريليون) مقارنةً بينها وبين مصر من حيث عدد السكان، لتحولت مصر لعروس، على حد وصف الرئيس كما جاء على موقع "سي إن إن".
- صندوق النقد الدولي:

- أسندت إليه "سي إن إن" أنه أداة تمويل سريع، استهدف زيادة مرونة الدعم المالي لمصر من خلال اقتراضها من صندوق النقد الدولي، كما أشاد بمصر، ودعم إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي قامت بها، كما طبق سياسات المساعدات الطارئة.



شكل رقم (8): يوضح الكلمات والعبارات المحورية في موقع سي إن إن الإلكتروني.

خامساً: موقع روسيا اليوم RT الإلكتروني:

أبرز الكلمات والعبارات المحورية المستخدمة في روسيا اليوم RT :  
 (الدولة الوحيدة التي ستنمو اقتصاديًا في المنطقة عام 2020- مصر نجحت في تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي- من المتوقع احتلال مصر المركز السادس عالميًا ضمن 18 دولة فقط ستشهد نموًا اقتصاديًا عام 2020- أشاد صندوق النقد الدولي بالإجراءات

التي تتخذها الدولة لاحتواء الآثار الاقتصادية- الحكومة المركزية والبنك المركزي ينفذان بفاعلية تدابير لاحتواء الآثار الاقتصادية للوباء- الاقتصاد المصري ينمو بالرغم من أن هناك احتمالات كبيرة لأن يشهد الاقتصاد العالمي هذا العام أسوأ ركود منذ الكساد الكبير عام 1930 متجاوزاً ما شهده من خلال الأزمة المالية العالمية عام 2008- نجاح برنامج الإصلاح الاقتصادي- يواصل الاقتصاد المصري وبشهادة المؤسسات الدولية الحفاظ على استقراره وآفاقه المستقبلية الأسس والقواعد الاقتصادية السليمة- الإدارة الفعالة للديون- تحسين سوق العمل- إجراءات قاسية لإصلاح الاقتصاد ولتحسين الوضع الاقتصادي للبلاد- اتفاق أولي بين صندوق النقد الدولي ومصر-تقليص عجز الموازنة- السياسي لم يتردد لاتخاذ إجراءات لوقف تدهور الاقتصاد- تردد كثيراً فعلى مدى سنوات طويلة في اتخاذ الإجراءات لكن مصر ستبدأ في تلك الإجراءات حالياً- ارتفاع الاحتياطي النقدي من الدولار أمر مبشر لاقتصاد البلاد- ثقة المستثمرين الأجانب في الاقتصاد المصري- التنمية المستدامة وحدها الكفيلة باستمرار تدفق العملات الصعبة والازدهار الحقيقي-الدولار يتراجع أمام الجنيه- الجنيه المصري يسجل مستويات قياسية).

## 2-أسباب قضايا الاقتصاد المصري وحلولها في موقع روسيا اليوم:

### الأسباب التي أدت إلى المشكلات في القضايا الاقتصادية:

- تأثر الاقتصاد المصري ما بعد عام 2013 بالتغيرات الجذرية التي عرفتها الساحة السياسية المصرية، والمرور بفترة تعد الأصب منذ خمسين عاماً.
- الاضطرابات السياسية والأمنية.
- ارتفاع الدين العام المصري في الفترة التي تولى فيها الرئيس المعزول محمد مرسي بحكومة قادها هشام قنديل بعد استقالة كمال الجنزوري.
- تراجع الاستثمارات وتضرر السياحة وارتفاع أعداد السكان تحت خط الفقر.
- التراجع الحاد في احتياطات النقد الأجنبي.

### الحلول الخاصة بالقضايا الاقتصادية:

- تنفيذ البرنامج بنجاح مع صندوق النقد الدولي.
- تحقيق مسار الإصلاح الشامل وتحقيق التنمية المستدامة.
- تحسين مستوى المعيشة وجودة الحياة للمواطنين.
- الاستفادة من الفرص الكبيرة التي يوفرها الاقتصاد المصري.
- تحقيق الانضباط والحوكمة والمستهدفات المالية.

- إحكام الرقابة على الصرف، وضمان عدم تجاوز الاعتمادات المالية المقررة، ورفع كفاءة الإنفاق العام، وتحقيق معدلات النمو.
- حصول القاهرة على قرض عام 2016 بقيمة 12 مليار دولار من الصندوق.
- زيادة الاستثمارات الحكومية بعشرة مليارات جنيه إضافية لتوفير فرص عمل جديدة وإضافية، وسداد مستحقات المقاولين والموردين، والارتقاء بالخدمات المقدمة للمواطن.
- إعادة بناء الثقة وحماية الأسر الفقيرة.
- خلق فرص عمل، وتحسين الفرص الاقتصادية، وتقديم الدعم المالي للشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة.
- مواصلة جهود التنمية في سيناء.

القوى الفاعلة المستخدمة في معالجة القضايا الاقتصادية في موقع روسيا اليوم RT:

الرئيس عبد الفتاح السيسي:

- اتسم الدور المنسوب للرئيس السيسي بالإيجابي، حيث أكد "روسيا اليوم" أنه لم يتردد في اتخاذ إجراءات الإصلاح الاقتصادي، وذلك لوقف تدهور الاقتصاد في البلاد، وأن كل القرارات الصعبة التي تردد كثيرون في اتخاذها، اتخذها هو على مدار السنوات الماضية، مؤكدًا أن أول محاولة حقيقية للإصلاح كانت عام 1977 وأنه تم التراجع عنها نتيجة لردة فعل المواطنين وخوفًا من ردود أفعالهم.
- نُسب إليه إشادته بالمرأة المصرية واصفًا إياها بـ "العظيمة" مخاطبًا إياها لترشيد استهلاك المياه والكهرباء.
- كما نُسب إليه بعد انتهاء مدة برنامج الإصلاح الاقتصادي أنه اتخذ قرارات وإجراءات صارمة وصائبة بشأن قرض صندوق النقد الدولي، وأن مصر أصبح اقتصادها قويًا بفضل الإجراءات التي اتخذها الرئيس السيسي وحققت نموًا اقتصاديًا.

صندوق النقد الدولي:

- اتسم الدور المنسوب لصندوق النقد الدولي بالإيجابي، حيث أشادت المديرية العامة لصندوق النقد الدولي "كريستين لاجارد" مؤخرًا بما نفذته مصر من خطوات إصلاحية حقيقية، وأنها تعد شهادة ثقة من كبرى المؤسسات الدولية، كما أكد أن السياسات النقدية والمالية الرشيدة وسعر الصرف المرن هي ركيزة لتحقيق الاستقرار

الاقتصادي الكلي وتعزيز صلابة مصر في مواجهة الصدمات الخارجية، كما أُسند إليه مساندة مصر في عدد من المشروعات.


مباشر
# خليك\_بالييت


وأشارت الحكومة إلى أن صندوق النقد الدولي توقع أن مصر الدولة الوحيدة بالمنطقة المتوقع نمو اقتصادها عام 2020 بالرغم من أزمة كورونا، متوقعا أيضا احتلالها المركز السادس عالميا ضمن 18 دولة فقط ستشهد نمو اقتصاديا عام 2020، مشيدا في الوقت نفسه بالإجراءات التي تتخذها الدولة لاحتواء الآثار الاقتصادية لتلك الأزمة.

ونوه مجلس الوزراء المصري بأن توقعات وكالة "فيتش" و"البنك الدولي" للاقتصاد المصري، أظهرت استمرار الاقتصاد المصري في تحقيق أعلى معدل نمو في المنطقة لعام 2020 بالرغم من أزمة كورونا ليسجل 4.1% خلال الأزمة بعدما كان من المتوقع أن يصل إلى 5.6% قبل الأزمة، كما توقع "البنك الدولي" تصدر الاقتصاد المصري معدلات نمو اقتصادات المنطقة وذلك خلال عام 2020 بالرغم من الأزمة ليسجل 3.7%، وذلك خلال الأزمة بعدما كان من المتوقع أن يصل إلى 5.8% قبل الأزمة.

شكل رقم (9): يوضح الكلمات والعبارات المحورية في موقع روسيا اليوم الإلكتروني.

سادسا: موقع دويتش فيله DW الإلكتروني:

أبرز الكلمات والعبارات المحورية المستخدمة في دويتش فيله DW :

(لم تفلح مكاسب الاقتصاد المصري الجديدة في تحسين مستوى المعيشة المتردي لغالبية المصريين- أبرز عيوب السياسة الاقتصادية التي تتبعها الحكومة حيث إنها لا تركز على الشباب- في وقت تراجع فيه القوة الشرائية لأكثر من ثلثي المصريين- تراجع مستوى الرواتب والأجور- زاد الطين بلة معدلات التضخم المرتفعة- مصريون يعيشون تحت خط الفقر بمستوى دخل يقل عن 500 جنيهاً مصرياً في الشهر، أي ما يعادل 30 دولاراً بالشهر- عدد الفقراء ازداد- تدني مستوى الدخل وارتفاع نسبة البطالة- تم استقطاب أعداد لا بأس بها من الشباب في المشروعات القومية وفي مقدمتها العاصمة الإدارية

الجديدة ومشروع الضبعة النووي ومشروعات حقول الغاز والطاقة الكهربائية وتطوير الطرق- مخاطر الفقر والبطالة- تدني مستوى المعيشة يشكل قبلة موقوتة- يمكن أن تنفجر مظاهرات واحتجاجات في أي لحظة- يلاحظ المتابع التغني والفخر بشكل يومي بإنجازات الرئيس السيسي وحكومته الجديدة- زيادة تدفق الاستثمارات الأجنبية- رغم استمرار الوعود بتحسين مستوى حياة غالبية المصريين على حساب ما تم من سياسات إصلاح اقتصادي- تحتاج مصر إلى استيعاب مستدام للعمالة التي تشكل مشكلة خطيرة تهدد استقرار البلاد- بطالة الشباب تمنع نهضة الاقتصاد وتهدد النظام- المساعدات العربية السخية بعد ثورة يناير أدت إلى استقرار نسبي للجنيه المصري- جيوب المصريين تفرغ- تحسين سعر الجنيه لا يحسن معيشة الناس- تعويم الجنيه وارتفاع الأسعار أيام صعبة في انتظار المصريين- تحذيرات من ثورة جياح- مؤيدو السيسي ينفذون من حوله- تعويم الجنيه فرصة للنهوض بمصر أم قبلة موقوتة؟- الأوضاع الاقتصادية الصعبة في مصر تؤرق جميع الفئات- المبالغة في التقشف).

## 2- أسباب قضايا الاقتصاد المصري وحلولها في موقع دويتشه فيله DW:

الأسباب التي أدت إلى المشكلات في القضايا الاقتصادية:

- تراجع مستوى الرواتب والأجور.
- ارتفاع معدلات التضخم.
- معيشة المصريين تحت خط الفقر.
- الاقتصاد المأزوم بسبب تفشي البطالة.
- حشد أموال محلية وأجنبية لتنفيذ مشاريع كبيرة في مجالات الطاقة والنقل.
- الاحتكار.
- الإدعاء بعمل مشروعات، حيث (التأكيد الدعائي الممل) من خلال المعنيين في السلطة بأنهم يحاولون تعميم تجربة المشاريع الصغيرة والمتوسطة والناجحة.
- الفشل وعدم تقدير المعنيين في السلطة لأهمية النصوص الاقتصادي المتوازن ومتعدد الموارد دون خلل وتشوهات هيكلية.
- النمو السكاني الذي يلتهم التنمية ويغذي التطرف.
- الأزمة المالية والاقتصادية التي تسبب بها مبارك.

### 3- أبرز القوى الفاعلة المستخدمة في معالجة الموضوعات الاقتصادية في موقع DW:

#### الشباب:

- نُسب إليهم أنهم يعيشون في مستوى معيشي متردي، وأن أبرز عيوب السياسات الاقتصادية التي تتبعها الحكومة أنها لا تركز على مشروعات الشباب، وأن نسب البطالة بينهم عالية، وأنه يتم استقطاب أعداد منهم في المشروعات القومية، وأن تلك المشروعات لن يستمر العمل بها كثيرًا حيث تقتصر على فترة الإنشاء.
- كما أكد "دويتش فيله" إنسداد الآفاق أمام مستقبلهم ومستقبل أبنائهم، وأن الوعود الحكومية زائفة فيما يتعلق بالشباب، فلا يوجد دعم للمشروعات الصغيرة والمتوسطة والمبدعة، كما أن الدولة لا تقوم بتدريبهم تدريبًا مهنيًا.
- أكد "دويتش فيله" أن مليون شاب يتدفقون سنويًا إلى سوق العمل، التي لا تستوعبهم أيضًا، وأن هجرتهم الداخلية تؤدي إلى توسيع المناطق العشوائية وأحياء الصفيح حول المدن، وأن بطالة الشباب تمنع النهضة وتهدد نظام الحكم، وأنه يتم تهميشهم بشكل كبير، وأن البرلمان لم يصدر أية تشريعات أو يفرض قوانين تراعي متطلبات الشباب المصري، وأن الحكومة لا تسعى إلى تأسيس مشروعات صغيرة أو متوسطة حتى لا تتنافس أعمال "حيثان المال والأعمال".

