

## معالجة البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية للموضوعات الاقتصادية برؤية مصر ٢٠٣٠

• منة الله حسين مأمون حسين

إشراف: أ.د/ جيهان يسرى حسين أبو العلا

### مقدمة الدراسة:

مع التغيرات التى يشهدها العالم من حولنا اصبح الاتجاه نحو التنمية وتبنى الدول للخطط التنموية أمرا حتميا لا يمكن إغفاله ، فمع تفاقم المشكلات البيئية والمعاناة من المشكلات الاقتصادية والاجتماعية صار تغيير السياسات الاقتصادية والبيئية والايوضاع الاجتماعية ذو ضرورة بالغة ليس فقط للأجيال الحالية ولكن للحفاظ على حقوق الأجيال القادمة، ولذلك ظهرت التنمية المستدامة كوسيلة للتغلب على هذه المشكلات من خلال وضع خطط اقتصادية واجتماعية وبيئية تحددتها كل دولة وفقا لطبيعتها وظروفها .

و تعدُّ التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ خارطة الطريق التى تشمل كافة المحاور سواء اقتصادية أو اجتماعية أو بيئية، وتحتاج إلى تكاتف جميع مؤسسات الدولة فى تحقيقها سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو وسائل إعلامية للوصول إلى هدفها الأساسى فى زيادة إمكانيات مصر و قدرتها التنافسية ووضع مصر على قائمة الدول الأكثر نموا عالميا.

و يعتبر الدور التنموي أحد أهم الأدوار التى يمكن أن يقوم بها الإعلام من خلال تقديم الدعم للقيام بعملية التنمية البشرية و محاولة التأثير فى الفرد ليقوم بالدعم والمشاركة والمساندة لجهود التنمية، فيمكن لوسائل الإعلام بصفة عامة وللقنوات الفضائية بصفة خاصة أن تؤدى دور كبير فى عملية التنمية عن طريق عرض أهم القضايا التنموية

• مدرس مساعد بكلية الإعلام- جامعة القاهرة

• الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

## معالجة البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية للموضوعات الاقتصادية برؤية مصر ٢٠٣٠

وشرحها وتبسيطها وتوضيح أهميتها للدولة والمواطن من خلال الأشكال البرمجية المختلفة، مما يساعد على إنجاز العملية التنموية .

و تعدُّ البرامج الحوارية أحد أهم الأشكال البرمجية التي يمكنها القيام بهذا الدور لما لها من قدرة على شرح وتفسير قضايا التنمية ، وخاصة عندما يتعلق الأمر بقضايا التنمية الاقتصادية والتي عادة ما تحتاج إلى جهد أكبر لوضعها فى دائرة اهتمامات الجمهور.

### مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة فى التعرف على كيفية تغطية الموضوعات الاقتصادية برؤية مصر ٢٠٣٠ فى القنوات الفضائية المصرية محل الدراسة ( قناة مصر الأولى ، dmc ) وذلك من خلال تحليل مضمون عينة من البرامج الحوارية المقدمة بتلك القنوات وهى ( مصر النهارده – مساء dmc ) ، ومعرفة أهم الموضوعات الاقتصادية التى تهتم بعرضها وإبرازها.

### أهمية الدراسة :

#### تبرز أهمية تلك الدراسة فى:

١- أهمية البعد الاقتصادى كأداة تتحدد من خلالها قدرات الدول ومدى استقلاليتها وتأثيرها على المستوى العالمى، وهو ما دفع الدول لبذل الكثير من الجهود لتحسين أوضاعها الاقتصادية.

٢- تزويد المجال البحثي بدراسة مطبقة على الموضوعات الاقتصادية برؤية مصر ٢٠٣٠، والتي تمثل الأولوية بالفترة الحالية وخطة الدولة الرئيسية.

### أهداف الدراسة :

#### تهدف الدراسة إلى التعرف على :

١- نوع الموضوعات التى تهتم البرامج الحوارية بعرضها بصفة عامة (سياسية-اقتصادية –اجتماعية...).

٢- أهم الموضوعات الاقتصادية برؤية مصر ٢٠٣٠ التى يتم التركيز عليها.

٣- طريقة معالجة الموضوعات الاقتصادية برؤية مصر ٢٠٣٠ فى البرامج الحوارية .

### الدراسات السابقة:

بمراجعة أدبيات البحث العلمي تبين وجود العديد من الدراسات التي تناولت التغطية الإعلامية للقضايا الاقتصادية، إلى جانب وجود بعض الدراسات التي تناولت التغطية الإعلامية للقضايا المتعلقة بالتنمية المستدامة بوسائل الإعلام المختلفة. ومن هذه الدراسات التي تمكنت الباحثة من رصدها:

#### أ- دراسات عرضت تغطية القضايا الاقتصادية فى وسائل الإعلام:

دمجت العديد من الدراسات المتعلقة بالقضايا الاقتصادية بين البعدين التحليلي والميداني، وبناءا عليه جاء التركيز فيها على (نسبة القضايا الاقتصادية – طريقة معالجتها- اتجاه الأخبار الاقتصادية- أهم القضايا الاقتصادية التى تهتم الجمهور – تأثير التعرض لها بوسائل الإعلام).

- تناولت العديد من الدراسات نسبة القضايا الاقتصادية التى يتم عرضها بوسائل الإعلام، حيث ظهر الاهتمام بعرض تلك القضايا بدراسة (آمال حسن الغزاوى ٢٠٠٩)<sup>١</sup> التى احتلت بها القضايا الاقتصادية المرتبة الأولى بالنسبة للقضايا المطروحة فى البرامج عينة الدراسة، يليها القضايا الاجتماعية، و دراسة (زيزيت إبراهيم ٢٠١٧)<sup>٢</sup> التى جاءت بها القضايا الاقتصادية الاجتماعية بالترتيب الأول فى صفح الدراسة الثلاثة، يليها قضايا الاستثمار بالترتيب الثانى، ثم قضايا الخصخصة.

- كما عرضت طريقة المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية بالقنوات التلفزيونية وتوصلت دراسة (لمياء سمير سيد ٢٠١٦)<sup>٣</sup> إلى ضعف أداء القنوات التلفزيونية المصرية فى عرض القضايا الاقتصادية من وجهة نظر الشباب من الباحثين، وانخفاض معدلات مشاهدتهم لها مع عدم ثقتهم فيما تعرضه، كما ذكرت دراسة (نوال عبد الله الحزوره ٢٠١٦)<sup>٤</sup> أن المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية جاءت غير كافية، واكتفت بنقاش قصير لبعض القضايا كأزمة الغاز والنفط.

- وظهر اتجاه الأخبار الاقتصادية المعروضة بوسائل الإعلام و جاءت الأخبار الاقتصادية السلبية بالمقدمة فى بعض الدراسات مثل (ستيوارت سوروكا ٢٠١٥)<sup>٥</sup> حيث جاءت التغطية الإعلامية للأخبار الاقتصادية السلبية بشكل أكبر من التغطية الإعلامية للأخبار الإيجابية، وأوضحت دراسة (جو بوب هيوسترون وروندا جيبسون

معالجة البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية للموضوعات الاقتصادية  
برؤية مصر ٢٠٣٠

٢٠٠٣) أنه تم تأطير أغلبية الأخبار الاقتصادية فى شكل سلبي أكثر من الإيجابي بنسبة ٤٢.٧% لصالح الأخبار السلبية.

- واختلفت القضايا الاقتصادية التى تهتم الجمهور وان كانت معظمها مرتبط بشكل مباشر بحياته اليومية حيث عرضت دراسة ( سمر يسرى جابر ٢٠١٦ )<sup>٧</sup> ترتيب الموضوعات والقضايا الاقتصادية المصرية وفقا لأهميتها للمبشرين كالتالى : قضية الغلاء وارتفاع الأسعار، أخبار الوقود، تراجع إيرادات قناة السويس ، أخيراً ارتفاع سعر الدولار بالسوق (السوداء)، وكشفت دراسة (هند محمد نبيل ٢٠١٤)<sup>٨</sup> أن القضايا الاقتصادية المحلية المباشرة المتعلقة بحياة المبحرين اليومية تصدر قائمة أولوياتهم حيث جاءت وفقاً لترتيبها (قضية البطالة، ثم مشكلة الفقر وانخفاض الدخل، ثم قضية ارتفاع الأسعار، ثم أزمة الوقود) كما أوضحت دراسة ( هشام عبد الملك ٢٠١٥ )<sup>٩</sup> أهم القضايا الاقتصادية من وجهة نظر العينة وفقاً لترتيبها فى (أداء الاقتصاد المصري، والغلاء وارتفاع الأسعار، وإعادة هيكلة أجور العاملين بالدولة، وتأثر النشاط السياحي، وإسقاط الديون المصرية، وفوضى السوق المصرية، والأقراض الخارجي، وأخيراً المشكلات المتعلقة بالبورصة).

- تأثير التعرض للقضايا الاقتصادية بوسائل الإعلام على الجمهور حيث اثبتت دراسة ( لمياء سمير سيد ٢٠١٦ )<sup>١٠</sup> وجود علاقة ارتباطية بين مستوى الاعتماد على القنوات التلفزيونية المصرية فى متابعة مشروع محور قناة السويس ودرجة الانغماس فى المشروع، كما اوضحت دراسة (دعاء عادل محمود ٢٠١٦)<sup>١١</sup> وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أطر التغطية الخبرية للقضايا الاقتصادية والاجتماعية بالمواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي واتجاهات المبحرين نحوها، وظهرت دراسة ( هند محمد نبيل ٢٠١٤ )<sup>١٢</sup> وجود علاقة جزئية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للنشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون المصري وترتيب الموضوعات والقضايا الاقتصادية المحلية والخارجية لدى المبحرين.

ب- دراسات تناولت قضايا التنمية المستدامة بوسائل الإعلام :

ركزت الدراسات التى تناولت قضايا التنمية المستدامة بوسائل الإعلام على (حجم تغطيتها- أهم قضايا التنمية المستدامة التى يتم التركيز عليها- دور وسائل الإعلام فى التنمية المستدامة ).

- اهتمت بعض الدراسات بعرض حجم التغطية الإعلامية لقضايا التنمية المستدامة ومنها دراسة محمود زكى (2018)<sup>13</sup> التى أوضحت أنه لا تزال استراتيجية التنمية المستدامة "رؤية مصر ٢٠٣٠"، بحاجة إلى مزيد من التغطيات التلفزيونية حتى تصبح أكثر حضوراً فى أذهان المشاهدين، وهو ما يتفق مع دراسة (الهام يونس 2016)<sup>14</sup> حيث بلغت نسبة التنمية المستدامة فى مختلف القضايا (الاجتماعية - الاقتصادية - القانونية) ٢٠%، وهى القضايا التى ناقشت حقوق الأجيال الحالية والمستقبلية معاً.

- تم عرض أهم قضايا التنمية المستدامة التى يتم التركيز عليها فى وسائل الاعلام العربية فذكرت دراسة (الهام يونس 2016)<sup>15</sup> أن القضايا الاقتصادية هى أكثر القضايا التى تطرقت للتنمية المستدامة أو الحفاظ على حقوق الأجيال القادمة من النمو الاقتصادي حيث بلغت نسبتها ٢٨%.