#### الشعب:

- يعاني من وجود فساد، وأنه وفقًا لمنظمة الشفافية الدولية عام 2013، وفي استطلاع رأي أكد 80% من الذين حصلوا على آرائهم أن الفساد مشكلة كبيرة في القطاع العام، وأن 39% من هؤلاء اضطروا لدفع الرشوة من أجل إنجاز معاملاتهم، وأن مكاسب الاقتصاد تلاحق "ملاليم" غالبية الناس، وأن مستوى الأجور والرواتب تراجع كثيرًا في مصر، وأن إجراءات الإصلاح الاقتصادي لم تؤت ثمارها، وأن المواطن هو من يتحمل ويعيش تحت خط الفقر، وأنه قد يقوم بالاحتجاج في أي وقت نتيجة معاناته المستمرة.

#### الحكومة المصرية:

- نُسب إليها أنها تبدو مترهلة وعاجزة بسبب البيروقراطية والفساد الإداري، وأنها لا تتخذ إجراءات لمكافحة الفساد، كما نُسب إليها أنها اتبعت إجراءات وسياسات تقشفية صارمة تقود إلى رفع الدعم الحكومي لأسعار السلع والخدمات العامة وزيادة أسعار الكهرباء، وأن هناك من يتابعون الوضع ويتغنون ويتفاخرون بشكل يومي

بإنجازات الرئيس، وأن تعويم الجنيه وارتفاع الأسعار جعلت المصريين يمرون بأيام صعبة بسبب الحكومة.



▶ بث مباشر



## هناك مؤشرات على عودة الاستقرار النسبي إلى الاقتصاد المصري بعد خمس سنوات على الثورة. غير أن تهميش الشباب واستفحال البطالة في صفوفهم يشكلان قنبلة تهدد السلم والنظام السياسي. السؤال: كيف لحكومة السيسي أن تنجح في نزع فتيلها؟

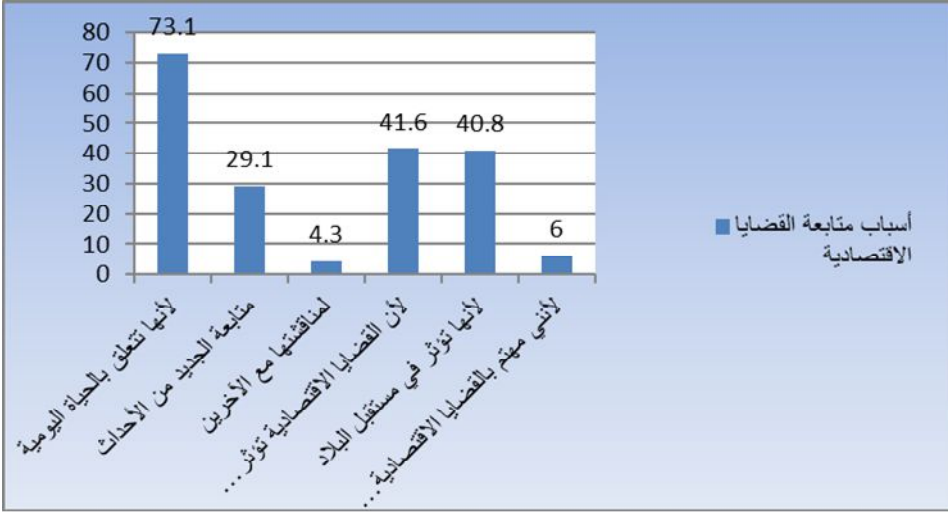
تعرضت مصر منذ ثورة يناير/ 2011 لضربات موجعة عصفت بقطاع السياحة وأدت إلى خروج استثمارات هامة من الدورة الاقتصادية بسبب الاضطرابات السياسية والأمنية والهجمات الإرهابية التي طالت منتجعات سياحية ومناطق أخرى كثيرة. رغم ذلك يبدو الاقتصاد المصري حالياً في حالة استقرار نسبي تعكسها نسبة نمو يزيد معدلها على 4 بالمائة خلال العامين الماضيين. وساهم الدعم الخليجي السخي بحوالي 33 مليار دولار في دعم الاستقرار المالي من خلال زيادة احتياطات مصر من النقد الأجنبي التي تراجعت إلى النصف، أو إلى 16 مليار دولار بعد مرور أقل من ثلاث سنوات على الثورة. كما ساهم هذا الدعم في تغطية تكاليف الإنفاق الحكومي على خدمات أساسية عامة ومشاريع هامة. وعزز الانجاز مشروع توسيع قناة السويس برؤوس أموال

مستثمرين أجنبية بقدرة مصر على تنفيذ مشاريع إستراتيجية

شكل رقم (10): الكلمات والعبارات المحورية المستخدمة في موقع دويتشه فيله الإلكتروني.

### ثالثاً: نتائج الدراسة الميدانية للجمهور:

#### 1- أسباب متابعة القضايا الاقتصادية من وجهة نظر المبحوثين:



شكل رقم (11) يوضح أسباب متابعة الجمهور للقضايا الاقتصادية.



## 8- اتجاهات الجمهور نحو بعض القضايا التي تخص الإصلاح الاقتصادي في مصر والإجراءات الخاصة به:

جدول رقم (8): يوضح اتجاهات الجمهور نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي:

الوزن النسبي	الإجمالي		درجة الموافقة						أمامك عدد من العبارات حدد وجهة نظرك بها
			معارض		متوازن (محايد)		مؤيد		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
63.25	100	400	28	112	54.3	217	17.8	71	الأداء الاقتصادي للحكومة مخطط بشكل علمي وسليم
75.916	100	400	12.8	51	46.8	187	40.5	162	إجراءات الإصلاح الاقتصادي قاسية
56.25	100	400	48.5	194	34.3	137	17.6	69	قضايا الاقتصاد التي تطرحها الصحف تتعلق بالماضي ولا تفيد الواقع المعاصر
68.75	100	400	27.3	109	39.3	157	33.5	134	قضايا وموضوعات تتناول مشكلات الاقتصاد المصري وتقترح حلولاً لها
62.583	100	400	37	148	38.3	153	24.8	99	الصحف تتطرح أرقاماً دون تفسير للقارئ عن معناها
83.516	100	400	12.3	49	25	100	62.8	251	لا يمكن تحسين الاقتصاد المصري إلا بخطة طويلة الأجل
74.416	100	400	20	80	36.8	147	43.3	173	شهدت الأوضاع الاقتصادية الكثير من التحسن نتيجة تنفيذ إجراءات الإصلاح الاقتصادي
75.75	100	400	17	68	38.8	155	44.3	177	إجراءات الإصلاح الاقتصادي انعكست بالسلب على أوضاع المواطنين
72.83	100	400	9.8	39	62	248	28.3	113	شروط البنك الدولي مجحفة وأضررت بوضع مصر الاقتصادي
79.416	100	400	14.5	58	32.8	131	52.8	211	الفساد الاقتصادي في العالم كله وليس مصر فحسب
72.58	100	400	20.8	83	40.8	163	38.5	154	تبني الدولة للمشروعات القومية أسهم بشدة في إصلاح الوضع الاقتصادي
69.91	100	400	28.3	113	33.8	135	38	152	الغلاء وارتفاع الأسعار سينتهي بانتهاء إجراءات الإصلاح الاقتصادي
61.75	100	400	34	136	46.8	187	19.3	77	كان لابد من الاقتراض من البنك الدولي حتى تنهض مصر من أزمتها الاقتصادية
86.083	100	400	15.5	62	33.3	133	51.3	205	مشروع الإسكان الاجتماعي لا يصلح للشباب لأن ثمن الوحدات مرتفع نسبياً

79.41	100	400	12.8	51	36.3	145	51	204	خطة الإصلاح الاقتصادي لمصر أسهمت في جلب الاستثمارات الأجنبية
86.33	100	400	7	28	27	108	66	264	تعويم الجنيه أسهم في حدوث أزمة بسعر صرف الدولار
66.5	100	400	23.5	94	53.5	214	23	92	حزمة الإجراءات الاجتماعية التي أعلنت عنها الحكومة خفضت من آثار الإصلاح الاقتصادي
86.58	100	400	7	28	26.3	105	66.8	267	العلاوة الدورية التي أعلن عنها الرئيس لا تتناسب غلاء الأسعار
53.33	100	400	54.3	217	31.5	126	14.3	57	زيادة المعاشات تتناسب مع زيادة الأسعار
77.58	100	400	12	48	43.3	173	44.8	179	حد الإعفاء الضريبي لم يكن من المفترض زيادته
64.75	100	400	36	144	33.8	135	30.3	121	رفع حصة المواطن في الترميم من 21 إلى 50 خفضت من حدة الأزمة الاقتصادية للمواطن
60.08	100	400	24	168	35.8	143	22.3	89	رفع وتحرير أسعار الوقود ضرورة حتمية كما يحدث في كثير من دول العالم
61.5	100	400	44	176	27.5	110	28.5	114	زيادة استهلاك المياه السبب الرئيس وراء زيادة أسعار فواتير المياه
81.33	100	400	15.8	63	24.5	98	59.8	239	الزيادات في قطاع الكهرباء مجحفة

يتضح من الجدول السابق أنه فيما يتعلق باتجاهات الجمهور نحو القضايا الاقتصادية وإجراءات الإصلاح الاقتصادي التي انتهجتها الحكومة المصرية عام 2016، أن عبارة "العلاوة الدورية التي أعلن عنها الرئيس لا تتناسب غلاء الأسعار" حازت أعلى وزن نسبي وذلك بنسبة 86.58%، وهو ما يعني أعلى اتفاق بين عينة الدراسة بأن العلاوة الدورية لا تتناسب مع غلاء الأسعار وزيادتها، كما أكد 66.8% من أفراد الجمهور أن العلاوة الدورية التي أعلن عنها الرئيس السيسي لا تتناسب مع غلاء الأسعار، بينما أكد 7% فقط من أفراد عينة الدراسة أن العلاوة الدورية تتناسب مع زيادة الأسعار. كما يتضح أن عبارة "زيادة المعاشات تتناسب مع زيادة الأسعار" حازت أقل وزن نسبي، وذلك بنسبة 53.33%، مما يعني أقل اتفاق من أفراد عينة الدراسة على أن زيادة المعاشات تتناسب مع زيادة الأسعار، حيث وافقت نسبة 14.3% على أن زيادة المعاشات تتناسب مع زيادة الأسعار، بينما أكد 54.3% من أفراد العينة رفضهم لكون زيادة المعاشات تتناسب مع زيادة الأسعار.

ويتضح من الجدول السابق أن 66% من أفراد العينة وافقوا على أن "تعويم الجنيه أسهم في حدوث أزمة بسعر صرف الدولار"، وهو ما يمكن إرجاعه للمشكلات التي تعاني منها مصر، حيث إنه بعد إعلان تعويم الجنيه انخفضت قيمته بشدة أمام الدولار، الذي كان قبل قرار التعويم يتم بيعه في السوق السوداء؛ مما أحدث خسائر فادحة على مستوى الاقتصاد القومي للبلاد وعلى مستوى الأفراد .

كما أكد أيضًا 59.8% أن الزيادات في قطاع الكهرباء مجحفة وأنه لا بد من مراعاة عدم زيادة الأسعار الخاصة بقطاع الكهرباء في تلك الفترة.

كما أكد 62.8% من أفراد العينة من الجمهور أنه لا يمكن تحسين الاقتصاد المصري إلا بخطة طويلة الأجل، وهي خطة الإصلاح الاقتصادي نفسها التي تنتهجها الحكومة.