- وتوصلت العديد من الدراسات السابقة إلى الدور الهام لوسائل الإعلام فى التنمية المستدامة حيث ظهر بدراسة (فى زى فونج ٢٠٢٠)<sup>١٦</sup> أن وسائل الإعلام التنموية وموقف الصحافة المناصر تجاه التنمية المستدامة يمكن أن يزيد من نية الحكومة والشعب فى تبني سلوك الاستدامة، إلى جانب دراسة (روث اوكانسى ٢٠١٨)<sup>١٧</sup> التى أشارت إلى أن وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والراديو مصادر مفيدة للمعلومات عن الأهداف الإنمائية للألفية وقضايا التنمية بشكل عام.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

اتفقت العديد من الدراسات السابقة حول مجموعة من النتائج، ومنها:

- ١- زيادة نسبة الأهتمام بعرض القضايا الاقتصادية.
- ٢- ضعف المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية التى يتم عرضها.
- ٣- ظهور الإتجاه السلبى فى المقدمة نحو القضايا الاقتصادية التى يتم مناقشتها.
- ٤- ظهور القضايا الاقتصادية التى تتعلق بالحياة اليومية للمواطنين فى مقدمة القضايا التى يهتم الجمهور بمتابعتها.
- ٥- الدور الهام الذى تقوم به وسائل الإعلام فى عملية التنمية المستدامة.

معالجة البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية للموضوعات الاقتصادية  
برؤية مصر ٢٠٣٠

٦- ضعف حجم تغطية القضايا الخاصة بالتنمية المستدامة بوسائل الإعلام والحاجة إلى زيادة المساحة المخصصة لها.

**تساؤلات الدراسة:**

**- تساؤلات خاصة بالشكل:**

١- كم عدد الفقرات المتضمنة لموضوعات اقتصادية فى البرامج الحوارية؟

٢- ما ترتيب الموضوعات الاقتصادية بفقرات البرامج الحوارية؟

٣- ما القوالب الفنية التى قدمت من خلالها الموضوعات الاقتصادية؟

٤- ما وسائل الإبراز المستخدمة بالموضوعات الاقتصادية؟

**- تساؤلات خاصة بالمضمون:**

١- ما نوع الموضوعات التى تهتم البرامج الحوارية بعينة الدراسة بعرضها؟

٢- ما أهم الموضوعات الاقتصادية التى اهتمت البرامج الحوارية بالتركيز عليها؟

٣- ما الاتجاه الغالب نحو الموضوعات الاقتصادية فى البرامج عينة الدراسة؟

٤- ما أساليب الإقناع المستخدمة فى عرض الموضوعات الاقتصادية بالبرامج الحوارية عينة الدراسة؟

**الاجراءات المنهجية للدراسة :**

**نوع الدراسة:** تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية (Descriptive Research)، وهى تلك التى تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع<sup>١٨</sup>، حيث تهدف الدراسة إلى رصد معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاقتصادية برؤية مصر ٢٠٣٠، وذلك للوقوف على أهم العناصر التى يتم التركيز عليها والرسائل التى تهتم البرامج الحوارية بإبرازها.

**منهج الدراسة:**

تعتمد الدراسة على **منهج المسح** وذلك من خلال مسح مضمون عينة من البرامج الحوارية المذاعة فى القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة وهى ( قناة مصر الأولى ، قناة dmc ).

### عينة الدراسة:

اجريت الدراسة التحليلية على عينة من القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة وتتمثل فى (قناة مصر الأولى، و قناة dmc ) وتضم حلقات برنامج ( مصر النهارده) من قناة مصر الأولى ، وبرنامج (مساء dmc ) من قناة dmc ، فى الفترة من ٢٠١٩/١٠/٣١ وحتى ٢٠١٩/١٢/٣١ ليصل عدد الحلقات التى تم تحليلها إلى ١١٦ حلقة، وقد تم استثناء الموضوعات التى لا تتعلق بالقضايا الاقتصادية برؤية مصر ٢٠٣٠ من التحليل ووصل الزمن الكلى للتحليل إلى ٢٩٧٦ ق من إجمالى زمن البرامج المسجلة وهو ١٠٨٩٢ ق.

### اسباب اختيار عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة بعد إجراء دراسة استطلاعية على عينة عمدية قوامها ٥٠ شخص من مشاهدى القنوات الفضائية خلال الفترة من ٢٠ إلى ٣٠ يوليو ٢٠١٩ للتعرف على أهم القنوات الفضائية التى يهتموا بتابعاتها، وأظهرت النتائج أن قناة dmc جاءت فى مقدمة القنوات الفضائية الخاصة التى يشاهدها المبحوثون بنسبة ٦٠.٣% يليها قناة cbc ثم قناة النهار، كما احتل برنامج "مساء dmc" المرتبة الأولى كأكثر البرامج الحوارية متابعة من قبل العينة، و تم اختيار برنامج مصر النهارده لكونه البرنامج الرئيسى بالقناة الحكومية الرسمية "قناة مصر الأولى".

### أداة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على استخدام صحيفة تحليل المضمون لعينة من البرامج الحوارية، وتم تصميم الاستمارة بما يسهم فى تحقيق أهداف الدراسة وبعد الإطلاع على الدراسات السابقة للاستفادة من الوحدات والفئات المستخدمة فى التحليل.

**وحدات التحليل المستخدمة :** تم استخدام وحدة ( الفقرة ) ووحدة (الموضوع ) فى تحليل البرامج ، واستخدام وحدة الزمن وهى (الدقيقة والثانية ).

### فئات التحليل المستخدمة :

اشتملت صحيفة تحليل المضمون على فئات خاصة بالشكل وفئات خاصة بالمضمون على النحو التالى:

معالجة البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية للموضوعات الاقتصادية  
برؤية مصر ٢٠٣٠

أولاً : الفئات الخاصة بالشكل : عدد الفقرات التى تضمنت موضوعات اقتصادية بالبرنامج - ترتيب الموضوعات الاقتصادية بالبرنامج- القالب الفنى الذى عرضت من خلاله الموضوعات- وسائل الإبراز المستخدمة فى عرض الموضوعات .

ثانياً : الفئات الخاصة بالمضمون : نوع الموضوعات – أهم الموضوعات المعروضة - الاتجاه الغالب نحو الموضوعات الاقتصادية – الأساليب الإقناعية المستخدمة.

نتائج الدراسة

أ- الفئات الخاصة بالشكل:

1- عدد الفقرات:

جدول (١)

عدد الفقرات المتضمنة موضوعات اقتصادية

الإجمالى		مساء dmc		مصر النهارده		البرامج	الفقرات
%	ك	%	ك	%	ك		
٥٢.٧	١٥٨	٤٥.٥	٧٠	٦٠.٣	٨٨		متضمنة موضوعات اقتصادية
٤٧.٣	١٤٢	٥٤.٥	٨٤	٣٩.٧	٥٨		غير متضمنة موضوعات اقتصادية
١٠٠	٣٠٠	١٠٠	١٥٤	١٠٠	١٤٦		الإجمالى

- يتضح من الجدول السابق زيادة عدد الفقرات المتضمنة موضوعات اقتصادية بنسبة ٥٢.٧% من اجمالى الفقرات المعروضة بكلا البرنامجين مقابل ٤٧.٣% لا تتضمن موضوعات اقتصادية.

- جاءت الفقرات المتضمنة موضوعات اقتصادية فى المقدمة ببرنامج (مصر النهارده) بنسبة ٦٠.٣% بينما جاءت الفقرات الغير متضمنة موضوعات اقتصادية فى المقدمة ببرنامج (مساء dmc) بنسبة ٥٤.٥% مما يوضح زيادة الأهتمام نسبيا بالموضوعات الاقتصادية ببرنامج مصر النهارده عن برنامج مساء dmc.



**٢- ترتيب الموضوعات:**

**جدول رقم (٢)**

**ترتيب الموضوعات الاقتصادية بفقرات البرامج**

الترتيب	البرامج	مصر النهارده		مساء dmc		الإجمالى	
		ك	%	ك	%	ك	%
بداية	١٥٦	٧٩.٦	١٢٤	٨١.١	٢٨٠	٨٠.٢٣	
وسط	٢٥	١٢.٨	١٧	١١.١	٤٢	١٢.٠٣	
نهاية	١٥	٧.٦	١٢	٧.٨	٢٧	٧.٧٤	
الإجمالى	١٩٦	١٠٠	١٥٣	١٠٠	٣٤٩	١٠٠	

- يشير الجدول رقم (٢) زيادة عدد الموضوعات الاقتصادية التى عرضت فى بداية الحلقة حيث وصلت نسبتها إلى ٨٠.٢٣% من إجمالى الموضوعات المقدمة بالبرنامجين يليها الموضوعات التى عرضت كفقرة ثانية بوسط الحلقة بنسبة ١٢.٠٣% .
- ظهرت الموضوعات الاقتصادية فى بداية الحلقة ببرنامج مساء dmc بنسبة ٨١.١% وهى أكبر قليلا من برنامج مصر النهارده الذى ظهرت فيه بنسبة ٧٩.٦% وقد يرجع ذلك إلى زيادة عدد الموضوعات الاقتصادية المعروضة مما يحتم عرضها فى الفقرة الأولى التى تتخذ شكل اخبارى يتضمن العديد من الأخبار المتنوعة ، إلى جانب أهمية تلك الموضوعات ووضعها ببداية الحلقة لجذب انتباه المشاهدين .

٣- القوالب الفنية:

جدول (٣)

القوالب الفنية التى قدمت من خلالها الموضوعات الاقتصادية

الإجمالى	مساء dmc		مصر النهارده		البرامج	القالب الفنى
	ك	%	ك	%		
٥٤.٤٤	١٩٠	٣٩.٢	٦٠	٦٦.٣٣	١٣٠	خبر
٢.٩	١٠	٥.٩	٩	٠.٥١	١	حديث مباشر
١٤.٣	٥٠	٨.٥	١٣	١٨.٨٨	٣٧	حوار داخل الاستديو
١.٧٢	٦	٢.٦	٤	١	٢	حوار خارجى
٢.٦	٩	٥.٢	٨	٠.٥١	١	حوار عبر الهاتف
٠.٩	٣	٢	٣	-	-	حوار عبر شاشة عرض
٣.٧٢	١٣	٦.٥	١٠	١.٥٣	٣	تقارير من موقع الأحداث
٨.٦	٣٠	١٥.٧	٢٤	٣.١	٦	خبر + حديث مباشر
٣.٧٢	١٣	٧.٢	١١	١	٢	خبر + حوار عبر الهاتف
١.٤	٥	٢.٦	٤	٠.٥١	١	أخرى
٥.٧	٢٠	٤.٦	٧	٦.٦٣	١٣	أكثر من قالبين
١٠٠	٣٤٩	١٠٠	١٥٣	١٠٠	١٩٦	الإجمالى

- يظهر من الجدول رقم (٣) زيادة نسبة الموضوعات الاقتصادية التى تم عرضها فى قالب إخبارى حيث وصلت نسبتها إلى ٥٤.٤٤% من إجمالى الموضوعات المعروضة فى البرنامجين، يليها الموضوعات المعروضة فى قالب حوارى داخل الاستديو بنسبة ١٤.٣% .
- جاء نسبة الموضوعات الاقتصادية المعروضة فى قالب إخبارى بالمرتبة الأولى فى برنامج (مصر النهارده) بنسبة ٦٦.٣٣% مقابل ٣٩.٢% فى برنامج (مساء dmc) كما عرضت الموضوعات فى قالب حوار داخل الاستديو بالمقدمة أيضا ببرنامج مصر النهارده بنسبة أكبر من مساء dmc .