#### 9- الحلول الخاصة بالأزمات الاقتصادية الحالية الموجودة:

جدول (9): يوضح الحلول الخاصة بالأزمات الاقتصادية في مصر من وجهة نظر أفراد الجمهور:

الوزن النسبي	الإجمالي		درجة الموافقة						أمامك عدد من العبارات حدد وجهة نظرك بها
			معارض		متوازن (محايد)		مؤيد		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
96.5	100	400	0.8	3	9	36	90.3	361	لا بد أن تتدخل الدولة بسياسات واضحة وقوانين لحماية المواطن
85.08	100	400	16.3	65	12.3	49	71.5	286	المواطن لا بد ألا يصمت أمام جشع واستغلال التجار ويبلغ عنهم
93.25	100	400	1.5	6	17.3	69	81.3	325	زيادة الرقابة على السوق والقيام بعمل ضبط للأسعار
89.66	100	400	3.8	15	23.5	94	72.8	291	إتاحة الموارد المادية اللازمة لتوفير السلع الإستراتيجية وتأمين المخزون منها
90	100	400	6.5	26	17.5	70	76	304	زيادة التوجه نحو التصنيع لخلق فرص عمل جديدة
90.66	100	400	4.5	18	19	76	76.5	306	زيادة التوسع في مشروعات الاستصلاح الزراعي
93.33	100	400	1.5	6	17	68	81.5	326	تنشيط السياحة ودعمها
93.06	100	400	5	20	10.8	43	84.3	337	دعم المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة للشباب

يتضح من الجدول السابق أن عبارة "لا بد أن تتدخل الدولة بسياسات واضحة وقوانين لحماية المواطن" كانت الأعلى في الوزن النسبي، وذلك بنسبة 96.5%، مما يعني أعلى موافقة من أفراد عينة الدراسة على أنه لا بد من تدخل الحكومة بسياسات رادعة

وقوانين حازمة لحماية المواطن ضد سياسات الاحتكار وجشع التجار، حيث يتضح أن 90.3% من أفراد عينة الدراسة أكد أنه لا بد أن تتدخل الدولة بسياسات واضحة وقوانين لحماية المواطن، بينما حازت عبارة "المواطن لا بد ألا يصمت أمام جشع واستغلال التجار ويبلغ عنهم" على أقل وزن نسبي، وذلك بنسبة 85.08%، مما يعني أقل موافقة من العينة على هذه العبارة، وهو ما قد يعني أن المواطن يرى أن دور الحكومة لا بد أن يكون أكبر من دوره، وأنه على الحكومة أن تتدخل بسياسات وقوانين رادعة لحماية المواطن.

كما يتضح من نتائج الجدول السابق أيضًا أن 84.3% من أفراد العينة يرون أنه لا بد من دعم المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الخاصة بالشباب كأحد الحلول للإصلاح الاقتصادي في مصر، كما يتضح أيضًا أن 81.5% من أفراد العينة يرون أن تنشيط ودعم قطاع السياحة هو أحد الحلول المهمة لمشكلات الاقتصاد المصري، وهي نتيجة طبيعية؛ إذ أن زيادة أعداد السائحين تعني زيادة الدخل القومي، خاصة العملات الأجنبية.

#### 10- الوضع الاقتصادي خلال فترات الحكم:

جدول رقم (10):

يوضح اتجاهات الجمهور نحو الأوضاع الاقتصادية في فترات الحكم المختلفة من تاريخ مصر.

الوزن النسبي	الإجمالي		درجة الموافقة						الوضع الاقتصادي في فترات حكم كل من:
			سيئ		جيد		ممتاز		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
66	100	400	26.8	107	48.8	195	24.5	98	الرئيس عبد الفتاح السيسي
56.33	100	400	38.3	153	54.8	219	7	28	الرئيس عدلي منصور
43.66	100	400	73.3	293	23	92	3.8	15	الرئيس محمد مرسي
53	100	400	46.5	186	48	192	5.5	22	المرحلة الانتقالية للمجلس العسكري
75.66	100	400	12,8	51	47.5	190	39.8	159	الرئيس محمد حسني مبارك

يتضح من الجدول السابق أن الرئيس مبارك كان الأفضل في الأداء الاقتصادي من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة، وذلك بوزن نسبي بلغ 75.55، وهي نتيجة طبيعية؛ إذ يرجع ذلك إلى الاستقرار السياسي والاقتصادي في عصر مبارك، وزيادة العملات الأجنبية نتيجة الدخل الخاص بالسياحة؛ حيث كانت السياحة في عهد الرئيس مبارك مزدهرة، بينما كان الرئيس الأسبق محمد مرسي الأسوأ في الأداء الاقتصادي من وجهة نظر الجمهور، حيث بلغ الوزن النسبي 43.66%، كما يتضح أيضًا من نتائج الجدول

السابق أن 24% من أفراد العينة يرون أن أداء الرئيس السيسي الاقتصادي ممتاز، بينما يرى 48.8% أن الأداء الاقتصادي لحكومة الرئيس السيسي جيد، بينما رأى 26.8% أن الأداء الاقتصادي لحكومة السيسي سيئ، وهو ما يرجع إلى تطبيق سياسات وإجراءات الإصلاح الاقتصادي الصعبة، خاصة أن الرئيس عبد الفتاح السيسي تولى حكم مصر بعد ثورتين هما: ثورة 25 يناير 2011، والثلاثين من يونيو عام 2013، في ظل وضع اقتصادي مترد.

#### 11- المزاج العام لأفراد الجمهور عينة الدراسة.

جدول رقم (11): يوضح المزاج العام لأفراد العينة من الجمهور محل الدراسة.

الوزن النسبي	الإجمالي		درجة الموافقة						مقياس المزاج العام
			سلبي		معتدل		إيجابي		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
56.66	100	400	40.3	161	50	200	9.8	39	أشعر بالانبساط
54.66	100	400	42.5	170	50.8	203	6.8	27	أشعر بالابتهاج والفرح
68.83	100	400	25	100	43.5	174	31.5	126	أشعر بالسخط
67.08	100	400	26.8	107	45.3	181	28	112	أشعر بالفضب
56.83	100	400	42.5	170	44.5	178	13	52	أشعر بالسعادة
65	100	400	26.5	106	52	208	21.5	86	أشعر براحة البال والرضا
64.83	100	400	34.8	139	39.5	158	25.8	103	أشعر بالانزعاج والتوتر
84.166	100	400	31.3	125	43	172	25.8	103	أشعر بالإحباط واليأس

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه بالنسبة للمزاج العام للجمهور محل الدراسة فقد كانت عبارة "أشعر بالأحباط واليأس" الأعلى في الوزن النسبي، وذلك بنسبة 84.66%، مما يعني أعلى موافقة من الجمهور على أنهم يشعرون بالإحباط واليأس، وهي نتيجة حتمية؛ إذ أن فترة تطبيق عينة الدراسة تقع في أواخر فترات إجراءات الإصلاح الاقتصادي، وبالتالي فإن إجراءات الإصلاح الاقتصادي لم تؤت ثمارها بعد، خاصة بعد أحداث انتشار وباء (كوفيد 19)، الذي أثار بالسلب على اقتصاديات جميع دول العالم وعصف بها، بينما جاءت عبارة "أشعر بالابتهاج والفرح" الأقل في الوزن النسبي بنسبة

54.66%، مما يعني أقل موافقة من الجمهور عينة الدراسة على أنهم يشعرون بالابتهاج والفرح بشكل عام.

## 12- الحالة المزاجية والشعورك الغالب للجمهور محل الدراسة بعد قراءة الموضوعات الاقتصادية:

جدول رقم (12):

يوضح الحالة المزاجية الشخصية للأفراد والشعور الغالب عندهم عند قراءة الأخبار الاقتصادية.

الوزن النسبي	الإجمالي		درجة الموافقة						مقياس المزاج العام
			معارض		محايد		موافق		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
84.166	100	400	4.5	18	40.8	163	54.8	219	غير متأكد من الأحاسيس الإيجابية حيال القضايا الاقتصادية
80.33	100	400	10	40	39	156	51	204	أحاول أن أتذكر أحداثاً سعيدة لأحسن من حالتي المزاجية
75.166			16.8	67	41	164	42.3	169	لا أدع الأخبار الاقتصادية تؤثر على حالتي المزاجية
80.83	100	400	11.3	45	35	140	53.8	215	أذكر بنفسني بالواقع كي أتحكم في حالتي المزاجية
74.66	100	400	17.3	69	41.5	166	41.3	165	أشعر بالتوتر والإحباط نتيجة التعرض للأخبار الاقتصادية
84.75	100	400	7.3	29	31.3	125	61.5	246	أشعر بالخوف من المستقبل نتيجة الإجراءات الاقتصادية

يتضح من نتائج الجدول السابق أن عبارة "أشعر بالخوف من المستقبل نتيجة إجراءات الإصلاح الاقتصادي" جاءت كأعلى وزن نسبي بنسبة 48.75%، مما يعني أعلى موافقة من الجمهور عينة الدراسة على أنهم يشعرون بالقلق والخوف من المستقبل نتيجة إجراءات الإصلاح الاقتصادي، كما يتضح من نتائج الجدول السابق أنه بالنسبة للمزاج الشخصي عند التعرض للأخبار الاقتصادية فإن عبارة "أشعر بالتوتر والإحباط نتيجة التعرض للأخبار الاقتصادية" جاءت كأقل وزن نسبي بنسبة 74.66%، مما يعني أقل موافقة من الجمهور عينة الدراسة على الشعور بالتوتر والقلق نتيجة التعرض للأخبار الاقتصادية، ويتضح أيضاً من نتائج الجدول السابق أن 54.8% ذكروا أنهم غير متأكدين من الأحاسيس الإيجابية حيال التعرض للأخبار الاقتصادية.

### 13- آثار الاعتماد على الصحف وتأثيراتها على اتجاهات الجمهور نحو القضايا الاقتصادية.

جدول رقم (13): يوضح الآثار المترتبة على اعتماد الجمهور على الصحف.

الوزن النسبي	الإجمالي		درجة الموافقة						
			معارض		محايد		موافق		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
81.75	100	400	8.3	33	38.3	153	53.3	214	جعلتني أشعر بالخوف والقلق من المستقبل
73	100	400	15.5	62	50	200	34.5	138	أسهمت في جعلني أفهم القضايا الاقتصادية بعمق
56.58	100	400	47.3	189	35.8	143	17	68	جعلتني الأخبار الاقتصادية أشعر بالرضا بالأوضاع الحالية
67.16	100	400	13.3	53	45	180	41.8	167	جعلتني أكون وجهات نظر حول الموضوعات الاقتصادية
75.41	100	400	12.8	51	48.3	193	39	156	جعلتني أفهم خطوات الإجراءات الخاصة بالإصلاح الاقتصادي ومراحلها
67	100	400	30.5	122	38	152	31.5	126	أخشى التعرض للصحف والأخبار الاقتصادية لأنها تصيبني بالانزعاج
66.75	100	400	21.3	85	55	220	23.8	95	أحوال مصر الاقتصادية في تحسن مستمر والدليل المشروعات القومية
78.916	100	400	11	44	41.3	165	47.8	191	لم تصل مشروعات الإسكان إلى مستحقها رغم إعلان الدولة أنها بديل للعشوائيات
71.75	100	400	13.5	54	57.8	231	28.8	115	عام 2030 ستشهد مصر ازدهارًا اقتصاديًا كما أعلن الرئيس السيسي
79	100	400	14	56	35	140	51	204	أحاول تغيير نمط حياتي الاستهلاكي
87.58	100	400	4.8	19	27.8	111	67.5	270	أنصح أسرتي بترشيد استهلاك المياه والكهرباء
81.66	100	400	9	36	37	148	54	216	أتوقف عن استخدام بعض المنتجات وأبحث عن بدائل أخرى أقل ثمنًا

يتضح من الجدول السابق أن عبارة "أنصح أسرتي بترشيد استهلاك المياه والكهرباء" كانت الأعلى في الوزن النسبي بنسبة 87.58%، مما يعني أعلى موافقة من جانب

الجمهور عينة الدراسة على أنهم ينصحون أسرهم بترشيد استهلاك المياه والكهرباء، وهو أمر طبيعي يرجع إلى الزيادات في فواتير أسعار الكهرباء والمياه، التي دفعت كثيرًا من الأفراد إلى ترشيد استهلاكهم، بينما جاءت عبارة "جعلتني الأخبار الاقتصادية أشعر بالرضا بالأوضاع الحالية" الأقل في الوزن النسبي وذلك بنسبة 56.8%، مما يعني أقل موافقة من الجمهور عينة الدراسة على أنهم يشعرون بالرضا عن الأوضاع الحالية، وترجع الدراسة الحالية السبب في ذلك إلى أن المواطن لم ير نتيجة الإصلاح الاقتصادي بشكل ملموس إلا من خلال المشروعات القومية؛ إلا أن أزمة وباء (كوفيد 19) جاءت لتؤثر على اقتصاديات جميع الدول ومن بينها مصر، مما اضطر مصر إلى الحصول على قرض آخر من البنك الدولي.