معالجة البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية للموضوعات الاقتصادية  
برؤية مصر ٢٠٣٠

٤- وسائل الإبراز:

جدول (٤)

وسائل الإبراز المستخدمة بالموضوعات الاقتصادية

الإجمالى		مساء dmc		مصر النهارده		البرامج وسائل الإيضاح
%	ك	%	ك	%	ك	
٢٧.٢	٩٥	٣٥.٩	٥٥	٢٠.٤	٤٠	تقرير
٤.٦	١٦	٢	٣	٦.٦	١٣	انفوجراف
٢٥.٢	٨٨	٢٢.٢	٣٤	٢٧.٦	٥٤	مادة فيلمية+عناوين مكتوبة
١٣.٧	٤٨	١٢.٤	١٩	١٤.٨	٢٩	لقطات ارشيفية+ عناوين مكتوبة
٨.٣	٢٩	٣.٣	٥	١٢.٢	٢٤	صورة ثابتة+ عناوين مكتوبة
٩.٢	٣٢	٧.٢	١١	١٠.٧	٢١	عناوين مكتوبة
٩.٢	٣٢	١٤.٤	٢٢	٥.١	١٠	أكثر من وسيلتين
٢.٦	٩	٢.٦	٤	٢.٦	٥	أخرى
١٠٠	٣٤٩	١٠٠	١٥٣	١٠٠	١٩٦	الإجمالى

- يظهر من الجدول السابق أن الموضوعات الاقتصادية المتضمنة تقارير جاءت فى المرتبة الأولى بنسبة ٢٧.٢% من إجمالى الموضوعات الاقتصادية المعروضة يليها استخدام (مادة فيلمية + عناوين مكتوبة) فى عرض الموضوعات الاقتصادية بنسبة ٢٥.٢% ثم الاعتماد على (لقطات ارشيفية+ عناوين مكتوبة) بنسبة ١٣.٧%، بينما استخدمت وسائل الإبراز "أخرى" مثل الاعتماد على شاشة مكتوبة أو رسوم بيانية أو فيديو جراف بنسبة قليلة وهى ٢.٦%.
- ظهر اهتمام برنامج (مساء dmc) بعرض التقارير بالموضوعات الاقتصادية المعروضة حيث جاءت بنسبة ٣٥.٩% من اجمالى الموضوعات المعروضة بالبرنامج، يليها استخدام (مادة فيلمية + عناوين مكتوبة) بنسبة ٢٢.٢%، بينما ظهر اهتمام برنامج (مصر النهارده) بعرض (مادة فيلمية + عناوين مكتوبة) فى المرتبة الأولى بنسبة ٢٧.٦%.

معالجة البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية للموضوعات الاقتصادية  
برؤية مصر ٢٠٣٠

ب- النتائج الخاصة بمضمون القضايا الاقتصادية المعروضة :  
٥- نوع الموضوعات:

جدول رقم (٥)

نوع الموضوعات المعروضة بالبرامج الحوارية عينة الدراسة

الموضوع	البرامج		مصر النهارده		مساء dmc		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سياسى	٩١	١٧.٦	٨٠	١١.٩	١٧١	١٤.٤		
اقتصادى	١٧١	٣٣	١٤٣	٢١.٣	٣١٤	٢٦.٤		
اجتماعى	٢٢	٤.٣	١٢٨	١٩.١	١٥٠	١٢.٦		
بيئى	٢	٠.٤	٢	٠.٣	٤	٠.٣		
صحي	١٣	٢.٥	٢٩	٤.٣	٤٢	٣.٥		
تعليمى	١٧	٣.٣	١٦	٢.٤	٣٣	٢.٨		
عسكرى أو أمنى	٧٧	١٤.٨	٢٦	٣.٩	١٠٣	٨.٧		
فنى	٧	١.٤	٥٣	٧.٩	٦٠	٥.١		
رياضى	١١	٢.١	٢٤	٣.٦	٣٥	٣		
دينى	٩	١.٧	١٥	٢.٢	٢٤	٢		
منوعات	٢٩	٥.٦	٦٥	٩.٧	٩٤	٧.٩		
سياسى + اقتصادى	١٠	١.٩	٨	١.٢	١٨	١.٥		
صحي + اقتصادى	٥	١	-	-	٥	٠.٤		
اجتماعى + اقتصادى	٨	١.٥	١	٠.٢	٩	٠.٨		
أمنى + اقتصادى	٢	٠.٤	١	٠.٢	٣	٠.٣		
أكثر من موضوع	٢٥	٤.٨	٣٠	٤.٥	٥٥	٤.٦		
أخرى	١٩	٣.٧	٤٩	٧.٣	٦٨	٥.٧		
<b>الإجمالى</b>	<b>٥١٨</b>	<b>١٠٠</b>	<b>٦٧٠</b>	<b>١٠٠</b>	<b>١١٨٨</b>	<b>١٠٠</b>		

- يتضح من الجدول رقم (٥) ظهور الموضوعات الاقتصادية بالمرتبة الأولى بنسبة ٢٦.٤% من إجمالى الموضوعات المعروضة بكلا البرنامجين ، إلى جانب عرض الموضوعات الاقتصادية مع موضوعات أخرى (سياسية، صحية، اجتماعية، أمنية)

معالجة البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية للموضوعات الاقتصادية  
برؤية مصر ٢٠٣٠

لتمثل إجمالى الموضوعات الاقتصادية المعروضة سواء بشكل منفرد أو بجانب موضوعات أخرى نسبة ٢٩.٤% من إجمالى الموضوعات المعروضة بالبرامج عينة الدراسة ، وظهرت الموضوعات السياسية بالمرتبة الثانية بنسبة ١٤.٤% بينما جاءت الموضوعات الاجتماعية فى الترتيب الثالث بنسبة ١٢.٦% ، وجاءت الموضوعات البيئية لتمثل نسبة ٠.٣% كآخر الموضوعات التى حازت على اهتمام البرامج الحوارية عينة الدراسة.

**٦- أهم الموضوعات:**

**جدول رقم (٦)**

**الموضوعات الاقتصادية المعروضة بالبرامج عينة الدراسة**

الإجمالى		مساء dmc		مصر النهارده		الموضوع
%	ك	%	ك	%	ك	
١٩.٨	٦٩	٢١.٦	٣٣	١٨.٣	٣٦	مشروعات تنموية
١١.٥	٤٠	١٣.١	٢٠	١٠.٢	٢٠	مؤشرات اقتصادية
٨.٣	٢٩	٨.٥	١٣	٨.٢	١٦	التحول الرقمى
٦	٢١	٤.٦	٧	٧.١	١٤	قطاع الطاقة والغاز
٦	٢١	٨.٥	١٣	٤.١	٨	السياحة
٥.٢	١٨	٤.٦	٧	٥.٦	١١	ملف النقل والسكة الحديد
٥.٢	١٨	٣.٩	٦	٦.١	١٢	المبادرات الرئاسية
٤.٣	١٥	٤.٦	٧	٤.١	٨	موضوعات متعلقة بالاستثمار
٤	١٤	٣.٣	٥	٤.٦	٩	العاصمة الإدارية
٣.٧	١٣	٥.٢	٨	٢.٦	٥	تنمية ودعم المشروعات المتوسطة والصغيرة
٣.٧	١٣	٣.٩	٦	٣.٦	٧	اتفاقيات تعاون
٠.٩	٣	٠.٦	١	١	٢	مكافحة الفساد
٣.٤	١٢	١.٩	٣	٤.٦	٩	دعم الصناعة المحلية
٢	٧	٢.٦	٤	١.٥	٣	خدمات حكومية جديدة
٣.١	١١	١.٣	٢	٤.٦	٩	التموين وضبط الاسواق
٧.٢	٢٥	٥.٩	٩	٨.٢	١٦	تجمع أكثر من موضوع
٥.٧	٢٠	٥.٩	٩	٥.٦	١١	أخرى
١٠٠	٣٤٩	١٠٠	١٥٣	١٠٠	١٩٦	الإجمالى

معالجة البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية للموضوعات الاقتصادية  
برؤية مصر ٢٠٣٠

- يشير الجدول رقم (٦) إلى ظهور الموضوعات المتعلقة بإنجازات المشروعات التنموية بالمحافظات المختلفة بنسبة ١٩.٨% بالمرتبة الأولى يليها الموضوعات المتعلقة بالمؤشرات الاقتصادية الحالية للاقتصاد المصرى بنسبة ١١.٥% ثم موضوعات التحول الرقمى للدولة بنسبة ٨.٣%، وقد ظهرت الفقرات والأخبار الاقتصادية التى تجمع بين أكثر من موضوع بنسبة ٧.٢% مثل ظهور الموضوعات المتعلقة بقطاع الطاقة مع موضوعات تتعلق بالاستثمار ، أو ظهور ملف النقل والسكة الحديد مع موضوعات قطاع الطاقة وموضوعات الاستثمار .
- اتفق كلا البرنامجين فى ترتيب الموضوعات الثلاثة الأولى ، واختلفوا فى ترتيب باقى الموضوعات، حيث ظهر اهتمام برنامج (مساء dmc) بالموضوعات الخاصة بقطاع السياحة وتنمية المشروعات المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر بشكل أكبر من برنامج (مصر النهارده)، الذى اهتم بقطاع الطاقة والغاز وموضوعات النقل والسكة الحديد والمبادرات الرئاسية بصورة أكبر من (مساء dmc).
- جاء موضوع مكافحة الفساد فى المرتبة الأخيرة بنسبة ٠.٩% ، ولم يهتم كلا البرنامجين بعرض الموضوع فى شكل أخبار أو فقرات مستقلة بل جاء موضوع مكافحة الفساد عادة كأحد نتائج إجراءات الدولة المتعلقة بالتحول الرقمى.

**٧- الاتجاه الغالب:**

**جدول رقم (٧)**

**الاتجاه الغالب نحو الموضوعات الاقتصادية بالبرامج عينة الدراسة**

الاتجاه	البرامج		مصر النهارده		مساء dmc		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إيجابى	١٨٨	٩٥.٩	١٤٩	٩٧.٣	٣٣٧	٩٦.٦		
محايد	٧	٣.٦	١	٠.٧	٨	٢.٣		
يجمع بين الإيجابى والسلبى	١	٠.٥	٣	٢	٤	١.١		
الإجمالى	١٩٦	١٠٠	١٥٣	١٠٠	٣٤٩	١٠٠		

معالجة البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية للموضوعات الاقتصادية  
برؤية مصر ٢٠٣٠

- يتضح من النتائج العامة بالجدول رقم (٧) ظهور الاتجاه الإيجابى للموضوعات الاقتصادية بنسبة ٩٦.٦% من اجمالى الموضوعات الاقتصادية المعروضة ، بفارق كبير عن الموضوعات التى تحمل الاتجاه المحايد و التى جاءت بنسبة ٢.٣% ثم الموضوعات التى تجمع بين الاتجاه السلبي والإيجابى بنسبة ١.١%.

**٨- أساليب الإقناع المستخدمة:**

**جدول رقم (٨)**

أساليب الإقناع المستخدمة فى عرض الموضوعات الاقتصادية بالبرامج الحوارية  
عينة الدراسة

الإجمالى		مساء dmc		مصر النهارده		البرامج أساليب الإقناع
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٩.٩	٢٤٤	٧١.٩	١١٠	٦٨.٤	١٣٤	منطقية
٣.٢	١١	١.٣	٢	٤.٦	٩	عاطفية
٢٦.٩	٩٤	٢٦.٨	٤١	٢٧	٥٣	تجمع بين الأسلوبين
١٠٠	٣٤٩	١٠٠	١٥٣	١٠٠	١٩٦	الإجمالى

- يتضح من الجدول رقم (٨) ظهور أساليب الإقناع المنطقية بالمقدمة بنسبة ٦٩.٩% ، يليها الموضوعات التى تجمع بين الأسلوبين بنسبة ٢٦.٩% وأخيرا الأساليب العاطفية بنسبة ٣.٢%.