#### 14- مقترحات لتطوير أداء الصحف فيما يخص الموضوعات الاقتصادية. جدول رقم (14): مقترحات وآليات تطوير الصحف فيما يخص الموضوعات الاقتصادية المنشورة.

الوزن النسبي	الإجمالي		درجة الموافقة						الاقتراحات لتطوير أداء الصحف
			معارض		محايد		موافق		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
91.25	100	400	4.8	19	16.8	67	78.5	314	استخدام الرسوم والأشكال البيانية (الانفوجرافيك) لتفسير الأرقام
97.66	100	400	2.8	11	24	96	73.3	293	تقديم رؤية واضحة لحال الاقتصاد المصري بموضوعية دون تهويل أو تهوين
96.588	100	400	3	12	19.3	77	77.8	311	الاهتمام بعرض رأي ووجهات نظر المواطن نحو القضايا الاقتصادية المختلفة
90.5	100	400	4.3	17	20	80	75.8	303	اختيار متخصصين في كتابة الأخبار الاقتصادية
93.916	100	400	3	12	12.3	49	84.8	339	الاستعانة بمحللين وكوادر لهم القدرة على توصيل المعلومات الاقتصادية للقارئ

يتضح من الجدول السابق أن عبارة "تقديم رؤية واضحة لحال الاقتصاد المصري بموضوعية دون تهويل أو تهوين" كانت الأعلى في الوزن النسبي، ولذالك بنسبة 97.66%، وهو ما يعني أعلى موافقة من جانب الجمهور عينة الدراسة على أنه لا بد أن تقدم الصحف معالجات اقتصادية موضوعية للأحداث الاقتصادية دون تهوين أو تهويل حتى



يعرف المواطن الوضع الاقتصادي الحقيقي، كما جاءت عبارة "الاستعانة بمحللين وكوادر لهم القدرة على توصيل المعلومات الاقتصادية للقارئ" الأقل بوزن نسبي 90.5%، مما يعني أقل موافقة من الجمهور عينة الدراسة على أن الصحف تحتاج إلى متخصصين لكتابة الأخبار الاقتصادية، وهو ما يعني أن ما ينشر في الصحف من أخبار اقتصادية مفهوم، وأن كتابات صحفيي الاقتصاد واضحة.

#### فروض الدراسة التحليلية:

الفرض الأول: توجد علاقة دالة إحصائية بين أنماط الملكية الخاصة بالمواقع الإخبارية المصرية محل الدراسة واتجاه المعالجة المستخدمة للقضايا الاقتصادية محل الدراسة. 15- اتجاهات معالجة المواقع الإلكترونية المصرية محل الدراسة للقضايا الاقتصادية. جدول رقم (15): يوضح اتجاه معالجة المواقع الإلكترونية المصرية محل الدراسة للقضايا الاقتصادية.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأهرام		اتجاه المعالجة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
12.7	41	18.4	14	7.3	9	14.5	18	سلبي
31.3	101	5.3	4	46.3	57	32.5	40	محايد
56	181	67.3	58	46.3	57	53.2	66	إيجابي
100	323	14.9	76	24.2	124	24.1	123	الإجمالي

مستوى معنوية = 0.000

درجات الحرية = 4

$38,318^2 = \chi^2$

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه بالنسبة إلى المواقع الإخبارية المصرية محل الدراسة، فإن اتجاه المعالجة غلب عليه الاتجاه الإيجابي، وهي نتيجة طبيعية؛ إذ تعكس النتائج دعم صحف الدراسة على مختلف توجهاتها (قومي، حزبي، خاص) لخطة الحكومة المصرية، وذلك حيث جاء اتجاه المعالجة إيجابياً بنسبة 53.2%؛ 46.3%؛ 67.3%، وذلك بالنسبة للأهرام واليوم السابع والوفد على التوالي، ويعكس ما سبق وقوف المواقع الإلكترونية محل الدراسة خلف الحكومة، ودعمها من أجل تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي واشتراطات البنك الدولي، وجاء في المرتبة الثانية اتجاه المعالجة المحايد وذلك بنسبة 32.5%، 46.3% على التوالي في كل من الأهرام واليوم السابع، وأخيراً جاء اتجاه المعالجة السلبي في المرحلة الأخيرة وذلك بالنسبة للأهرام واليوم السابع بنسبة 14.5% و 7.3%.

كما يتضح أيضاً من نتائج الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائية بين أنماط الملكية الخاصة بالمواقع الإخبارية محل الدراسة (قومي، خاص، حزبي) واتجاه المعالجة المستخدم في المواقع الإخبارية محل الدراسة (إيجابي، محايد، سلبي)، وذلك لأن  $38,318^2 = \chi^2$ ، والقيمة دالة عند مستوى معنوية يساوي 0.000

الفرض الثاني: توجد علاقة دالة إحصائياً بين اتجاهات الدولة المالكة للموقع الإخباري محل الدراسة واتجاه المعالجة المستخدم

16- اتجاهات معالجة المواقع الإلكترونية الأجنبية محل الدراسة للقضايا الاقتصادية.

جدول رقم (16): يوضح اتجاه معالجة المواقع الإلكترونية الأجنبية محل الدراسة للقضايا الاقتصادية.

الإجمالي		دويتشه فيله		سي إن إن		روسيا اليوم		اتجاه المعالجة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
21.8	41	48.8	21	24.1	14	6.9	6	سلبى
41.5	78	37.2	16	60.3	35	31	27	محايد
36.7	69	14	6	15.5	9	62.1	54	إيجابى
100	188	8.4	43	11.4	58	17	87	الإجمالي

ك<sup>2</sup>=59,280 درجات الحرية=4 مستوى معنوية=0.000

يتضح من الجدول السابق أن الموقع الإخباري الأمريكي "سي إن إن" جاء به الاتجاه المحايد في المرتبة الأولى بنسبة 60.3٪، بينما جاء الاتجاه السلبي في "دويتشه فيله" في المرتبة الأولى بنسبة 48.8٪، وجاء الاتجاه الإيجابي في المرتبة الأولى بالنسبة لروسيا اليوم، وتعكس النتائج السابقة توجهات الدول مالكة المواقع الإخبارية نحو مصر؛ إذ أن العلاقات المصرية الأمريكية كانت متوترة بعد عام 2013 نسبياً، وكانت الأسوأ مع ألمانيا، بينما كانت روسيا حليفاً لمصر ومؤيدة لها.

كما يتضح من الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين اتجاهات الدولة المالكة للموقع الإخباري محل الدراسة (سي إن إن، روسيا اليوم، دويتشه فيله) واتجاه المعالجة المستخدم (إيجابي، محايد، سلبي) وذلك لأن ك<sup>2</sup>=59,280 والقيمة دالة عند مستوى معنوية يساوي 0.000

الفرض الثالث: توجد علاقة دالة إحصائياً بين أنماط الملكية الخاصة بالمواقع الإخبارية المصرية محل الدراسة وأطر الإستراتيجيات المقدمة في التغطية الخبرية في المواقع الإلكترونية محل الدراسة.

## 17- أطر الإستراتيجيات المقدمة في التغطية الخبرية في المواقع الإلكترونية المصرية محل الدراسة.

جدول رقم (17): يوضح أطر الإستراتيجيات المقدمة في التغطية الخبرية في المواقع الإلكترونية المصرية محل الدراسة.

الإجمالي	الوفد		اليوم السابع		الأهرام			
	ك	%	ك	%	ك	%		
14.9	48	15.8	12	9.8	12	19.4	24	القوة
32.2	104	31.6	24	29.3	36	35.5	44	الأزمة
23.5	76	44.7	34	9.8	12	24.2	30	الإنجازات
5	16	7.9	6	0	0	8.1	10	الثناء والشكر
24.4	79	0	0	51.2	63	12.9	16	التكرار
100	323	14.9	76	24.2	124	24.1	123	الإجمالي

308,656=2 كا<sup>2</sup> درجات الحرية=25 مستوى معنوية=0.000

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه بالنسبة إلى أطر الإستراتيجيات المستخدم التغطية الخبرية، فإن "القوة" كأطار إستراتيجي كان الأكثر استخداماً في الأهرام بنسبة 19.4%، حيث تصدرت أطر القوة وسيطرة الدولة ومفهوم الدولة القوية، كما اتضح أن إطار الأزمة الأكثر استخداماً في الأهرام أيضاً، وذلك حيث ركّز "الأهرام" على الأزمات الاقتصادية التي تعصف بالاقتصاد المصري، والمشكلات التي يعاني منها، التي أدت إلى تطبيق إجراءات إصلاح اقتصادي قاسية وتنفيذ اشتراطات البنك الدولي، أما بالنسبة إلى أطر الإنجازات، فيتضح أن "الوفد" كان الأكثر استخداماً لها وذلك بنسبة 44.7%؛ حيث ركّز وأشاد ودعم جهود الحكومة المصرية في الإصلاح الاقتصادي، وكونها اتخذت إجراءات قاسية في وقت قصير، ونجحت في تطبيقها، وأشاد العالم بها بحسب ما أكده موقع "الوفد"، كما جاء "الأهرام" في المرتبة الأولى من حيث أطر "الثناء والشكر" وذلك بنسبة 8.1%، حيث أتى موقع "الأهرام" على الدور الذي اضطلعت به الحكومة المصرية بخصوص الإجراءات الخاصة بالإصلاح الاقتصادي، كما جاء "اليوم السابع" في المرتبة الأولى من حيث "التكرار" وذلك بنسبة 51.2%.

كما اتضح من نتائج الجدول السابق أيضاً وجود علاقة دالة إحصائياً بين أنماط الملكية الخاصة بالمواقع الإخبارية محل الدراسة وأطر الإستراتيجيات المقدمة في التغطية الخبرية في المواقع الإلكترونية محل الدراسة، وذلك لأن كا<sup>2</sup>=308,656، والقيمة دالة عند مستوى معنوية=0.000

- إطار الإستراتيجيات المستخدم في المواقع الإلكترونية الأجنبية محل الدراسة.

الفرض الرابع: توجد علاقة دالة إحصائياً بين اتجاهات الدولة المالكة للموقع الإخباري محل الدراسة وأطر الإستراتيجيات المستخدم في التغطية الخبرية في المواقع الإلكترونية الأجنبية محل الدراسة.

18- أطر الإستراتيجيات المقدمة في التغطية الخبرية في المواقع الإلكترونية الأجنبية محل الدراسة.

جدول رقم (18): يوضح أطر الإستراتيجيات المقدمة في التغطية الخبرية في المواقع الإلكترونية الأجنبية محل الدراسة.

الإجمالي		دويتشه فيله		سي إن إن		روسيا اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
16	30	0	0	31	18	13.8	12	القوة
32.4	61	62.8	27	48.3	28	6.9	6	الأزمة
25.5	48	14	6	0	0	48.3	42	الإنجازات
12.2	23	0	0	3.4	2	24.1	21	الثناء والشكر
13.8	26	23.3	10	17.2	10	6.9	6	التكرار
100	188	8.4	43	11.4	58	17	87	الإجمالي

مستوى معنوية = 0.000

درجات الحرية = 8

كا<sup>2</sup> = 107,520

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه بالنسبة إلى الأطر الإستراتيجية المستخدمة في المواقع الإخبارية محل الدراسة، فإن إطار "القوة" جاء في المرتبة الأولى في "سي إن إن" بنسبة 31%؛ حيث عمد "سي إن إن" إلى الحديث عن أن مصر دولة قوية استطاعت تنفيذ برنامج الإصلاح الاقتصادي، بينما جاءت "الأزمة" في المرتبة الأولى في "دويتشه فيله" وذلك بنسبة 62.8%؛ حيث عمد هذا الموقع إلى الحديث عن الأزمة التي تمر بها البلاد وعوامل الفقر والزيادة السكانية والبطالة، أما "روسيا اليوم" فقد اتخذ موقف الدعم للحكومة المصرية حيث جاءت أطر "الإنجازات" بنسبة 48.3%.

ويتضح من نتائج الجدول السابق أنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين اتجاهات الدولة المالكة للموقع الإخباري محل الدراسة وأطر الإستراتيجيات المستخدمة في التغطية الخبرية في المواقع الإلكترونية محل الدراسة، وذلك لأن كا<sup>2</sup> = 107,520، والقيمة دالة عند مستوى معنوية، مستوى معنوية = 0.000

الفرض الخامس: توجد علاقة دالة إحصائيًا بين أنماط الملكية الخاصة بالمواقع الإخبارية المصرية محل الدراسة والأطر الخبرية المستخدمة في المواقع الإلكترونية الإخبارية محل الدراسة .

#### 19- الأطر الخبرية المستخدمة في المواقع الإلكترونية المصرية محل الدراسة.

جدول رقم (19): يوضح الأطر الخبرية المستخدمة في المواقع الإلكترونية المصرية محل الدراسة.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأهرام		الأطر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
31	100	46.1	35	33.3	41	19.4	24	المسئولية
20.7	67	17.1	13	19.5	24	42.2	30	الصراع
11.2	36	0	0	13	16	16.1	20	الإطار الأخلاقي
7.4	24	7.9	6	3.3	4	11.3	14	الاهتمامات الإنسانية
29.7	96	28.9	22	30.9	38	29	36	النتائج الاقتصادية
100	323	14.9	76	24.2	124	24.1	123	الإجمالي

مستوى معنوية = 0.000

درجات الحرية = 8

كا<sup>2</sup> = 29,603

يتضح من الجدول السابق أن إطار "المسئولية" جاء في المرتبة الأولى في موقع "الوفد" وذلك بنسبة 46.1%؛ حيث أكد الموقع ضرورة تحمل المواطنين المسئولية والوقوف مع الحكومة من أجل الخروج من الأزمة الاقتصادية، بينما جاء إطار "الصراع" في المرتبة الأولى في "الأهرام"، وذلك حيث أكد "الأهرام" على الصراع الذي يعاني منه الاقتصاد المصري والضغط الشديد التي يعاني منها.

يتضح من النتائج أيضًا وجود علاقة دالة إحصائيًا بين أنماط الملكية الخاصة بالمواقع الإخبارية المصرية محل الدراسة والأطر الخبرية المستخدمة في المواقع الإلكترونية الإخبارية محل الدراسة، وذلك لأن كا<sup>2</sup> = 29,603، والقيمة دالة عند مستوى معنوية يساوي 0.000

الفرض السادس: توجد علاقة دالة إحصائية بين اتجاهات الدولة المالكة للموقع الإخباري محل الدراسة والأطر الخبرية المستخدمة في التغطية الخبرية في المواقع الإلكترونية الأجنبية محل الدراسة.

20- الأطر الخبرية المستخدمة في المواقع الإلكترونية الأجنبية محل الدراسة.

جدول رقم (20): يوضح الأطر الخبرية المستخدمة في المواقع الإلكترونية الأجنبية محل الدراسة.

الأطر		روسيا اليوم		سي إن إن		دويتشه فيله		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
18	20.7	6	10.3	11	25.6	35	18.6		
18	20.7	36	62.1	20	46.5	74	39.4		
3	3.4	0	0	0	0	0	1.6		
9	10.3	0	0	2	4.7	11	5.9		
39	44.8	16	27.6	10	23.3	65	34.5		
87	17	58	11.4	43	8.4	188	100		

كا<sup>2</sup>=109,529 درجات الحرية=8 مستوى معنوية=0.000

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه بالنسبة إلى الأطر الخبرية المستخدمة في المواقع الإلكترونية محل الدراسة، فقد جاء إطار "المسئولية" في المرتبة الأولى في "دويتشه فيله" وذلك بنسبة 25.6%؛ حيث حَمَل الموقع الحكومة مسئولية الإجراءات الخاصة بالإصلاح الاقتصادي، وجاء إطار الصراع في المرتبة الأولى في "سي إن إن" وذلك بنسبة 62.1%، وذلك حيث ركّز موقع "سي إن إن" على الصراع الذي يمر به الاقتصاد المصري، بينما جاء إطار "النتائج الاقتصادية" في المرتبة الأولى في "روسيا اليوم"، وذلك بنسبة 44.8%؛ حيث أكد نتائج إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي قامت بها الحكومة المصرية.

ويتضح من نتائج الجدول السابق أنه توجد علاقة دالة إحصائية بين اتجاهات الدولة المالكة للموقع الإخباري محل الدراسة والأطر الخبرية المستخدمة في التغطية الخبرية في المواقع الإلكترونية محل الدراسة، وذلك لأن كا<sup>2</sup>=109,529 والقيمة دالة عند مستوى معنوية =0.000

فروض الدراسة الميدانية:

21- الفروق بين اتجاهات الجمهور نحو كل من (الأداء الاقتصادي للحكومة (جيد ومخطط)، تغطية الصحف للقضايا الاقتصادية غير مكتملة وينقصها التفسير- إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تنتهجها الحكومة (قصيرة-طويلة) الأمد- اشتراطات البنك الدولي قاسية- إجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي غير كافية) وفقاً لمتغير النوع.

الفرض السابع: توجد فروق دالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور نحو كل من (الأداء الاقتصادي للحكومة (جيد ومخطط)، تغطية الصحف للقضايا الاقتصادية غير مكتملة وينقصها التفسير- إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تنتهجها الحكومة (قصيرة-طويلة) الأمد- اشتراطات البنك الدولي قاسية- إجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي غير كافية) وفقاً لمتغير النوع.

جدول (21) نتائج اختبار (ت) لحساب دلالة الفروق بين متوسطي درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع

محاور الدراسة

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	أنثى (ن=278)		ذكر (ن=122)		المتغيرات
		الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	
0.05						
0.02 دالة	2.104	3.63	13.99	1.68	13.43	الأداء الاقتصادي للحكومة جيد ومخطط
0.001 دالة	3.272	1.26	5.49	1.31	5.94	تغطية الصحف للقضايا الاقتصادية غير مكتملة وينقصها التفسير
0.003 دالة	2.989	2.39	17.90	2.27	17.13	إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تنتهجها الحكومة (قصيرة-طويلة) الأمد
0.4 غير دالة	0.902	0.90	4.01	0.88	4.10	اشتراطات البنك الدولي قاسية
0.001 دالة	3.248	1.67	10.64	1.62	10.06	إجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي غير كافية

أتضح من الجدول السابق لحساب دلالة الفروق بين متوسطي درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع محاور الدراسة ما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات عينة الدراسة لمحور الأداء الاقتصادي للحكومة؛ حيث بلغت قيمة ت (2.104) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وكان متوسط درجات عينة الذكور (14.43)، ومتوسط

درجات عينة الإناث (13.99) لصالح عينة الإناث، وهو ما يعني أن الإناث أكثر موافقة على أن الأداء الاقتصادي للحكومة مخطط وسليم أكثر من الذكور.

● توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات عينة الدراسة لمحور تغطية الصحف للقضايا الاقتصادية؛ حيث بلغت قيمة ت (3.272) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وكان متوسط درجات عينة الذكور (5.94)، ومتوسط درجات عينة الإناث (5.49) لصالح عينة الذكور، وهو ما يعني أن الذكور أكثر موافقة على أن تغطية الصحف للإصلاح الاقتصادي غير مكتملة وينقصها التفسير والتوضيح.

● توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات عينة الدراسة لمحور إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تنتهجها الحكومة (قصيرة- طويلة) الأمد؛ حيث بلغت قيمة ت (2.989) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وكان متوسط درجات عينة الذكور (17.13)، ومتوسط درجات عينة الإناث (17.90) لصالح عينة الإناث، وهو ما يعني أن الإناث أكثر موافقة على إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تنتهجها الحكومة أكثر من الذكور.

● توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات عينة الدراسة لمحور إجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي؛ حيث بلغت قيمة ت (3.248) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وكان متوسط درجات عينة الذكور (10.06)، ومتوسط درجات عينة الإناث (10.64) لصالح عينة الإناث، وهو ما يعني أن الإناث أكثر موافقة على أن إجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي مهمة أكثر من الذكور.

● لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع لمحور اشتراطات البنك الدولي؛ حيث كانت قيمة ت (0.902) وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05).



22- الفروق بين اتجاهات الجمهور نحو كل من (الأداء الاقتصادي للحكومة (جيد ومخطط)، وتغطية الصحف للقضايا الاقتصادية غير مكتملة وينقصها التفسير- إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تنتهجها الحكومة (قصيرة-طويلة) الأمد- اشتراطات البنك الدولي قاسية- إجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي غير كافية) وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

الفرض الثامن: توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات الجمهور نحو كل من (الأداء الاقتصادي للحكومة (جيد ومخطط)، وتغطية الصحف للقضايا الاقتصادية غير مكتملة وينقصها التفسير- إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تنتهجها الحكومة (قصيرة-طويلة) الأمد- اشتراطات البنك الدولي قاسية- إجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي غير كافية وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

جدول (22) اختبار التباين الأحادي ANOVA لتوضيح الفروق الإحصائية بين العينة تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي لمحاو الدراسة

المتغيرات	العينة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	المعنوية
الأداء الاقتصادي للحكومة مخطط وجيد	منخفض	106	14.13	5.36	1.715	0.2 غير دالة
	متوسط	211	13.88	1.85		
	مرتفع	83	13.29	1.74		
تغطية الصحف للقضايا الاقتصادية غير مكتملة وينقصها التفسير	منخفض	106	5.41	1.50	3.341	0.04 دالة
	متوسط	211	5.64	1.23		
	مرتفع	83	5.89	1.12		
إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي تنتهجها الحكومة (قصيرة-طويلة) الأمد ضرورية	منخفض	106	17.98	2.25	2.437	0.09 غير دالة
	متوسط	211	17.42	2.36		
	مرتفع	83	17.88	2.55		
اشتراطات البنك الدولي قاسية	منخفض	106	4.20	0.72	3.160	0.04 دالة
	متوسط	211	3.94	0.93		
	مرتفع	83	4.08	0.98		
إجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي غير كافية	منخفض	106	11.16	1.59	14.780	0.001 دالة
	متوسط	211	10.31	1.64		
	مرتفع	83	9.96	1.60		

تبين من الجدول السابق لنتائج اختبار التباين الأحادي ANOVA لتوضيح الفروق

### الإحصائية بين العينة بالنسبة إلى متغير المستوى الاقتصادي ما يلي:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين عينة الدراسة لمحور تغطية الصحف للقضايا الاقتصادية؛ حيث بلغت قيمة (ف) (3.341) وهي قيمة دالة إحصائيةً بمعنوية (0.04) لصالح عينة (مرتفع) بمتوسط حسابي (5.89)، بينما كان متوسط (منخفض) (5.41) ومتوسط (متوسط) (5.64)، وهو ما يعني أن ذوي المستوى الاقتصادي المرتفع أكثر موافقة على أن تغطية الصحف للقضايا الاقتصادية غير مكتملة وينقصها التفسير أكثر من ذوي المستوى المنخفض والمتوسط.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين عينة الدراسة لمحور اشتراطات البنك الدولي قاسية ومجحفة؛ حيث بلغت قيمة (ف) (3.160) وهي قيمة دالة إحصائيةً بمعنوية (0.04) لصالح عينة (منخفض) بمتوسط حسابي (4.20)، بينما كان متوسط (متوسط) (3.94) ومتوسط (مرتفع) (4.08)، وهو ما يعني أن ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض أكثر موافقة على أن إجراءات الإصلاح الاقتصادي قاسية ومجحفة أكثر من ذوي المستوى الاقتصادي المرتفع والمتوسط.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين عينة الدراسة لمحور إجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي؛ حيث بلغت قيمة (ف) (14.78) وهي قيمة دالة إحصائيةً بمعنوية (0.001) لصالح عينة (منخفض) بمتوسط حسابي (11.16)، بينما كان متوسط (متوسط) (10.31) ومتوسط (مرتفع) (9.96)، وهو ما يعني أن ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض الأكثر موافقة على أن إجراءات الحكومة المتبعة للتخفيف من حدة آثار الإصلاح الاقتصادي غير كافية ومجحفة أكثر من ذوي المستوى الاقتصادي المرتفع والمتوسط.

- بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين عينة الدراسة لبقية المحاور؛ حيث بلغت قيم (ف) (1.715، 2.437) وهي قيمة غير دالة إحصائيةً.

### 23- الفروق بين اتجاهات الجمهور وفقاً للتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية وفقاً لمتغير النوع

الفرض التاسع: توجد فروق دالة إحصائية بين كل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للتعرض للأخبار الاقتصادية في المواقع الإخبارية وفقاً لمتغير النوع.

جدول (23) نتائج اختبار (ت) لحساب دلالة الفروق بين متوسطي درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع للتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية)

مستوى الدلالة 0.05	قيمة (ت)	أنثى (ن=278)		ذكر (ن=122)		المتغيرات
		الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	
0.009 دالة	2.633	1.61	9.27	1.94	8.74	التأثيرات المعرفية
0.8 غير دالة	0.193	1.66	10.33	1.41	10.36	التأثيرات الوجدانية
0.2 غير دالة	1.395	1.37	7.51	1.48	7.30	التأثيرات السلوكية

اتضح من الجدول السابق لحساب دلالة الفروق بين متوسطي درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع للتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) ما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات عينة الدراسة للتأثيرات المعرفية؛ حيث بلغت قيمة ت (2.633) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.05)، وكان متوسط درجات عينة الذكور (8.74)، ومتوسط درجات عينة الإناث (9.27) لصالح عينة الإناث، وهو ما يعني أن الإناث أكثر وعياً وفهماً للقضايا الاقتصادية، وأكثر تكويناً لوجهة نظر حول الموضوعات الاقتصادية أكثر من الذكور، كما أنهن أكثر فهماً لإجراءات الإصلاح الاقتصادي أكثر من الذكور، مما يعني أيضاً أنهن أكثر تعرضاً للصحف من الذكور.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع للتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية؛ حيث كانت قيم ت (0.193)، (1.395) وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية (0.05).

24- الفروق بين اتجاهات الجمهور وفقاً للتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

الفرض العاشر: توجد فروق دالة إحصائية بين كل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للتعرض للأخبار الاقتصادية في المواقع الإخبارية وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

جدول (24) اختبار التباين الأحادي ANOVA لتوضيح الفروق الإحصائية بين العينة وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي للتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية)

المتغيرات	العينة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	المعنوية
التأثيرات المعرفية	منخفض	106	9.69	1.59	8.590	0.001 دالة
	متوسط	211	8.92	1.65		
	مرتفع	83	8.83	1.95		
التأثيرات الوجدانية	منخفض	106	10.05	1.68	3.854	0.02 دالة
	متوسط	211	10.35	1.44		
	مرتفع	83	10.69	1.75		
التأثيرات السلوكية	منخفض	106	7.42	1.36	2.053	0.1 غير دالة
	متوسط	211	7.56	1.43		
	مرتفع	83	7.19	1.38		

تبين من الجدول السابق لنتائج اختبار التباين الأحادي ANOVA لتوضيح الفروق الإحصائية بين العينة وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي للتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) ما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين عينة الدراسة للتأثيرات المعرفية؛ حيث بلغت قيمة (ف) (8.590) وهي قيمة دالة إحصائية بمعنوية (0.001) لصالح عينة (منخفض) بمتوسط حسابي (9.69)، بينما كان متوسط (متوسط) (8.92) ومتوسط (مرتفع) (3.8)، وهو ما يعني أن ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض أكثر متابعة للأخبار الاقتصادية للصحف، وأنها تساعدهم على تكوين وجهات نظر حول الموضوعات الاقتصادية، وأنها جعلتهم يفهمون أكثر إجراءات الإصلاح الاقتصادي من خلال الصحف أكثر من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط والمرتفع.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين عينة الدراسة للتأثيرات الوجدانية؛ حيث بلغت قيمة (ف) (3.854) وهي قيمة دالة إحصائية

بمعنوية (0.02) لصالح عينة (مرتفع) بمتوسط حسابي (10.69)، بينما كان متوسط (منخفض) (10.05) ومتوسط (متوسط) (10.35)، وهو ما يعني أن ذوي المستوى الاقتصادي المرتفع أكثر شعورًا بأن مصر ستشهد أحوالها الاقتصادية تحسناً ملحوظاً كنتيجة لخطة الحكومة والمشروعات القومية أكثر من ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض والمتوسط.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين عينة الدراسة للتأثيرات السلوكية؛ حيث بلغت قيمة (ف) (2.053) وهي قيمة غير دالة إحصائياً بمعنوية (0.1).

25- الفروق بين كل من المزاج العام للجمهور (إيجابي- معتدل- سلبي) وفقاً لمتغير النوع. الفرض الحادى عشر: توجد فروق دالة إحصائية بين كل من المزاج العام للجمهور (إيجابي معتدل- سلبي) وفقاً لمتغير النوع.

جدول (25) نتائج اختبار (ت) لحساب دلالة الفروق بين متوسطي درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع لقياس المزاج العام عند متابعة الأخبار الاقتصادية

مستوى الدلالة 0.05	قيمة (ت)	أنثى (ن=278)		ذكر (ن=122)		المتغيرات
		الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	
0.7 غير دالة	0.432	1.07	4.68	0.97	4.63	مزاج عام إيجابي
0.001 دالة	4.302	0.89	6.06	0.96	4.63	مزاج عام معتدل
0.002 دالة	3.078	1.12	4.52	1.08	4.90	مزاج عام سلبي

أتضح من الجدول السابق لحساب دلالة الفروق بين متوسطي درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع لقياس المزاج العام والشعور ما يلي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات عينة الدراسة لمحور مزاج عام إيجابي؛ حيث بلغت قيمة ت (0.432) وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية (0.05)، وكان متوسط درجات عينة الذكور (4.63)، ومتوسط درجات عينة الإناث (4.68).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات عينة الدراسة لمحور مزاج عام معتدل؛ حيث بلغت قيمة ت (4.302) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية

(0.05)، وكان متوسط درجات عينة الذكور (4.63)، ومتوسط درجات عينة الإناث (6.06) لصالح عينة الإناث، وهو ما يعني أن الإناث لديهن مزاج عام معتدل أكثر من الذكور.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات عينة الدراسة لمحور مزاج عام سلبي؛ حيث بلغت قيمة ت (3.078) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.05)، وكان متوسط درجات عينة الذكور (4.90)، ومتوسط درجات عينة الإناث (4.52) لصالح عينة الذكور، وهو ما يعني أن الذكور أكثر شعورًا بالمزاج العام السلبي أكثر من الإناث.

26- الفروق بين كل من المزاج العام للجُمهور (إيجابي- معتدل- سلبي) وفقًا لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

الفرض الثاني عشر: توجد فروق دالة إحصائية بين كل من المزاج العام للجُمهور (إيجابي- معتدل- سلبي) وفقًا لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.  
جدول (26) اختبار التباين الأحادي ANOVA لتوضيح الفروق الإحصائية بين العينة تبعًا لمتغير

المستوى الاقتصادي لمقياس المزاج العام

المتغيرات	العينة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	المعنوية
مزاج عام إيجابي	منخفض	106	4.74	0.92	1.478	غير دالة
	متوسط	211	4.70	1.14		
	مرتفع	83	4.49	0.89		
مزاج عام معتدل	منخفض	106	4.93	0.91	0.078	غير دالة
	متوسط	211	4.94	0.87		
	مرتفع	83	4.89	1.12		
مزاج عام سلبي	منخفض	106	4.64	1.21	1.706	غير دالة
	متوسط	211	4.88	1.04		
	مرتفع	83	4.72	1.18		

تبين من الجدول السابق لنتائج اختبار التباين الأحادي ANOVA لتوضيح الفروق الإحصائية بين العينة تبعًا لمتغير المستوى الاقتصادي لمقياس المزاج العام والشعور ما يلي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين عينة الدراسة لمحور مزاج عام إيجابي؛ حيث بلغت قيمة (ف) (1.478) وهي قيمة غير دالة إحصائية بمعنوية (0.2).

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين عينة الدراسة لمحور مزاج عام معتدل؛ حيث بلغت قيمة (ف) (0.078) وهي قيمة غير دالة إحصائيًا بمعنوية (0.9).

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين عينة الدراسة لمحور مزاج عام سلبي؛ حيث بلغت قيمة (ف) (1.706) وهي قيمة غير دالة إحصائيًا بمعنوية (0.2).

27- الفروق بين كل من المزاج العام للجمهور (إيجابي- معتدل- سلبي) والمزاج الشخصي للأفراد عند التعرض للأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية. الفرض الثالث عشر: توجد فروق دالة إحصائية بين كل من المزاج العام للجمهور (إيجابي- معتدل- سلبي) والمزاج الشخصي للأفراد عند التعرض للأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية.

جدول (27) العلاقة الارتباطية بين مقياس المزاج العام والمزاج الشخصي

المزاج الشخصي سيئ		المزاج الشخصي جيد		المتغيرات	
0.056-	**0.326	معامل ارتباط		مزاج عام إيجابي	
0.1	0.001	الدلالة المعنوية			
**0.217	0.068	معامل ارتباط		مزاج عام معتدل	
0.001	0.2	الدلالة المعنوية			
**0.452	*0.117-	معامل ارتباط		مزاج عام سلبي	
0.001	0.02	الدلالة المعنوية			

يتضح من الجدول السابق للعلاقة الارتباطية بين مقياس المزاج العام والمزاج الشخصي ما يلي:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين مزاج عام إيجابي ومتغير مزاج شخصي جيد؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.326) بمعنوية (0.001).

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين مزاج عام معتدل ومتغير مزاج شخصي سيئ؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.217) بمعنوية (0.001).

- توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين مزاج عام سلبي ومتغير مزاج شخصي جيد؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (-) (0.117) بمعنوية (0.02).
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين مزاج عام سلبي ومتغير مزاج شخصي سيئ؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.452) بمعنوية (0.001).

#### مناقشة نتائج الدراسة:

- تشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن عبارة "لابد أن تتدخل الدولة بسياسات واضحة وقوانين لحماية المواطن" كانت الأعلى في الوزن النسبي وذلك بنسبة 96.5٪، مما يعني أعلى موافقة من أفراد عينة الدراسة على أنه لابد من تدخل الحكومة بسياسات رادعة وقوانين حازمة لحماية المواطن ضد سياسات الاحتكار وجشع التجار، حيث أكد 90.3٪ من أفراد عينة الدراسة أنه لابد أن تتدخل الدولة بسياسات واضحة وقوانين لحماية المواطن، بينما حازت عبارة "المواطن لابد ألا يصمت أمام جشع واستغلال التجار ويبلغ عنهم" على أقل وزن نسبي وذلك بنسبة 85.08٪، مما يعني أقل موافقة من العينة على هذه العبارة، وهو ما قد يعني أن المواطن يرى أن دور الحكومة لابد أن يكون أكبر من دوره، وأنه على الحكومة أن تتدخل بسياسات وقوانين رادعة لحماية المواطن، وتتفق نتائج الدراسة السابقة مع نتائج دراسة (مها مدحت كمال 2019)، التي أكدت أن جشع التجار ورغبتهم في تحقيق أرباح مالية عالية أحد أهم الأسباب المؤدية لحدوث الأزمات الاقتصادية بوزن مرجح 89.2٪، وأن غياب الرقابة الحكومية في الأسواق وعدم مراقبة التجار ومحاسبتهم أيضاً أحد أهم أسباب الأزمات الاقتصادية أيضاً بوزن مرجح 87.8٪<sup>30</sup>، وهو ما أكدته أيضاً دراسة (هبة فهمي العطار 2017)، التي أكدت نتائجها التحليلية أن الصحف ألقّت مسئولية الأزمات الاقتصادية على جشع التجار وطمع المضاربين وسلبية رجال الأعمال، وأنهم جميعاً يقاومون الإصلاح الاقتصادي، وأن المواطن لابد أن يتخلى عن الرفاهيات ويقاطع التجار الجشعين<sup>31</sup>.
- أكدت نتائج الدراسة الحالية أن الرئيس الأسبق محمد مرسي كان الأسوأ في الأداء الاقتصادي من وجهة نظر الجمهور، حيث بلغ الوزن النسبي 43.66٪، وتتفق نتائج الدراسة الحالية على أن الرئيس الأسبق محمد مرسي كان أداء حكومته سيئاً مع نتائج دراسة (دعاء عادل محمود 2016) التي أكدت أن زيادة الأسعار وأزمات



الوقود والطاقة والسياسات الاقتصادية بشكل عام لم تشهد أي تحسن خلال عام من حكم مرسي<sup>32</sup>.

■ وتشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن عبارة "أشعر بالخوف من المستقبل نتيجة إجراءات الإصلاح الاقتصادي" جاءت كأعلى وزن نسبي بنسبة 48.75٪، مما يعني أعلى موافقة من الجمهور عينة الدراسة على أنهم يشعرون بالقلق والخوف من المستقبل نتيجة إجراءات الإصلاح الاقتصادي، كما يتضح أنه بالنسبة إلى المزاج الشخصي عند التعرض للأخبار الاقتصادية فإن عبارة "أشعر بالتوتر والإحباط نتيجة التعرض للأخبار الاقتصادية" جاءت بأقل وزن نسبي بنسبة 74.66٪، مما يعني أقل موافقة من الجمهور عينة الدراسة على الشعور بالتوتر والقلق نتيجة التعرض للأخبار الاقتصادية، وذكر 54.8٪ من العينة أنهم غير متأكدين من الأحاسيس الإيجابية حيال التعرض للأخبار الاقتصادية، وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (Damstra Alyt, Boukes Mark 2018) التي أكدت نتائجها أن الجمهور يمثلون نمطًا اقتصاديًا حقيقيًا، وأن التغطية السلبية تؤثر على الأفراد وتوقعاتهم بشكل سلبي؛ لكنها تؤثر على التوقعات وليس التقييمات، وأن وسائل الإعلام بكمية الأخبار التي تنقلها توجه الناس لما يفكرون به، ولكن نعمة تغطية الأخبار التقييمية للصحف تؤثر على طرق استقبال الأفراد للأخبار الاقتصادية، وأن تقييم الأفراد للمستقبل الاقتصادي يتم تشكيله من خلال الأخبار الاقتصادية في الصحف سواء سلبية أو إيجابية<sup>33</sup>، كما تتفق أيضًا نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (Johan Bollen 2011) التي أكدت من خلال استخدام أداة تتبع المزاج Opinion Finder لقياس المزاج السلبي والإيجابي وكذلك Google Profile Of Mood States (GPOMS) التي تقيس المزاج من خلال 6 أبعاد (الهدوء، والانزعاج، والاطمئنان، والأهمية، والطيبة، والسعادة)، أن توقعات مؤشر DJIA عند الإغلاق شهد تحسنًا كبيرًا كنتاج لتحسن حالة المزاج العام للأشخاص، وتعني هذه النتيجة أنه في حال كان المزاج سلبيًا ستراجع مؤشرات "داو جونز"<sup>34</sup>، وتتفق أيضًا نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Hajo G. Boom Gaarden 2011) التي أكدت أن تأثير التعرض للأخبار الاقتصادية يدار بواسطة استقلالية وسائل الإعلام؛ حيث إن المواطنين الذين يعتمدون بشكل أساسي على المعلومات ويراقبونها يتأثرون أكثر بالتغطيات الخبرية الاقتصادية، وأنه كلما كانت تغطيات وسائل الإعلام سلبية كلما أدرك الفرد واقعه الاجتماعي بأنه سلبي<sup>35</sup>.

■ يتضح من نتائج الدراسة الحالية أن عبارة "أنصح أسرتي بترشيد استهلاك المياه والكهرباء" كانت الأعلى في الوزن النسبي بنسبة 87.58٪، مما يعني أعلى موافقة من جانب الجمهور عينة الدراسة على أنهم ينصحون أسرهم بترشيد استهلاك المياه والكهرباء، وهو أمر طبيعي يرجع إلى الزيادات في فواتير أسعار الكهرباء والمياه، التي دفعت كثيرًا من الأفراد إلى ترشيد استهلاكهم، بينما جاءت عبارة "جعلتني الأخبار الاقتصادية أشعر بالرضا بالأوضاع الحالية" الأقل في الوزن النسبي وذلك بنسبة 56.8٪، مما يعني أقل موافقة من الجمهور عينة الدراسة على أنهم يشعرون بالرضا عن الأوضاع الحالية، وتتفق النتيجة السابقة مع نتائج دراسة (مها مدحت كمال 2019)<sup>36</sup>، التي أكدت انخفاض التقييم الإيجابي لأداء الحكومة بخصوص الأزمات الاقتصادية المصرية، على الرغم من حرص الصحف الإلكترونية عينة الدراسة على نشر تغطيات إخبارية صحفية تبرز الجهود الحكومية والتحديات التي تواجهها في سبيل الإصلاح الاقتصادي.

■ وحول مقترحات أفراد العينة من الجمهور لكيفية تطوير الصحف، فيتضح من نتائج الدراسة الحالية أن عبارة "تقديم رؤية واضحة لحال الاقتصاد المصري بموضوعية دون تهويل أو تهوين" كانت الأعلى في الوزن النسبي ولذا بنسبة 97.66٪، وهو ما يعني أعلى موافقة من جانب الجمهور عينة الدراسة على أنه لا بد أن تقدم الصحف معالجات اقتصادية موضوعية للأحداث الاقتصادية دون تهوين أو تهويل، حتى يعرف المواطن الوضع الاقتصادي الحقيقي، كما جاءت عبارة "الاستعانة بمحللين وكوادر لهم القدرة على توصيل المعلومات الاقتصادية للقارئ" الأقل بوزن نسبي 90.5٪، مما يعني أقل موافقة من الجمهور عينة الدراسة على أن الصحف تحتاج إلى متخصصين لكتابة الأخبار الاقتصادية، وهو ما يعني أن ما ينشر في الصحف من أخبار اقتصادية مفهوم، وأن كتابات صحفيي الاقتصاد واضحة، وتتفق نتائج الدراسة السابقة مع نتائج دراسة (مها مدحت كمال 2019) التي أكدت أن الجمهور يرى أن مشكلة الصحف الإلكترونية في تناولها للموضوعات الاقتصادية تكمن في عدم تبسيط المصطلحات الاقتصادية وتوضيحها بنسبة 17.4٪، وغياب الصحفي الاقتصادي المهني المتخصص بنسبة 15٪، وافتقار المواد الإعلامية لعناصر الجذب والتشويق بنسبة 15٪، وكذلك المعالجة السطحية للقضايا والأزمات الاقتصادية والاكتفاء بنقل المعلومة دون توضيح بنسبة 11.6٪<sup>37</sup>.

تشير نتائج الدراسة التحليلية إلى أن "إطار الصراع" جاء في "سي إن إن" كأعلى إطار مستخدم وذلك بنسبة 62.1%، وهو ما اتضح من خلال إبراز الصراع الذي تعاني منه مصر جراء إجراءات الإصلاح الاقتصادي، ومعاناة الدولة لتحقيق استقرار اقتصادي، ومحاولات البعض إشعال الأزمات في مصر، منها دول أجنبية تهاجم مصر، وهو ما أكد عليه الرئيس السيسي في منتدى الشباب الاقتصادي الذي عُقد في مصر، مؤكداً أنه لا يمكن مقارنة دخل مصر التي يتجاوز عدد سكانها 100 مليون نسمة مع دول أخرى تهاجم مصر ودخلها 20 تريليون دولار، وأنه لو توافرت لديه المقومات سيجعل مصر كالعروس، حيث تشير الدراسات إلى تغير الموقف الأمريكي من مصر في الفترة من 2013 حتى الآن (وقت إعداد الدراسة)، حيث تحولت من موقف العداء إلى الصداقة، حيث تشير الدراسات إلى أنه مع انطلاق المظاهرات المطالبة برحيل مرسي في 30 يونيو 2013 وفي أعقاب بيان 3 يوليو للقوات المسلحة والقوى المدنية، الذي أسفر عن عزل الرئيس الأسبق محمد مرسي شهدت العلاقات المصرية الأمريكية قدرًا كبيرًا من التوتر، حيث لم تلق ثورة 30 يونيو ذات الترحيب لثورة يناير، وقد صرّح الرئيس الأمريكي "باراك أوباما" آنذاك أن الولايات المتحدة الأمريكية تراقب الوضع الذي لم تحدد معالمه بعد في مصر<sup>38</sup>، إلا أنه، وبعد الانتخابات الأمريكية وتولي "دونالد ترامب" الحكم وإعلانه أن جماعة الإخوان المسلمين جماعة إرهابية، بدأ التقارب المصري الأمريكي والتأييد الأمريكي لإجراءات الحكومة المصرية.

وتؤكد نتائج الدراسة الحالية أن موقع "الوفد" جاء في المرتبة الأولى بالنسبة لاتجاه المعالجة الإيجابية للمواقع الإلكترونية المصرية بنسبة 67.3%، وهو ما يرجع إلى كون "الوفد" مؤيد لإجراءات الدولة في الإصلاح الاقتصادي، وإيمانًا بضرورة التهيئة الإعلامية للمواطنين وتحمل تبعات إجراءات الإصلاح الاقتصادي، والتشديد على الدور الذي لابد للإعلام أن يقوم به، والإشادة بالاقتصاد المصري والتأكيد على قوته وأنه قادر على الوفاء بوعوده والتزاماته، يليه "روسيا اليوم" بنسبة 67.3%، حيث العلاقات الوطيدة بين الجانبين المصري والروسي، يليه الأهرام بنسبة 53.2%، حيث عمد "الأهرام" إلى رصد المعارضين لإجراءات الإصلاح الاقتصادي، معللين ذلك بخوفهم على الشعب ومحدودي الدخل؛ إلا أنها في المجمل وكموقع صحيفة قومية كان اتجاه معالجته إيجابيًا بصدد معالجة إجراءات الإصلاح الاقتصادي، وتتفق النتيجة السابقة مع نتيجة دراسة (محمد خليل مختار الدعدع 2018) التي أكدت

أن معالجات البوابات الثلاثة كانت إيجابية وحشدت التأييد حيال المشروعات القومية وإجراءات الإصلاح الاقتصادي، وذلك بتبنيها وجهات النظر الحكومية، وقد كانت تلك البوابات هي: (الأهرام ممثلًا للصحف القومية، واليوم السابع ممثلًا للصحف الخاصة، والوفد ممثلًا للصحف الحزبية)<sup>39</sup>، كذلك تتفق ما توصلت إليه الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (هبة فهمي العطار 2017) التي أكدت أن الصحف محل دراستها كان الخطاب الصحفي بها موالٍ؛ حيث برز التأكيد على أن السلطة السياسية تعمل من منطلق برنامج إصلاح طموح ومتكامل بهدف الإصلاح الجذري لما أفسده الدهر من مراحل سابقة<sup>40</sup>.

■ وتتفق النتائج الحالية مع نتائج دراسة (هبة فهمي العطار 2017)؛ إذ أنه كما تبني موقع "دويتشه فيله" موقفًا عدائيًا ضد مصر، فقد تبنت الخطابات الصحفية المعارضة للحكومة المصرية اتجاهًا معارضًا، تمثل في أن ما يحدث من إجراءات حمل الشعب معاناة وآلام معركة الإصلاح، كما أبرز الخطاب الصحفي المعارض إطار الاخفاق الاقتصادي، وأن برنامج الإصلاح الذي تبنته مصر يأتي على حساب الطبقات الأكثر فقرًا، كما انتقد الخطاب البنك المركزي وإدخال الاقتصاد المصري في العناية المركزة بقرار تعويم الجنيه<sup>41</sup>.

■ وتشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن كلمات التدعيم كانت الأكثر استخدامًا في "روسيا اليوم" بنسبة 65.6%، حيث مال هذا الموقع إلى تشجيع إجراءات الإصلاح الاقتصادي وتأييد خطى مصر فيه، والتأكيد والإشادة بالحكومة المصرية ومعدلات النمو التي حققتها مصر، وذلك بالتركيز على تصريحات الحكومة المصرية ودعمها، وهي نتيجة طبيعية، وتشير الدراسات إلى أنه بعد ثورة 30 يونيو طرحت موسكو نفسها لإحياء الشراكة القديمة مع مصر "قدرات مصر الدفاعية"<sup>42</sup>، فمع انطلاق المظاهرات ضد الرئيس الأسبق محمد مرسي والدعوة إلى عزله، سارعت روسيا إلى تأييد التحرك الشعبي في مصر ومساندته؛ الأمر الذي أعطى روسيا أرضية على المستويين الشعبي والرسمي على حساب الولايات المتحدة الأمريكية، وهو أمر طبيعي ونتاج لعدم ارتياح الجانب الروسي لوصول جماعة الإخوان لحكم مصر، وأن الاحتجاجات المصرية وجهت أيضًا للولايات المتحدة الحليف الإستراتيجي للإخوان المسلمين<sup>43</sup>، كما تشير الدراسات إلى أنه آنذاك قام قائد الجيش الفريق عبد الفتاح السيسي باختيار روسيا كوجهة لأول زيارة له إلى دولة غير عربية منذ الإطاحة بالرئيس الأسبق محمد مرسي في يوليو 2013 وما تبع ذلك من قيام الولايات

المتحدة الأمريكية بتعليق نقل بعض الأنظمة العسكرية إلى مصر في 2016، وهو ما دفع السيسي إلى طلب مساعدة موسكو لتنويع مصادر البلاد من الأسلحة<sup>44</sup>، حيث عكست الزيارات المتبادلة بين الرئيسين عبد الفتاح السيسي في أغسطس 2014 لموسكو، والروسي فلاديمير بوتين لمصر في 2015، مدى حميمية العلاقات المصرية الروسية وحرص روسيا على استقرار مصر، وإطلاق الشراكة والتعاون معها من مختلف الاتجاهات<sup>45</sup>، وعلى الصعيد الاقتصادي، تكرر تأكيد الجانبين المصري والروسي وجود آفاق واعدة للتعاون بينهما في مشروعات ضخمة، كما أبدت روسيا استعدادها لصيانة المصانع المصرية التي سبق وأسهم الروس في إنشائها بمصر، وبحث تمويل خطوط المترو ومناقشة مشروعات أخرى<sup>46</sup>.

■ جاءت أهم القوى الفاعلة في الخطاب الصحفي في (الرئيس عبد الفتاح السيسي، ومحافظ البنك المركزي، والحكومة)، مع إبراز مفهوم الدولة القوية، وهو ما اتفق مع نتائج دراسة (محمد خليل مختار الدعدع 2018)<sup>47</sup>؛ إلا أن ذلك اختلف مع دراسة (عادل محمد عبد المجيد العجمي 2017)، حيث جاءت أبرز القوى الفاعلة (أحمد نظيف وحكومته، وهشام قنديل وحكومته)، وجاءت القوى الفاعلة غير الرسمية متمثلة في رجال الأعمال، وهو ما يرجع إلى وجود كثير من الأشخاص المتحكمين في سياسة مصر الاقتصادية في الفترة من 2010 حتى 2015، وهي فترة دراسة (محمد عادل محمد عبد المجيد العجمي 2017)<sup>48</sup>، كما أن اتجاه القيادة السياسية والحكومة الحالية هو إبراز قوة مصر والإشادة عالميًا باقتصادها.

## مراجع الدراسة:

1 ) شريف درويش اللبان، "التغير السريع: الصحافة وإدارة المزاج العام للمصريين نحو تيارات الاسلام السياسي"، المركز العربي للدراسات والبحوث، 18 أغسطس 2014: متاح على الرابط:

<http://www.acrseg.org/10126>

تمت زيارة الموقع بتاريخ: 3 مارس 2020.

2 ) أيمن منصور ندا، "تأثير التعرض للأخبار الإيجابية والسلبية على الحالة المزاجية العامة للجمهور المصري، دراسة شبه تجريبية، **المجلة المصرية لبحوث الصحافة**"، العدد الثالث، أبريل- سبتمبر 2010، ص 46.

3 ) Reinecke L.(2017), "Mood Management", **The International Encyclopedia of Media Effects**, Wiley Blackwell,PP.127-1284.

4 ) Reinecke Leonard, Tamborini Ron ,Gizzard Matthew, Lewis Robert, Eden Allison, Bowman Nicholas, "Characterizing Mood Management as need Satisfaction: The Effects of Intrinsic Needs on Selective Exposure & Mood Repair", **Journal Of Communication**, Vol.(62), 2012,P.P. 437-453.

5 ) Knobloch Silvia, "Mood Adjustment Via Mass Communication", **Journal of Mass Communication Studies** , Vol. (53), no.(2), 2006.

6 ) أنظر ما يلي:

Johnson Benjamin, Knobloch Silvia, " Glancing upon down: Mood Management and Selective Social Comparisons on Social Networking Sites, "**Computers in Human behavior**, Vol.(41), December 2014.

Dolf Zillmann," Mood Management through Communication choices", **The American Behavioral Scientist**, Jan.-Feb. 1988.

Yassa Dorrein, "Mood Management through Nusic and TV Consumption, When Misery Loves Company", **Master degree**, Department of Phychology , Uni. Of Tilburg, May 2008.

7 )DoudakiVaia, Boubouka Angelik, Tzalavras Christos," Framing The Cypriot Economic Crisis: In The Service of The Neoliberal Version" **Journal of Journalism**, Sage Publication, Vol.(20), no.(2), 2019.

8 ) محمد خليل مختار الددع، "المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها بنمط الملكية"، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2018.

9 ) هبة فهمي العطار، "دور تكتيكات المعلومات في تأطير وأدلجة الخطاب الصحفي أثناء الأزمات الاقتصادية، دراسة تحليلية ميدانية بالتطبيق على أزمة تعويم الجنيه المصري"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، عدد (61)، ديسمبر 2017.

10 ) محمد عادل محمد عبد المجيد العجمي، "أطر معالجة القضايا الاقتصادية في الصحف المصرية، دراسة تحليلية خلال الفترة من 2010 إلى 2015، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2017.

11 ) دعاء عادل محمود، "أطر تقديم القضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة في المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

12 ) Angeleo Maria, Segav Elad, "The Global News Coverage Of Economic Crisis", **International Journal of Communication**, Vol.(8), 2014.

13 ) G. Piccard Rebert, Selva Meera, Bironzo Diego, " Media Coverage Of Banking & Financial News", **Reuters Institute for The Study of Journalism Report**, April 2014.

14 ) Boomgaarden Hajo, Van Joost Spanje, "**Covering The Crisis: Media Coverage Of the Economic Crisis and Citizens Economic Expectations**", ACTA Politica, Macmillan publishers Ltd., Vol.(46), no. (4), 2011.

15 ) مها مدحت كمال، "المعالجة الإعلامية للأزمات الاقتصادية في الصحف الإلكترونية وانعكاسها على اتجاهات الشباب المصري نحو الأداء الاقتصادي للحكومة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2019.

16 ) Damstra Alyt, Boukes Mark, " The Economy The News & The Public: A Longitudinal Study of The Impact of Economic News on Economic Evaluations & Expectations", **Communication Research Journal** , March 2018.

17 ) Hopkins Daniel, Kim Eunji, Kim Soojong, "Does Newspaper Coverage Influence or Reflect Public Perceptions Of The Economy", **Research & Politics**, Vol. (1), no.(7),Oct.- Dec. 2017

18 ) إلهام يونس أحمد، "اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة المواقع الإخبارية للأوضاع الاقتصادية المصرية، دراسة ميدانية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، عدد (18)، 2017.

19 ) Li Qing, "The Effect of News and Public Mood on Stock Movements", **Information Sciences journal**, Vol. (278 ), 2014.

20 ) Bollen Johan, "Twitter Mood Predicts The Stock Market", **Journal Of Computational Science**, Vol.(2), Issue (1), March 2012.

21) أحمد شحاتة عبد الفضيل عبيد، "التوظيف السياسي للخطاب الديني في الصحافة المصرية وعلاقته بالمزاج العام في المجتمع تجاه القضايا الداخلية، دراسة تحليلية وميدانية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2018.

22) شريف درويش اللبان، "التغير السريع: الصحافة وإدارة المزاج العام للمصريين نحو تيارات الإسلام السياسي"، المركز العربي للدراسات والبحوث، 18 أغسطس 2014، متاح على الرابط:

<http://www.acrseg.org/10126>

23) هيثم جودة مؤيد، وممدوح عبد الله، "العلاقة بين التعرض للمضامين السياسية بالصحف والقنوات الفضائية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمزاج العام نحو قضايا الوطن العربي: دراسة على الجمهور المصري والسعودي"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد الثالث، المجلد (14)، يوليو-سبتمبر 2015.

24) أيمن منصور ندا، "تأثير التعرض للأخبار الإيجابية والسلبية على الحالة المزاجية للجمهور المصري: دراسة شبه تجريبية، *المجلة المصرية لبحوث الصحافة*، العدد الثالث، أبريل - سبتمبر 2010.

25) Knobloch, Silvia, Alter Scott, "Mood Adjustment to Social Situations Through Mass Media Use: How Men ruminate and Women Dissipate Angry Moods", *Human Communication Research Journal*, Vol.(32),2006.

26) Rahn M. Wendy, Hirshorn M. Rebbecca, "Political Advertising and Public Mood: A Study of Childrens Political orientations", *Political Communication Journal*, Vol.(16), Issue(4), 2010.

27) Dillman Carpentier, R. Francesa, "Sad Kinds, Sad Media? Applying Mood Management Theory to Depressed Adolescents Use of Media", *Media Phycology Journal*, Vol.(11), no.(1), 2008.

(\* ) <http://www.alex.com/siteinfo/youm7.com>

<http://www.alex.com/siteinfo/alwafd.org>

<http://www.alex.com/siteinfo/ahram.org.eg>

28) أ. نسمة محمد، المدرس المساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام، بكلية الآداب جامعة عين شمس.

29) أ.د. محمد سعد إبراهيم، عميد أكاديمية الشروق.

أ.د. محرز غالي، الأستاذ بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

أ.د. سلوى سليمان، الأستاذ بقسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب، جامعة عين شمس.

د. شيرين عمر، الأستاذ المساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس.

د. ريهام درويش، الأستاذ المساعد، بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة كفر الشيخ.

30) مها مدحت كمال، مرجع سابق.



31 ) هبة فهمي العطار، مرجع سابق.

32 ) دعاء عادل محمود، مرجع سابق.

33 ) Damstra Alyt, Boukes Mark, " The Economy The News & The Public: A Longitudinal Study of The Impact of Economic News on Economic Evaluations & Expectations", **Communication Research Journal**, March 2018.

34 ) Bollen Johan, "Twitter Mood Predicts The Stock Market", **Journal Of Computational Science**, Vol.(2), Issue (1), March 2012

35 ) Boomgaarden Hajo, Van Joost Spanje, "**Covering The Crisis: Media Coverage Of the Economic Crisis and Citizens Economic Expectations**", ACTA Politica, Macmillan publishers Ltd., Vol.(46), no. (4), 2011.

36 ) مها مدحت، مرجع سابق.

37 )مها مدحت كمال، مرجع سابق.

38 ) مصطفى عبد العزيز، "تأثير ثورة 30 يونيو على علاقات مصر العربية والإقليمية"، مجلة شئون عربية، أمانة جامعة الدول العربية، عدد 155، 2013.

39 ) محمد خليل مختار الددع، "المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في المواقع الالكترونية المصرية وعلاقتها بنمط الملكية"، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2018.

40 ) هبة فهمي العطار، "دور تكتيكات المعلومات في تأطير وأدلجة الخطاب الصحفي أثناء الأزمات الاقتصادية، دراسة تحليلية ميدانية بالتطبيق على أزمة تعويم الجنيه المصري"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد (61)، ديسمبر 2017.

41 ) هبة فهمي العطار، مرجع سابق.

42 ) مروة نظير، "قراءة في المتغيرات ما بعد ثورة 30 يونيو"، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، الإمارات، 2015.

43 ) أحمد سيد حسين، "السياسات الروسية تجاه الشرق الأوسط"، مجلة الديمقراطية، العدد 52، 2014، متاح على الرابط:

<http://www.democracy.agram.org.eg/UI.front.News.1795.aspx>.

44 ) مروة نظير، "العلاقات المصرية- الروسية بعد 30 يونيو: المحددات والآفاق، مجلة آفاق سياسية، المركز العربي للبحوث والدراسات، العدد 15، 2015.

45 ) نورهان الشيخ، "الشراكة مع روسيا بين هواجس النخبة والمصلحة الوطنية"، مجلة آفاق سياسية، المركز العربي للبحوث والدراسات، العدد 16، 2015 .

46 )مروة نظير، "قراءة في المتغيرات ما بعد ثورة 30 يونيو"، مرجع سابق.

47 ( محمد خليل مختار الددع، مرجع سابق.

48 ( محمد عادل محمد عبد المجيد العجمي، مرجع سابق.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof. Ghanem Alsaad

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof. Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Dr. Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ramy Gamal:** Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Language checker: Gamal Abogabal: Demonstrator at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by : Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

## Correspondences

● Issue 55 October 2020 - part 6

● Deposit - registration number at Darekhotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.