- جاءت الموضوعات المعتمدة على الاساليب المنطقية بالمقدمة فى البرنامجين كما تقاربت نسبتها بهما، ويرجع ذلك إلى الحاجة للتركيز على الأرقام والإحصائيات والحقائق إلى جانب التحليلات والتفسيرات فى عرض الموضوعات الاقتصادية، بينما مثلت الأساليب العاطفية ٣.٢% من إجمالى الموضوعات المعروضة وظهرت بشكل أكبر فى عرض الموضوعات المتعلقة بالمبادرات الرئاسية وآراء المواطنين بها .

## خلاصة الدراسة ومناقشة النتائج:

### أولاً: ملخص الدراسة:

تتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية (Descriptive Research)، التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، وتهدف إلى دراسة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية (قناة مصر الأولى) والخاصة (قناة dmc)، والتعرف على مدى اهتمامهم بعرض القضايا الاقتصادية برؤية مصر ٢٠٣٠ وكيفية تغطيتها لها.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح التحليلي، وذلك من خلال مسح مضمون عينة من البرامج الحوارية المذاعة بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة وهى (قناة مصر الأولى، قناة dmc).

وضمت العينة حلقات برنامج (مصر النهارده) من قناة مصر الأولى، وبرنامج (مساء dmc) من قناة dmc بداية من ٢٠١٩/١٠/٣١ وحتى ٢٠١٩/١٢/٣١ ليصل عدد الحلقات التي تم تحليلها إلى ١١٦ حلقة باستخدام صحيفة تحليل المضمون للتعرف على القضايا الاقتصادية برؤية مصر ٢٠٣٠ التي يتم عرضها بالبرامج عينة الدراسة وطريقة معالجتها.

### ثانياً: مناقشة نتائج الدراسة:

أكدت النتائج على مجموعة من النقاط التي تجيب عن تساؤلات الدراسة وتحقق أهدافها ويمكن استعراض هذه النتائج كالتالى:

١- برز اهتمام البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية بالقضايا الاقتصادية فى رؤية مصر ٢٠٣٠، وهو ما ظهر من خلال زيادة عدد الفقرات المتضمنة قضايا اقتصادية بكل البرنامجين حيث وصلت إلى ٥٢.٧% من إجمالي الفقرات المعروضة بهما، كما حرصت البرامج على عرضها فى بداية الحلقة بنسبة ٨٠.٢٣% من إجمالي الموضوعات المعروضة بالحلقات.

٢- ظهر التنوع فى القوالب الفنية التي يتم عرض الموضوعات الاقتصادية من خلالها فى برنامجى الدراسة، وإن جاءت فى شكل (خبر) بالمرتبة الأولى بنسبة ٥٤.٤٤% من



## معالجة البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية للموضوعات الاقتصادية برؤية مصر ٢٠٣٠

إجمالى الموضوعات الاقتصادية المعروضة فى كلا البرنامجين، إلا أنه ظهر أيضا استخدام التقارير من موقع الأحداث، الحوار عبر الهاتف، إلى جانب استخدام أكثر من قالبين فى بعض الموضوعات، فى حين برز اهتمام (برنامج مساء dmc) بالتنوع فى القوالب الفنية بشكل أكبر من (برنامج مصر النهارده) الذى ركز على القالب الإخبارى والحوار داخل الاستديو، بينما اعتمد مساء dmc على التنوع فى الحوار سواء (خارجى- عبر الهاتف - من خلال شاشة عرض) إلى جانب الاهتمام بعرض الموضوعات بأكثر من قالب وخاصة (خبر + حديث مباشر).

٣- اعتمدت البرامج الحوارية عينة الدراسة على استخدام وسائل الإبراز فى كافة الموضوعات الاقتصادية المعروضة، سواء اعتمدت على تقارير أو لقطات فيلمية أو عناوين مكتوبة وغيرها، وهو ما يتناسب مع طبيعة الموضوعات الاقتصادية التى تحتاج إلى وجود معلومات و عناصر تفصيلية لتوصيلها للجمهور بشكل مبسط وأكثر وضوحا.

٤- جاءت الموضوعات الاقتصادية فى الترتيب الأول بكلا البرنامجين عينة الدراسة مما يعكس الاهتمام بالاقتصاد وبالموضوعات المتعلقة بالتنمية المستدامة تحديدا.

٥- ظهر الاهتمام بعرض الموضوعات الاقتصادية المتعلقة بالمشروعات التنموية التى يتم إنجازها فى المحافظات المختلفة والتركيز على تغطية الافتتاحات الخاصة بها وإبراز أهميتها وما تعود به من نفع على الدولة والمواطنين، وركزت البرامج الحوارية عينة الدراسة وخاصة (برنامج مساء dmc) على الموضوعات المتعلقة بالأداء الاقتصادى الحالى والتقدم بالمؤشرات الاقتصادية والإشادات الدولية بخطة الإصلاح الاقتصادى فى مصر، بالإضافة إلى اهتمام كلا البرنامجين بشكل كبير بموضوع التحول الرقمى وعرض تفاصيله وهو ما يتوافق مع اتجاه الدولة المصرية الحالى نحو الرقمنة وتأسيس بنية أساسية رقمية لمواكبة التغيرات العالمية.

٦- ركزت البرامج الحوارية عينة الدراسة على المحاور المتعلقة بالبعد الاقتصادى فى رؤية مصر ٢٠٣٠ وهى (التنمية الاقتصادية - الطاقة - المعرفة والابتكار والبحث العلمى - الشفافية وكفاءة المؤسسات الحكومية) وإن جاء الاهتمام ببعض المحاور مثل (التنمية الاقتصادية والشفافية وكفاءة المؤسسات الحكومية) بشكل أكبر من المحاور

- الأخرى وخاصة محور المعرفة والابتكار والبحث العلمى الذى ظهر فى صورة أخبار سريعة دون الاهتمام بعرض تفاصيله أو ما تقوم به الدولة من إجراءات للإرتقاء به.
- ٧- غلب الاتجاه الإيجابى على عرض الموضوعات الاقتصادية بالبرامج الحوارية حيث ظهر بنسبة ٩٦.٦% من إجمالى الموضوعات الاقتصادية المعروضة ، بينما جاءت الموضوعات التى تجمع بين الاتجاه السلبى والإيجابى فى الفقرات التى يحمل فيها الضيف بعض التحفظات حول وجود نقاط معينة بالموضوع الاقتصادى الذى يدور حوله النقاش وإن ظهرت هذه الاتجاهات السلبية بشكل عابر وفى مساحة زمنية صغيرة جدا بالمقارنة بتلك المساحة التى يظهر فيها الاتجاه الإيجابى.
- ٨- جاءت الموضوعات المعتمدة على الأساليب المنطقية فى الترتيب الأول بكلا البرنامجين كما تقاربت نسبتها بهما، ويرجع ذلك إلى الحاجة للتركيز على الأرقام والإحصائيات والحقائق إلى جانب التحليلات والتفسيرات فى عرض الموضوعات الاقتصادية لتوصيل مدى التقدم الذى يحدث بها للجمهور ، بينما ركزت الموضوعات التى تجمع بين الأسلوب المنطقى والعاطفى على عرض ما يمكن أن يحدثه الموضوع المعروض من فارق فى حياة المواطنين، وظهر الاعتماد على الأسلوب المنطقى كليا فى عرض موضوعات التحول الرقمى والمؤشرات الاقتصادية إلى جانب الموضوعات المتعلقة بالاستثمار ، والتركيز على التحليلات والتفسيرات و الأرقام التى توضح حجم ما تم إنجازه والوصول إليه فيها.

## مراجع الدراسة :

- ١- آمال حسن الغزاوي، "المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية فى تناول الأداء الحكومي"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد التاسع، العدد الثالث (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير/ يونيه ٢٠٠٩).
- ٢- زيزيت إبراهيم أحمد حسين، "أطر المعالجة الإعلامية لقضايا الإصلاح الاقتصادي فى مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017).
- ٣- لمياء سمير سيد إبراهيم، "دور القنوات التلفزيونية المصرية فى طرح القضايا الاقتصادية وعلاقته بتشكيل معرفة الشباب واتجاهاته نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).
- ٤- نوال عبد الله الحزور، "قضايا التنمية فى المحطات الوطنية الإذاعية والتلفزيونية"، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، العدد الثامن، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر - ديسمبر 2016).
- 5- Stuart N.Soroka, Dominik A. Stecula & Christopher Wlezien, "It's (Change in) The (Future) Economy, Stupid: Economic Indicators, the Media, and Public Opinion", *In: American Journal of Political Science*, 2015, Vol: 59, No: 2, PP: 457-474, Available at: Wiley Online Library, accessed on: March 2018.
- 6- Joe Bob Hester and Rhonda Gibson, "The economy and second-level agenda setting: a time-series analysis of economic news and public opinion about the economy", *In: J&MC Quarterly*, 2003, Vol.80 . No.1. PP 73-90, Available at: journals.sagepub.com, accessed on :March 2018.
- ٧- سمر يسرى جابر عبد الله، "دور القنوات الفضائية العربية الاقتصادية فى ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية المصرية والعربية والدولية لدى الجمهور المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).
- ٨- هند محمد نبيل حسين، "دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون المصري فى ترتيب أولويات الجمهور نحو الموضوعات والقضايا الاقتصادية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2014).
- ٩- هشام عبد الملك عبد الرحيم، "دور برامج الرأي فى القنوات الفضائية الخاصة العربية فى ترتيب أولويات القضايا المصرية لدى مشاهديها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2015).
- ١٠- لمياء سمير سيد إبراهيم، "دور القنوات التلفزيونية المصرية فى طرح القضايا الاقتصادية وعلاقته بتشكيل معرفة الشباب واتجاهاته نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٦).

معالجة البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية للموضوعات الاقتصادية  
برؤية مصر ٢٠٣٠

١١- دعاء عادل محمود، "أطر تقديم القضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة فى المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٦).

١٢- هند محمد نبيل حسين، ٢٠١٤، مرجع سابق .

١٣- محمود محمد زكى عبد الإمام، "التغطية التلفزيونية لاستراتيجية التنمية المستدامة" رؤية مصر ٢٠٣٠ وعلاقتها بتصورات المصريين للمستقبل"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٨).

١٤- إلهام يونس أحمد، "تناول قضايا التنمية المستدامة فى برامج المرأة السعودية بالفضائيات الخاصة من منظور أخلاقي: دراسة حالة لقناة روتانا خليجية"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد الثامن (جامعة القاهرة: كلية الإعلام أكتوبر – ديسمبر ٢٠١٦).

١٥- إلهام يونس أحمد، ٢٠١٦، مرجع سابق.

16- Vi Thi Phuong , " Media for the Sustainable Development and the Strength of the Press " **In: International Journal of Social Science and Humanity**, February 2020, Vol. 10, No. 1,pp:22-28, Available at:ijssh.org, accessed on :September 2020.

17- RUTH CARBUKIE OCANSEY," THE ROLE OF COMMUNICATION IN ACHIEVING SUSTAINABLE DEVELOPMENT, THE CASE OF GHANA'S ENERGY GOAL (SDG) SECTOR" , **THESIS SUBMITTED TO THE UNIVERSITY OF GHANA**, 2018, Ghana , . Available at:scholar.google.com, accessed on :September 2020.

١٨- محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢).