



معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار وعلاقتها بالهزاج العام

للجمهور المصري

إعداد

د. أحمد متولي عبدالرحيم عمار

مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال

كلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس

DOI:

<https://doi.org/10.21608/ijmcr.2024.401500>

المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات

دورية علمية محكمة فصلية

المجلد (٤). العدد (١٥). ديسمبر ٢٠٢٤ □

P-ISSN: 2812-4812

E-ISSN: 2812-4820

<https://ijmcr.journals.ekb.eg/>

الناشر

جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون

الوشهرة برقم ٢٧١١ لسنة ٢٠٢٠، جمهورية مصر العربية

<https://srtaeg.org/>



## معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار وعلاقتها بالمزاج العام للجمهور المصري

## إعداد

## د. أحمد متولي عبد الرحيم عمار

مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال- كلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس

## المدخل

شهدت أسعار السلع والخدمات في مصر زيادة غير مسبوقه، جعلها محور اهتمام المواطن المصري مما دفعه للحصول علي معلومات حولها من المواقع الإخبارية، وبالتالي التأثير في المزاج العام، والذي يرتبط بالأحداث الاجتماعية والظروف الاقتصادية التي يواجهها الأفراد، استهدفت الدراسة التعرف علي مدي اهتمام المواقع الإخبارية بتناول قضية ارتفاع الأسعار وأطر المعالجة للقضية، كما حرصت علي رصد طبيعة واتجاه المعالجة ومدي تأثير ذلك علي المزاج العام للجمهور المصري إيجاباً أو سلباً، وجاءت الدراسة وصفية مستخدمة منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون للمواقع الإخبارية ذات التوجهات المختلفة، وهي المصري اليوم واليوم السابع ومصري ممتلئة للمواقع الخاصة وكذلك بوابة الأهرام وأخبار اليوم ممثلة للمواقع القومية، وجاءت الوفد ممثلة للمواقع الحزبية كما جاء سكاى نيوز والعربية ممثلة للمواقع العربية، وذلك لرصد الاختلاف في المعالجات من خلال تحليل (٤٣٠) مادة تحريرية بداية من شهر أغسطس حتي شهر أكتوبر لعام ٢٠٢٤، كما اعتمدت الدراسة علي أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة عمدية من الجمهور المصري بواقع (٤٣٥) مبحوث.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها ما يلي:

ارتفاع اهتمام المواقع الإخبارية محل الدراسة بتناول ارتفاع أسعار السلع والخدمات نتيجة لصدور الكثير من قرارات الزيادة، وجاء في مقدمتها أسعار المواد الغذائية والمواد البترولية، ووظفت المواقع الأطر المختلفة في معالجتها للقضية جاء في مقدمتها إطار الحماية الاجتماعية كما جاءت المعالجة تتسم بالتنميط والسطحية في أغلب المواقع خاصة المصرية وجعلها تؤثر علي القارئ في تشكيل المزاج العام، بينما جاء تناول في المواقع العربية أعمق وأكثر جرأة للقضية، ونتيجة لاهتمام المبحوثين عينة الدراسة بمتابعة أسعار السلع والخدمات بالمواقع الإخبارية وقوة الدوافع للتعرض طغي المزاج

العام السلبي علي الإيجابي والنظرة التشاؤمية وسيطرة حالة عدم رضي المبحوثين عينة الدراسة عن القرارات التي تتخذها الحكومة بشأن ارتفاع أسعار السلع والخدمات

والنداء الرئيسي: **المواقع الإخبارية، قضية ارتفاع الأسعار، المزاج العام.**

## **News websites address the issue of high prices and their relationship to the public mood of the Egyptian public.**

Dr. Ahmed Metwaly Abdelrahim Ammar

Lecturer of Journalism, Ainshams University

### **Abstract:**

The prices of goods and services in Egypt have seen an unprecedented increase, making them the focus of interest of the Egyptian citizen and prompting him to obtain information about them from news sites, Thus influencing the public mood, which is associated with social events and economic conditions faced by individuals, The study aimed to identify the extent of news sites' interest in addressing the issue of price rises and case-processing frameworks. She was also keen to monitor the nature and direction of processing and how this affects the public mood of the Egyptian public positively or negatively. The study was descriptive using the media survey curriculum in NCI analytical and field, The study used a content analysis tool for news sites with different orientations, It is "Al-Masry Al-Youm," "Youm7," and "Masrawy" representing private news outlets, as well as "Ahram Gate" and "Akhbar Al-Youm" representing state-owned media. "Al-Wafd" represented party-affiliated websites, while "Sky News" and "Al-Arabiya" represented Arab news outlets. The analysis covered 430 news articles from August, to monitor the difference in processors through analysis of 430 editorial materials from August to October 2024. The study also relied on the questionnaire tool to collect data from a deliberate sample of the Egyptian public 435 researchers.

The study reached several results, the most important of which are:

the high interest of the news sites under consideration in addressing the high prices of goods and services as a result of many decisions to increase, Foremost among them was the prices of food and petroleum items. The sites employed different frameworks in addressing the issue. The first was the social protection framework. The treatment was

characterized by profiling and superficial in most sites, especially Egyptian, and made it affect the reader in shaping the public mood. While addressing Arab sites came deeper and bolder to the cause, As a result of the study sample researchers' interest in following up on the prices of goods and services on news sites, the strength of the impulses for negative public exposure to the positive mood, the pessimistic perception and the control of the dissatisfaction of the researchers, the study sample of decisions taken by the Government on higher prices for goods and services.

**Keywords:** News websites , high prices , public mood.

### مقدمة:

أصبحت المواقع الإخبارية أحد المصادر الرئيسية في تقديم المضامين الإخبارية عن مجريات الأحداث والقضايا التي تحدث في العالم، ومن خلال توظيفها للخدمات التي تتيحها ما بين الخدمات التحريرية والتواصلية والتفاعلية، زادت أهميتها في نقل الأخبار والمعلومات ومنها ما يرتبط بقضية ارتفاع الأسعار خاصة في ظل عدم الثبات والاستقرار في الأسعار وارتفاعها بين الحين والآخر. حيث يواجه الاقتصاد المصري في الفترة الراهنة مجموعة من التحديات التي تؤثر على مسيرة التنمية ومحاولات الإصلاح المستمرة.

شهدت مصر في الأونة الأخيرة قفزة في أسعار الكثير من السلع والخدمات الأساسية ومنها علي سبيل المثال أسعار المواد الغذائية والأدوية والوقود والكهرباء، ويرجع ذلك لارتفاع معدلات التضخم الناتج عن اختلال التوازن بين العرض المتاح من السلع والخدمات والطلب الفعلي عليها، أي المقترن بالقدرة علي الشراء في ظل انخفاض الدخل وبذلك أصبح لمضامين ارتفاع الأسعار بوسائل الإعلام عامة والمواقع الإخبارية خاصة أهمية كبيرة لدي غالبية الشرائح المجتمعية والذي قد يدفعهم إلى الانغماس في مضامين معينة وانتقائها والذي يؤثر بطبيعة الحال على المزاج السائد بين أفراد المجتمع يتراوح ما بين السعادة والتفاؤل، والخوف والقلق.

ولأن المزاج العام مزيج من العمليات الشعورية والمعرفية النفسية والسلوكية. ووفقا لذلك، فالمزاج العام للمجتمع لا ينبع من فراغ، وإنما يعد محصلة لعوامل متعددة ثقافية ونفسية واجتماعية وسياسية ومعرفية يتوقع من خلالها أن يتوافق الأفراد مع بعضهم بعضاً في المجتمع. وتؤدي التغطية الصحفية (الإعلامية) لقضية معينة بالأفراد إلى أن يفسروا المواقف

الجديدة أو يعيدوا تفسير المواقف القديمة للحفاظ على الاتساق مع ميولهم الحالية التي تدعمها حالتهم المزاجية والشعورية. وبذلك يتشكل المزاج العام للجمهور سواء كان إيجابيًا أو سلبياً من خلال ما تقدمه تلك المواقع من تغطية وطرق معالجة وتأطير للمضامين.

### الدراسات السابقة:

تم الاطلاع على الدراسات والبحوث ذات الصلة بموضوع الدراسة: ركزت بعض الدراسات علي رصد وتحليل كيفية معالجة المواقع والصفحات الإلكترونية للقضايا الاقتصادية, حيث أكدت دراسة (إيمان عبد المنعم, ٢٠٢٣)<sup>(١)</sup> تنوع الأطر الخبرية في معالجة الصفحات الإلكترونية الرسمية المصرية لتداعيات الأزمات العالمية على الأوضاع الاقتصادية ما بين إطار المسئولية وإطار إدارة الأزمة, كما ركزت دراسة (هنادي غريب, ٢٠٢٣)<sup>(٢)</sup> علي رصد وتحليل التغريدات ذات الطابع الاقتصادي في الحسابات الخاصة بوسائل الإعلام المصرية على موقع تويتر وأكدت علي وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام بمتابعة القضايا الاقتصادية المنشورة عبر حسابات وسائل الإعلام بتويتر والحالة المزاجية المتكونة لدى جمهور النخبة الاقتصادية, وفي السياق ذاته اهتمت دراسة (دعاء سالم, ٢٠٢٣)<sup>(٣)</sup> بتقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لمعالجة المواقع الإلكترونية الاقتصادية للقضايا الاقتصادية وأكدت النخبة التزام المواقع بمسئوليتها الاجتماعية إلى حد ما, وجاءت قضية ارتفاع الأسعار في المرتبة الأولى كأهم القضايا الاقتصادية التي تتابعها عينة الدراسة, وكذلك كشفت دراسة (أحمد سيد, ٢٠١٩)<sup>(٤)</sup> عن العوامل المؤثرة على أطر تقديم قضية ارتفاع الأسعار في المواقع الصحفية الاقتصادية المتخصصة. حيث أكدت علي وجود مجموعة من التأثيرات والانعكاسات التي يفرضها النظام السياسي على طبيعة عمل الصحفيين فيما يتصل بأطر تقديم قضية ارتفاع الأسعار وكذلك وجود مجموعة من التأثيرات النابعة من التزام المحررين والقيادات التحريرية بمبادئ السياسة التحريرية لمواقعهم في معالجة قضية ارتفاع الأسعار.

وجاءت دراسة (مها مصطفى, ٢٠٢٠)<sup>(٥)</sup> لرصد وتحليل أطر معالجة قضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر, والتحديات الاقتصادية المطروحة في المواقع الإلكترونية الدولية والعربية, وجاءت قضية معالجة أزمة الديون في مصر بالمرتبة الأولى من اهتمامات مواقع الدراسة وخاصة موقع

سكاي نيوز. وكذلك اهتمت دراسة (Doudaki, et al,2019)<sup>(6)</sup> برصد أطر تقديم الأخبار الاقتصادية المتعلقة بإجراءات إنقاذ الاقتصاد القبرصي والأزمة الاقتصادية بصحف النخبة، أظهرت النتائج أن أطر التبعية، والمسؤولية الأكثر بروزا في الخطاب الصحفي، وعن الأطر الخبرية المستخدمة في معالجة أزمة اليورو بالصحف الحزبية بشكل مقارن بين دولتي : ألمانيا وإسبانيا جاءت دراسته (Kaiser et al,2019)<sup>(٧)</sup> لتؤكد الاختلاف في طبيعة الأطر المستخدمة بصحف البلدين خاصة في المقالات بسبب الارتباط بالتوجه الأيديولوجي الخاص لكل صحيفة. وأيضاً ركزت دراسة (أسماء طلعت, ٢٠٢١)<sup>(٨)</sup> على التعرف على الأطر التي تم توظيفها في معالجة القضايا الاقتصادية ومنها ارتفاع الأسعار، البطالة، التنمية الإقتصادية، وجاء التقرير في مقدمة الفنون الصحفية بمواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة (أخبار اليوم، الشروق، الوفد) التي تم عرض قضايا الاقتصاد المصري بها.

وركزت دراسات أخرى علي تناول وسائل الإعلام عامة والمواقع الاخبارية خاصة لإجراءات الإصلاح الاقتصادي والقرارات الاقتصادية الأخيرة التي أصدرتها الحكومة ومدى تأثيرها علي المزاج العام المصري، وطبيعة اتجاهاتهم نحو الحكومة، كدراسة (سماح المحمدي, ٢٠٢٢)<sup>(٩)</sup> والتي أكدت علي تنوع طبيعة الاتجاهات نحو الحكومة المصرية ما بين السلبية والإيجابية والمحايدة، وسادت حالة مزاجية إيجابية بين المواطنين حيث عبروا عن ثقتهم في الحكومة، وتأييدهم للقرارات الاقتصادية، وفي السياق ذاته جاءت دراسة (راللا عبد الوهاب, ٢٠٢٠)<sup>(١٠)</sup> لقياس معالجة المواقع الإلكترونية العالمية الناطقة بالعربية لإجراءات الإصلاح الاقتصادي وانعكاسات ذلك على المزاج العام للجمهور المصري، وأكدت أن معالجات المواقع الإخبارية للأخبار الاقتصادية ساعد علي فهم الجمهور لإجراءات الإصلاح الاقتصادي المصري، وشكلت حالة مزاجية سلبية بين الجمهور. وفي نفس الاتجاه سعت دراسة (Kalogeropoulos, 2017) إلى اختبار مدى تأثير تعرض الجمهور للأخبار الاقتصادية على اتجاهاته نحو الأداء الحكومي، من خلال التطبيق علي (١٢٨٠) مفردة من الدنماركيين وأوضحت النتائج أن حجم وكثافة تعرض الجمهور للبرامج الاقتصادية مؤشر مهم يلعب دوراً في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأداء الحكومي.

ونتيجة لكثرة المشروعات القومية باعتبارها عاملاً أساسياً في الإصلاح الاقتصادي اهتمت دراسة (محمود عبد الحلیم, ٢٠١٧)<sup>(١١)</sup> بمعرفة درجة تعرض الشباب الجامعي للمضامين

الإخبارية بالقنوات الفضائية ومواقع الصحف الإلكترونية وحالتهم المزاجية السائدة، وأظهرت الدراسة ارتفاع مستويات الرضا نحو المشروعات القومية، ومن هذه المشروعات مبادرة حياة كريمة، كما ركزت عليها دراسة (مها مصطفى، ٢٠٢٢)<sup>(١٢)</sup> من خلال التعرف علي دور تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر، حيث أكدت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة والمشاعر الإيجابية والسلبية تجاه موضوعات مبادرة حياة كريمة.

بينما حرصت دراسات أخرى علي قياس العلاقة بين التعرض للمضامين الإخبارية وحالة المزاج العام السائدة لدي الجمهور والذي يسعي إلى التعرض الانتقائي للموضوعات، حيث جاءت دراسة (مها مدحت، ٢٠٢٤)<sup>(١٣)</sup> لرصد تأثير تعرض المواطن المصري للأخبار المنشورة عن أزمة الكهرباء بالمواقع الإلكترونية المتعلقة بالقرارات التي اتخذتها الحكومة المصرية في أثناء الأزمة والمزاج العام للمواطن المصري وكشفت النتائج عن ارتفاع التعرض للأخبار المنشورة عن أزمة الكهرباء في المواقع الإلكترونية، وأشارت النتائج إلى ارتفاع الحالة المزاجية السلبية لدى المبحوثين مقارنة بالحالة المزاجية الإيجابية.

كما ركزت دراسة (محسن جلوب وجهاد كاظم، ٢٠١٩)<sup>(١٤)</sup> علي رصد تأثيرات تعرض الجمهور للمحتوى الإخباري بالقنوات الفضائية علي الحالة المزاجية لهم، واتضح وجود تأثير كبير للتعرض للأخبار السلبية على الجانب الوجداني للمشاهدين واهتمت أيضا دراسة (هشام رشدي، ٢٠٢٢)<sup>(١٥)</sup> التعرف على العلاقة بين استخدام البث المباشر في تغطية قضايا المجتمع المصري عبر المنصات الإلكترونية للصحف والحالة المزاجية لدى الجمهور، وأكدت أن تعرض الجمهور للقضايا السلبية عبر فيديوهات البث المباشر يؤدي إلى تشكيل الحالة المزاجية السلبية والعكس، كما أن المزاج العام السلبي يؤدي إلى انتقاء المضمون السلبي الذي يشاهده الجمهور والعكس. وجاءت أيضا دراسة (مصطفى رفعت، ٢٠٢١)<sup>(١٦)</sup> لقياس تعرض الشباب البحريني الجامعي للمواقع الإلكترونية الإخبارية البحرينية وعلاقتها بالحالة المزاجية المسيطرة عليهم نحو إعلان "ترامب" خطة السلام الأمريكية، المعروفة إعلاميًا بـ "صفقة القرن"، اتضح سيادة حالة مزاجية سلبية لدى المبحوثين، كما حاولت دراسة (حنان عبد الوهاب، ٢٠٢٠)<sup>(١٧)</sup> قياس تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على

تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري، وكشفت الدراسة سيطرة الحالة المزاجية السلبية على مستوى الموضوعات المثارة عن التغطية للأزمة بالمواقع الإخبارية، والتي انعكست بدورها على المزاج العام والشخصي السلبي لدى الجمهور المصري. وكذلك أثبتت دراسة (هيثم جودة، ممدوح عبد الله ٢٠١٥)<sup>(١٨)</sup> ارتفاع معدل المزاج السلبي بين الجمهور المصري والسعودي كنتيجة لتعرضهم للأخبار المتعلقة بالدول العربية، كما انخفضت معدلات الرضا وزاد القلق بشكل عام بين المبحوثين نتيجة التعرض للمحتوى الإخباري المتعلق بالدول العربية في القنوات التلفزيونية المتاحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ونتيجة لرغبة الجمهور في التعرض للمضامين التي تحسن حالة المزاجية خاصة مواقع التواصل الاجتماعي أكدت دراسة (R.Francesca et al,2017)<sup>(١٩)</sup> أن الشباب يسعون لتحسين حالتهم المزاجية من خلال استخدام المواقع التواصل الاجتماعي وذلك بغرض الترفيه، لاسيما الذكور منهم، وكذلك حاولت دراسة (Johnson,2014)<sup>(٢٠)</sup> رصد طبيعة العلاقة بين التعرض الانتقائي لمحتويات وسائل التواصل الاجتماعي وحالة المستخدمين المزاجية وأكدت أن المتابعين يفضلون الصفحات الشخصية للأفراد الناجحين، ويتمتعون بحالة مزاجية جيدة، بعكس الأشخاص الذين لديهم حالة مزاجية سلبية لأنهم يفضلون صفحات الأشخاص الأقل جاذبية.

وجاءت دراسات أخرى تؤكد علي قوة العلاقة بين مستوي الدخل والحالة المزاجية للأفراد وهذا ما أكدت دراسة (هشام سعيد، ٢٠٢٤)<sup>(٢١)</sup> والتي سعت لقياس علاقة انخفاض الدخل بالحالة المزاجية للأفراد وأكدت علي وجود علاقة بين انخفاض قيمة العملة واضطراب دورية المزاج وكذلك وجود علاقة بين زيادة معدلات ضرائب القيمة المضافة وبين اضطراب دورية المزاج وانعكاس انخفاض الدخل الحقيقية على الحالة المزاجية للأفراد وفي هذا الاتجاه أيضا حاولت دراسة (Damstra, 2021)<sup>(٢٢)</sup> رصد العلاقة بين ثلاثة متغيرات مهمة هي حالة الوضع الاقتصادي الفعلي، وحجم تغطية الأخبار الاقتصادية، وتوقعات الجمهور، وتوصلت النتائج إلى أن الأمر يتوقف على حالة الاقتصاد التي تشهدها البلاد فإذا كان الوضع الاقتصادي متدنياً ترتب على ذلك تغطية مكثفة للشأن الاقتصادي، وينعكس ذلك على الجمهور.

## التعليق على الدراسات السابقة:

- من خلال عرض الدراسات السابقة تبين ما يلي:
- فيما يتعلق بهدف الدراسة والمتعلق بقياس المزاج العام انقسمت الدراسات السابقة في هذا الصدد إلى مجموعتين الأولى تنظر إلى المزاج العام باعتباره متغير تابع يتكون نتيجة تعرض الأفراد للمحتوى عبر وسائل الإعلام، أما الثانية تتعامل مع المزاج العام باعتباره متغير مستقل يؤثر في طريقة تعامل الأفراد مع المحتوى الإعلامي، والدراسة الحالية تتفق مع المجموعة الأولى حيث تنظر إلى المزاج العام كمتغير تابع يتأثر بالتعرض لقضية غلاء الأسعار بالمواقع الإخبارية.
  - من حيث النتائج ركزت أغلب الدراسات علي الإصلاح الاقتصادي عامة، والقرارات والأوضاع الاقتصادية أثناء الأزمات، وفي هذا الاتجاه طغي المزاج العام الإيجابي ومنها علي سبيل المثال دراسة دراسة (مها مصطفى، ٢٠٢٢)، (سماح المحمدي، ٢٠٢٢) دراسة (محمود عبد الحليم، ٢٠١٧) واهتمت دراسات أخرى بقياس التعرض الانتقائي للمضامين الإخبارية وحالة المزاج العام السائدة لدي الجمهور وأكدت أغلب الدراسات علي الحالة السلبية للمزاج العام نتيجة التعرض للمضامين الإخبارية ومنها دراسة (هشام رشدي، ٢٠٢٢) ودراسة (مها مدحت، ٢٠٢٤)، دراسة (مصطفى رفعت، ٢٠٢١) ودراسة (حنان عبد الوهاب، ٢٠٢٠).
  - جاءت أغلب الدراسات وصفية معتمدة علي منهج المسح وتنوعت أدوات جمع البيانات التي استخدمتها الدراسات السابقة، اعتمدت بعض الدراسات علي الاستبانة للتعرف علي اتجاهات الجمهور نحو القضايا والأخبار الاقتصادية كدراسة (Kalogeropoulos، ٢٠١٧) وبعض الدراسات اهتمت بتقييم النخبة للمعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية منها دراسة (دعاء سالم، ٢٠٢٣)، بينما اعتمد البعض الأخر علي تحليل المضمون كدراسة (إيمان خطاب، ٢٠٢٣) و(أسماء طلعت، ٢٠٢١) وجمعت بعض الدراسات بين الاستبيان وتحليل المضمون ومنها (هنادي غريب، ٢٠٢٣) و(مها مدحت، ٢٠٢٤)، وهي الأدوات التي أعتمد عليها الباحث في دراسته للقضية.

● اعتمدت الدراسات السابقة على عدة نظريات، كان أهمها الأطر ونظرية المسؤولية الاجتماعية، وثناء الوسيلة، ونظرية تحليل الخطاب وإدارة المزاج العام، والاعتماد على وسائل الإعلام.

### مشكلة الدراسة:

يعاني المجتمع المصري في الآونة الأخيرة جملة من المشاكل الاقتصادية، وعند التطرق للمجال الاقتصادي نجد قضية ارتفاع الأسعار تربع علي عرش القضايا الأخرى؛ بل تعد هي أساس عدد كبير منها، وهذا ما يلمسه المواطن العادي في الشارع المصري، وتنعكس مشكلة الارتفاع المتزايد للأسعار على كافة النواحي الحياتية للمواطن والتي قد تؤثر علي حالته المزاجية، وهناك العديد من العوامل التي تلعب دوراً مؤثراً في بناء وإدارة المزاج العام للجمهور، ومن بين هذه العوامل المضامين الإعلامية التي تبث بشكل يومي من مختلف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، أهمها المواقع الإخبارية.

وبالنظر للمواقع الإخبارية أصبحت تحقق معدلات استخدام عالية من قبل المواطن المصري في محاولة منه لاستقاء المعلومات حول قضية ارتفاع الأسعار. إذ أن التعرض لنوعيات معينة من المعالجات والمضامين التي تقدمها قد تؤدي إلى بناء وتشكيل تقييمات أو اتجاهات إما إيجابية أو سلبية لديهم، وتؤثر بدرجة رئيسية على المزاج العام السائد في النهاية، والمزاج العام يعتبر مزيجاً معقدًا من العمليات الشعورية والمعرفية والحالة النفسية ورد الفعل السلوكي لأفراد المجتمع، فقد تدفع الحالة المزاجية العامة للجمهور إلى التعرض لقضايا ومضامين إعلامية بعينها، أو قد يؤدي التعرض المكثف للمضامين الإيجابية أو السلبية إلى التأثير إيجابًا أو سلبًا في المزاج العام. (Calvin, 2011) <sup>(٢٣)</sup>

ويتشكل المزاج العام بالأحداث الاجتماعية والظروف الاقتصادية التي يواجهها الأفراد، فالظروف الاستثنائية الصعبة التي تمر بها المجتمعات تؤثر بشكل كبير على تشكيل حالة القلق والمخاوف أو التشاؤم نحو الأحداث، كما ينعكس على أمزجة شعوبها بالشعور بالطمأنينة أو التفاؤل، ويتم قياس مزاج الجمهور من خلال التعرف على الحالات الشعورية التي يمر بها كالفرح والسعادة، أو السخط، والانزعاج، والغضب، والإحباط. (شريف درويش، ٢٠١٤) <sup>(٢٤)</sup>

وباعتبار الدراسات السابقة وما توصلت إليه من نتائج من أهم مصادر تحديد المشكلة البحثية، حيث لاحظ الباحث أن الدراسات السابقة المتعلقة بمعالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع السلع والخدمات وربطها بالمزاج العام للجمهور المصري تصل إلى حد الندرة، وتعد أيضًا الملاحظة أحد المصادر الهامة في تحديد المشكلة البحثية، حيث لاحظ الباحث من خلال استطلاعة لبعض المواقع الإخبارية كثافة تناول قضية ارتفاع الأسعار واهتمامها بتغطية ومعالجة مضامين ارتفاع الأسعار بأشكالها المختلفة والتي تقف كلاعب رئيس في تشكيل أمزجة الجمهور خاصة أنها باتت تشغل الرأي العام المصري ، وبذلك أصبح دراسة طبيعة الجمهور المصري ومزاجه العام نتيجة تعرضه للقضية بالمواقع الإخبارية ضرورة، ومن هنا جاءت المشكلة البحثية والتي يمكن صياغتها في محاولة من الباحث للإجابة على التساؤل التالي: ما العلاقة بين معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار وبين المزاج العام للجمهور المصري ؟

### أهداف الدراسة:

سعت الدراسة إلى هدف رئيس وهو تحليل معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار وعلاقتها بالمزاج العام للجمهور المصري وذلك من خلال الأهداف التالية:

أ- أهداف الدراسة التحليلية:

- الكشف عن مدي اهتمام المواقع الإخبارية محل الدراسة بتناول قضية ارتفاع الأسعار.
- رصد أسعار السلع والخدمات الأكثر تناولاً في المواقع الإخبارية محل الدراسة.
- تحليل الأطر المستخدمة في تناول المواقع الإخبارية محل الدراسة لقضية ارتفاع الأسعار.
- رصد آليات تأطير معالجة المواقع الإخبارية محل الدراسة لقضية ارتفاع الأسعار.
- معرفة مدي توظيف المواقع الإخبارية محل الدراسة للأنفوجراف في تناولها للقضية .
- تحليل طبيعة واتجاه معالجة المواقع الإخبارية محل الدراسة لقضية ارتفاع الأسعار.

### ب: أهداف الدراسة الميدانية:

- التعرف علي معدل اهتمام المبحوثين بمتابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية .
- الكشف عن دوافع اهتمام المبحوثين بقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية .

- الوقوف علي درجة رضي المبحوثين عن القرارات الخاصة بارتفاع أسعار السلع والخدمات.
- معرفة طرق تفاعل المبحوثين مع مضامين ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية.
- الكشف عن المزاج العام للمبحوثين نتيجة التعرض لقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية.
- رصد مدي تأثير المتغيرات الديموجرافية (النوع- محل الإقامة- المستوى الاقتصادي الاجتماعي) علي المزاج العام للمبحوثين عينة الدراسة.

#### التعريفات الإحرائية للدراسة:

- قضية ارتفاع الأسعار: ويقصد بها مستوى زيادة وتحريك الأسعار فيما يتصل بالسلع والخدمات خلال فترة زمنية محددة بما لا يتناسب مع الدخول.
- المزاج العام: الحالة الشعورية السائدة لدى الأفراد في مرحلة زمنية محددة، إزاء قضية مشتركة، يتشكل ويتكون بين قطاعات واسعة من الجمهور نتيجة تشارك الخبرة والتعرض والتأثر المشترك بأحداث سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية معينة حيث يتم التعبير عن هذا المزاج من خلال الأقوال والأفعال والأحكام الشفاهية المتواترة على ألسنة العامة ولا سيما في الأوساط الاجتماعية سريعة الانفعال. وينقسم إلي مزاج عام إيجابي وسليبي .

#### ومتغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار.
- المتغير التابع: المزاج العام للجمهور المصري .
- المتغيرات الوسيطة (النوع- محل الإقامة- المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

#### الإطار النظري للدراسة:

##### نظرية إدارة المزاج العام: (٢٥)

تقوم النظرية علي فكرة مؤداها أن الفرد يقوم باختيار وانتقاء المحتوى الإعلامي الذي يتعرض له بهدف تحسين حالته المزاجية، ووفقا لذلك، فإن نظرية المزاج العام تؤكد حرص الأفراد على انتقاء المواقف والأحداث التي تحقق الإشباع البيئي لديهم حيث إن استمرار

التعرض لرسائل معينة أو محتوى معين بصورة انتقائية يؤثر في حالة المزاج العام ، وتهدف نظرية المزاج العام إضافة إلى جانب تغييرها الحالة المزاجية إلى التنفيس عن المشاعر السلبية للأفراد كمشاعر الخوف والقلق والملل والغضب والتوتر والخوف من العزلة .  
وتؤكد النظرية أن الأفراد يميلون إلى ترتيب بيئتهم، بحيث يتم تعظيم المزاج الجيد والحفاظ عليه، كذلك تجنب المواقف التي من شأنها أن تؤدي إلى آثار سلبية، وتفترض نظرية إدارة المزاج أن استهلاك الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها الأفراد يؤدي إلى تغيير حالة المزاج السائد، كما أن انتقاء رسائل أو مضامين معينة غالباً ما يخدم حالة المزاج العام السائد سواء سلباً أو إيجاباً .

وللمزاج العام داخل المجتمعات حالتان: فهناك الحالة الإيجابية Mood Positive قد تتمثل في الشعور بالأمل، والسعادة، والتفاؤل، والرضا العام، والاطمئنان والقدرة على الإنجاز، وفي المقابل، هناك الحالة السلبية Mood Negative، حيث الشعور بالإحباط أو عدم الرضا، أو الشعور بالحزن والقلق، أو عدم الارتياح والخوف، والغضب أو السخط، والانزعاج أو التعاسة.

ولذلك سعي الباحث إلى الاستفادة من النظرية في قياس موضوع دراسته حيث أن التعرض الانتقائي لمضامين ارتفاع الأسعار وطرق المعالجة والتأثير بالمواقع الإخبارية باعتبارها قضية تشغل الكثير من الجمهور المصري في ظل عدم ثبات واستقرار الأسعار قد يؤثر على حالة المزاج العام ويخلق مزاج عام سلبي أو إيجابي وهذا ما سعي الباحث لقياسه.

### نظرية النظر الإخبارية:

الفكرة الرئيسة للأطر هو تنظيم للأحداث وربطها بسياقات معينة ليكون للنص أو للمحتوى معنى معيناً. وتفترض النظرية بشكل أساسي أن الأطر الإخبارية هي الطريقة التي تستخدمها وسائل الإعلام لتقديم محتواها حول الأحداث الجارية والمشكلات المجتمعية، وأن عملية التأطير تركز على التفسير المخطط الذي يُمكن الجمهور من تحديد وإدراك، وفهم الأحداث في السياق الذي تقدمها له وسائل الإعلام. (26) (Cissel, 2012)

وبالتالي فإن تأطير القضايا والأحداث في وسائل الإعلام هو العملية التي يمكن من خلالها تعزيز جوانب معينة من الواقع وجعلها أكثر بروزاً من غيرها، وتحكم في العملية التي يقوم من خلالها الأفراد ببناء المعاني والتفسيرات حول الأحداث الجارية<sup>(٢٧)</sup> (Schatz, 2010) وبناء علي ذلك يعتمد الباحث علي نظرية الأطر لقياس الأطر المستخدمة في تناول المواقع الإخبارية لتقديم قضية غلاء الأسعار في المواقع الإخبارية عينة الدراسة وآليات التأطير وكذلك رصد القوي الفاعلة في المضامين واتجاه وطبيعة المعالجة الصحفية لها.

### تساؤلات الدراسة:

تتمثل في تساؤل رئيس للدراسة وهو ما العلاقة بين معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار والمزاج العام للجمهور المصري؟  
أ- تساؤلات الدراسة التحليلية في:

- ما مدي اهتمام المواقع الإخبارية محل الدراسة بتناول قضية ارتفاع الأسعار؟
  - ما السلع والخدمات الأكثر تناولاً في المواقع الإخبارية محل الدراسة؟
  - كيف جاءت الأطر المستخدمة في تناول المواقع الإخبارية محل الدراسة لقضية ارتفاع الأسعار؟
  - ما آليات تأطير معالجة المواقع الإخبارية محل الدراسة لقضية ارتفاع الأسعار؟
  - ما مدي توظيف المواقع الإخبارية محل الدراسة للأنفوجراف في تناول القضية؟
  - ما طبيعة واتجاه معالجة المواقع الإخبارية محل الدراسة لقضية ارتفاع الأسعار؟
- أما عن تساؤلات الدراسة الميدانية تمثلت في:
- ما معدل اهتمام المبحوثين بقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية؟
  - ما السلع والخدمات التي يتابعها المبحوثون بالمواقع الإخبارية؟
  - ما دوافع اهتمام المبحوثين بقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية؟
  - ما درجة رضي المبحوثين عن القرارات الخاصة بارتفاع السلع والخدمات؟
  - ما مستوي تفاعل المبحوثين مع مضامين ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية؟
  - ما نوعية المزاج العام (سليبي- إيجابي) للمبحوثين نتيجة التعرض لقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية؟

- ما مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية (النوع- محل الإقامة- المستوى الاقتصادي الاجتماعي) علي المزاج العام للمبجوثين ؟

### فروض الدراسة:

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين معدل اهتمام المبجوثين عينة الدراسة بقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية وبين مزاجهم العام.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين دوافع اهتمام المبجوثين عينة الدراسة بقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية وبين مزاجهم العام.
- ٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين طبيعة معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار من وجهه نظر المبجوثين عينة الدراسة وبين مزاجهم العام.
- ٤- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين نوعية السلع والخدمات التي يتابعها المبجوثون عينة الدراسة بالمواقع الإخبارية وبين مزاجهم العام.
- ٥- توجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبجوثين على مقياس مزاجهم العام الناتج عن متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية من حيث (النوع "ذكور- إناث"- محل الإقامة "ريف-حضر"- المستوى الاقتصادي الاجتماعي "مرتفع-متوسط-منخفض")

**نوع ومنهج الدراسة:** تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف خصائص الظاهرة محل الدراسة، بهدف الحصول علي معلومات دقيقة عن الظاهرة من حيث تركيبها وخصائصها والعوامل المؤثرة فيها واعتمدت على توظيف منهج المسح بشقية التحليلي والميداني باعتباره من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسة من خلال مسح عينة من المواقع الإخبارية وكذلك استقصاء رأي عينة من الجمهور المصري .

### عينة الدراسة:

عينة الدراسة التحليلية: عينة عمدية من المواقع الإخبارية والمثلة لثلاث توجهات مختلفة (خاصة-قومية-حزبية) وهي اليوم السابع -المصري اليوم- مصراوي- بوابة الأهرام -بوابة أخبار اليوم- بوابة الوفد كما حرص الباحث علي اختيار موقعيين ممثلين للمواقع العربية وهما العربية نت وسكاي نيوز حيث بلغ إجمالي المواد الصحفية محل التحليل (٤٣٠) خلال ثلاث أشهر وهم أغسطس وسبتمبر وأكتوبر لعام ٢٠٢٤ بإسلوب المسح الشامل .

مبررات اختيار المواقع الإخبارية عينة الدراسة:

- الحرص علي التنوع في المواقع ما بين خاصة وقومية وحزبية وعربية وذلك لاختلاف نمط الملكية والسياسة التحريرية وبالتالي قد تختلف المعالجات.
  - جاء اهتمام المبحوثين عينة الدراسة لهذه المواقع مرتفع من خلال نتائج الدراسة الميدانية وبالتالي حرص الباحث علي تحليل مضمون القضية بها.
  - حرص الباحث علي تحليل الفترة الزمنية من بداية شهر أغسطس حتي آخر شهر أكتوبر لعام ٢٠٢٤ لأنها فترة شهدت تغيرات كثيرة في أسعار السلع والخدمات .
- عينة الدراسة الميدانية : تمثلت في عينة عمدية متاحة قوامها ٤٣٥ مبحوث من الجمهور المصري الذين يتراوح أعمارهم ما بين (٢٥ : ٤٠) عام بمحافظة الشرقية والقاهرة.
- جدول (١) توزيع عينة الدراسة وفقا للمتغيرات الديموغرافية

النسبة %	التكرار	المجموعات	المتغير
٤٩,٠	٢١٣	ذكور	النوع
٥١,٠	٢٢٢	إناث	
١٠٠	٤٣٥	المجموع	
٤٤,٨	١٩٥	ريف	محل الإقامة
٥٥,٢	٢٤٠	حضر	
١٠٠	٤٣٥	المجموع	
٤٨,٧	٢١١	منخفض	المستوى الاجتماعي الاقتصادي
٣٤,٧	١٥١	متوسط	
١٦,٨	٧٣	مرتفع	
١٠٠	٤٣٥	المجموع	

مبررات اختيار العينة الميدانية:

- حرص الباحث علي التنوع والتباين في العينة ما بين الريف والحضر والاختلاف في المستوى الاقتصادي الاجتماعي لقياس الفروق في المزاج العام بين أفراد العينة.
- اختيار المرحلة العمرية (٢٥ : ٤٠) لأنها المرحلة الأكثر اهتمامًا بمتابعة الأسعار خاصة يكون فيها الفرد في مرحلة تكوين الأسرة والتعرض لضغوطات الحياة .

أدوات الدراسة:

أولاً: استمارة تحليل المضمون: لتحليل مضامين ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية عينة الدراسة التحليلية وذلك من خلال الفئات التالية:

- مضامين ارتفاع أسعار السلع والخدمات .
- الأطر المستخدمة في معالجة قضية ارتفاع الأسعار وهي ( الحماية الاجتماعية- المقارنة- الوعود الاقتصادية- المسؤولية- الصراع- الخسائر)
- آليات التأطير المستخدمة في معالجة قضية ارتفاع الأسعار وهي (التنميط-نقص السياق- الاقتباس- النقد)
- القوي الفاعلة في القضية وهي (الرئيس –رئيس الوزراء – الوزراء- المحافظين- التجار )
- توظيف الانفوجراف في معالجة القضية ( ثابت- متحرك) ومعرفة هدفة (عرض معلومات-مقارنة-رصد التسلسل الزمني للارتفاع)
- طبيعة واتجاه معالجة المواقع الإخبارية محل الدراسة للقضية.

ثانياً: استمارة الاستبيان: تم تطبيقها إلكترونياً علي عينة عمدية متاحة من الجمهور المصري بمحافظة القاهرة والشرقية وتكونت الاستمارة من مجموعة مقاييس لقياس متغيرات الدراسة جاءت كالتالي:

- مقياس معدل اهتمام المبحوثين بمتابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية وتم قياسه من خلال سؤالين وهما معدل الاهتمام بالقضية بالمواقع الإخبارية وعدد أيام المتابعة في الأسبوع الواحد وجاءت عدد العبارات ٨ عبارات وقُسم إلى ثلاث مستويات دائماً تتراوح ما بين (٧ : ٨) , أحياناً (٥ : ٦) و نادراً (٣ : ٤).
- مقياس السلع والخدمات التي يهتم بمتابعتها المبحوثون عينة الدراسة بالمواقع الإخبارية تضمن ١٠ عبارات وقسم إلى ثلاثة مستويات دائماً تتراوح ما بين (٢٤ : ٣٠) , أحياناً (١٧ : ٢٣) , نادراً (١٠ : ١٦).
- مقياس دوافع الاهتمام بمتابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية وتضمن ١٠ عبارات وقسم إلى دوافع نفعية وأخري طقوسية, كل نوعية من الدوافع تم قياسها ب ٥ عبارات قسمت كالتالي قوية (١٢ : ١٥) , متوسطة (٩ : ١١) , ضعيفة (٥ : ٨).

- مقياس مستوي تفاعلية المبحوثين عينة الدراسة مع مضامين ارتفاع الأسعار تم قياسية ب ٦ عبارات وقسم إلى ثلاث مستويات دائمة (١٥ : ١٨)، أحياناً (١١ : ١٤)، نادراً (٦ : ١٠).
- مقياس طبيعة تغطية المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار من وجهه نظر المبحوثين تم قياسية ب ٧ عبارات وقسم إلى موافق (١٧ : ٢١)، محايد (١٢ : ١٦)، معارض (٧ : ١١)
- مقياس المزاج العام السلبي تم قياسية ب ١٠ عبارات وقسم إلى ثلاثة مستويات موافق تتراوح ما بين (٢٤ : ٣٠) ، محايد (١٧ : ٢٣) ، معارض (١٠ : ١٦).
- مقياس المزاج العام الإيجابي تم قياسية ب ١٠ عبارات وقسم إلى ثلاثة مستويات موافق تتراوح ما بين موافق (٢٤ : ٣٠) ، محايد (١٧ : ٢٣) ، معارض (١٠ : ١٦).
- مقياس المستوي الاقتصادي الاجتماعي تم قياسية بثلاث أسئلة وهي محل الإقامة ومتوسط دخل الأسرة وما يمتلكه المبحوثين وجاءت عدد عباراته ١٢ عبارة وقسم إلى ثلاثة مستويات مرتفع (٩ : ١٢)، متوسط (٦ : ٨)، منخفض (٣ : ٥).

#### الصدق والثبات لأدوات الدراسة:

##### أ- اختبار صدق وثبات استمارة تحليل المضمون:-

- تم التحقق من صدق وثبات استمارة (تحليل المضمون) أداة الدراسة من خلال الإجراءات الآتية:-
١. الصدق: للتأكد من توافر شرط الصدق في استمارة تحليل المضمون، قام الباحث بتحكيما من قبل عدد من المختصين والخبراء (\*) في علوم الإعلام، ومناهج البحث، لمراجعتها منهجياً وعلمياً، والوقوف على مدى كفاءة فئات ووحدات التحليل في تحقيق أهداف الدراسة، ثم إجراء التعديلات اللازمة التي رأى السادة المحكمون ضرورتها، وتحديد النسبة العامة للاتفاق بينهم والتي بلغت ٨٠٪، وهي نسبة تشير إلي توافر مستوى مرتفع من الصدق في استمارة الدراسة.
  ٢. الثبات: للتحقق من ثبات استمارة تحليل المضمون قام الباحث باختيار عينة من مضامين ارتفاع الأسعار من حجم العينة الأصلية، وقام بتحليل تلك المضامين، ثم أعاد

تحليل تلك العينة مرة أخرى بعد مرور أسبوعان من إجراء التحليل الأول، أعطت نفس النتائج تقريباً.

ب- اختبار صدق وثبات استمارة الاستبيان:-

تم التحقق من صدق وثبات استمارة (الاستبيان) أداة الدراسة من خلال الإجراءات الآتية:-

١- الصدق: للتأكد من توافر شرط الصدق في استمارة الاستبيان قام الباحث بالآتي:-

• **التحقق من الصدق الظاهري:-** تم عرض الاستمارة بأسئلتها ومحاورها المختلفة على عدد من الأساتذة المختصين والخبراء في علوم الإعلام، ، ومناهج البحث، لتحكيمها، ومراجعتها منهجياً، وعلمياً، والوقوف على مدى كفاءة تساؤلاتها وعباراتها في قياس المتغيرات وتحقيق أهداف الدراسة، وتم إجراء التعديلات اللازمة وتحديد النسبة العامة للاتفاق بينهم، وبلغت (٩٠٪) مما يشير إلى توافر قدر كبير من صدق الاستمارة.

• **التحقق من صدق المحتوى (الاتساق الداخلي):** حيث تم حساب صدق الاتساق الداخلي للاستمارة وأسئلتها، وذلك عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل سؤال مع الدرجة الكلية للاستمارة بعد استبعاد قيمة هذا السؤال من الدرجة الكلية كما يوضح الجدول الآتي:-

جدول (٢) معامل ارتباط "سبيرمان S.R" حيث ن = ٤٣٥

معاملات الارتباط	تساؤلات الاستمارة
**٠,٧٣٢	س١
**٠,٧٦١	س٢
**٠,٧٧٦	س٣
**٠,٨٢١	س٤
**٠,٨٤٤	س٥
**٠,٨١٢	س٦
**٠,٨٣٤	س٧
**٠,٨٢٠	س٨
**٠,٨٢٤	س٩
**٠,٨٣٣	س١٠
**٠,٨٩٧	إجمالي أسئلة الاستمارة

وقد جاءت قيم معاملات الارتباط الناتجة جميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) مما يشير إلى اتساق تساؤلات الاستمارة، وصدق محتواها في اختبار ما وضعت لقياسه.

٢- الثبات: وللتأكد من توافر شرط الثبات في استمارة الاستبيان، اعتمد الباحث على أسلوب إعادة الاختبار Retest - Test، حيث تم تطبيق الاستمارة على (٥٠) مبحوثاً، ثم إعادة تطبيق الاستمارة على نفس العينة بعد مرور أسبوعين، ثم القيام بحساب درجة الثبات بمقارنة نتائج كلا التطبيقين، والتي بلغت ٩٢٪ وهي نسبة تشير لإرتفاع درجة الثبات المطلوب توافرها في أداة الدراسة. كما قام الباحث باستخدام اختباري (ألفا كرونباخ "Alpha"، والتجزئة النصفية "Split-half" لجتمان): للتحقق إحصائياً من توافر شرطي الثبات والصدق في الاستمارة وقياس المتغيرات المتضمنة بها، وجاءت قيمة اختبار (ألفا كرونباخ "Alpha") = (٠,٩٣٤)، كما جاءت قيمة اختبار (التجزئة النصفية "Split-half" لجتمان) = (٠,٩٥٧)، وهي قيم جميعها دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) مما يؤكد على توافر درجة مرتفعة من الثبات والصدق في أسئلة ومحاور الاستمارة، وما يدعم الثقة في صلاحية الاستمارة كأداة للدراسة.

#### نتائج الدراسة التحليلية:

سعى الباحث إلى رصد المعالجات المختلفة لقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية مختلفة التوجهات (قومية - خاصة- حزبية- عربية) خلال ثلاث أشهر وهم أغسطس وسبتمبر وأكتوبر لعام ٢٠٢٤ بإسلوب المسح الشامل حيث بلغ إجمالي المواد الصحفية محل التحليل (٤٣٠). وفيما يلي عرض نتائج الدراسة التحليلية.

١- جدول (٣) عدد موضوعات قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية محل

#### الدراسة

المواقع	ك	%
موقع المصري اليوم	٨٥	١٩,٨
موقع مصراوي	٧٧	١٧,٩
بوابة الأهرام	٦٨	١٥,٧
موقع اليوم السابع	٦٣	١٤,٧

معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار وعلاقتها بالمزاج العام للجمهور المصري

المواقع	ك	%
بوابة الوفد	٥٠	١١,٦
موقع العربية نت	٣٥	٨,١
بوابة أخبار اليوم	٢٨	٦,٥
موقع سكاي نيوز العربية	٢٤	٥,٦
ن	٤٣٠	١٠٠

أثار ارتفاع أسعار الكثير من السلع والخدمات في مصر، اهتمام المواقع الإخبارية حيث حرصت المواقع علي تغطية الزيادة وتحريك الأسعار بسبب الأزمة الاقتصادية التي تعاني منها البلاد والمدفوعة بنقص الدولار وارتفاع التضخم، حيث واصل معدل التضخم ارتفاعه لمستويات قياسية على خلفية سلسلة تخفيضات قيمة العملة المحلية، كما شهدت فترة الدراسة زيادة الكثير من السلع والخدمات التي تمس الحياة اليومية للمواطن المصري وعلي رأسها السلع الغذائية والكهرباء والمواد البترولية.

جاء في مقدمة المواقع الإخبارية التي اهتمت بتناول قضية ارتفاع الأسعار موقع المصري اليوم حيث رصد الموقع ٨٥ مادة صحفية بمختلف أشكالها ومضامينها وكذلك موقع مصرراوي حرص علي تناول القضية بواقع ٧٧ مادة صحفية وجاءت بوابة الأهرام في مرتبة متقدمة أيضًا لحرصها علي تغطية ومتابعة الزيادات المختلفة في السلع والخدمات ورصد جهود الدولة للحد من الأزمة وتوفير النواقص منها، واتفقت دراسة (أميرة جمال، ٢٠٢٤) (٢٨) مع هذه النتيجة حيث جاء موقع المصري اليوم الأكثر نشرًا للأخبار الاقتصادية، وجاءت المواقع العربية متمثلة في العربية نت وسكاي نيوز عربية في مرتبة متأخرة إلا أن اهتمامها بتناول القضية لا يقل أهمية عن المواقع المصرية حيث جاء تناولها للقضية أعمق وأكثر جرأة.

٢- جدول (٤) السلع والخدمات التي تناولتها المواقع الإخبارية محل الدراسة.

السلع والخدمات	ك	%
السلع الغذائية	١٢٦	٢٩,٣
الوقود	٧٤	١٧,٢
أسطوانة الغاز	٤٦	١٠,٧

السلع والخدمات	ك	%
الكهرباء	٤١	٩,٥
تذاكر المترو	٣٢	٧,٤
الذهب	٣٠	٧,٠
مواد البناء	٢٧	٦,٣
الأدوية	٢٣	٥,٣
العقارات	١٨	٤,٢
الاتصالات والانترنت	١٣	٣,٠
ن	٤٣٠	١٠٠

● من خلال رصد وتحليل المواقع الإخبارية محل الدراسة اتضح اهتمامها بتغطية الارتفاع في أسعار السلع الغذائية المختلفة حيث شهدت فترة الدراسة ارتفاع بعض السلع الغذائية الأساسية وعلي رأسها الطماطم والبطاطس والدواجن وأرجعته بعض المواقع إلى تواصل ارتفاع معدل التضخم لمستويات قياسية، وأزمة نقص العملة الأجنبية ورصد المصري اليوم ارتفاع أسعار الطماطم " «أغلى من المانجة».. أسباب ارتفاع أسعار الطماطم في السوق وموعد انخفاضها"<sup>(٢٩)</sup>، ورصدت الأهرام " <sup>(٣٠)</sup>موعد انخفاض أسعار الدواجن بعد الارتفاعات الأخيرة"، ورصدت العربية<sup>(٣١)</sup> ارتفاع الأسعار في مصر تحت عنوان "التغيرات المناخية تضغط على أسواق الخضراوات في مصر" مستويات قياسية للبطاطس والخيار والطماطم" وأكدت أن أسواق الخضراوات المصرية تشهد ارتفاعاً في أسعار بعض السلع في الآونة الأخيرة على خلفية تراجع المعروض منها وتعرض جزء منها للتلف في موسم الزراعة، بالإضافة إلى فساد جزء آخر خلال فترة ما بعد الحصاد أثناء عمليات الشحن والنقل.

● وجاء ارتفاع أسعار الوقود في المرتبة الثانية بالمواقع الإخبارية محل الدراسة خلال فترة التحليل ، حيث قررت الحكومة رفع أسعار المنتجات البترولية، خاصة أسعار البنزين والسولار ورصد موقع مصراوي الارتفاع " قررت لجنة تسعير المواد البترولية رفع أسعار البنزين بكافة أنواعه والسولار، اعتباراً من اليوم الجمعة، بزيادة نحو ١,٥ جنيه للبنزين بأنوعه، وزيادة بنحو جنهين للتر السولار " <sup>(٣٢)</sup>، وأكد موقع العربية<sup>(٣٣)</sup> أن مصر ترفع أسعار الوقود بنسب تصل إلى ١٧٪.. المرة الثالثة هذا العام شملت البنزين والسولار والكيروسين"، وكذلك رصد موقع اليوم

السابع<sup>(٣٤)</sup> الارتفاع " لجنة تسعير المنتجات البترولية تقرر تحريك أسعار البنزين والسولار"، وتناولت بوابة الأهرام أيضا<sup>(٣٥)</sup> "بعد رفع أسعار الوقود.. محافظة بورسعيد تعلن تعريفة الركوب الجديدة لسيارات الأجرة داخل المحافظة وبين المحافظات "

- وحرصت بعض المواقع تناول ارتفاع سعر أنبوبة الغاز حيث جاء مستوي الاهتمام بها في المرتبة الثالثة وجاء في مقدمة المواقع موقعي العربية والمصري اليوم حيث رصدنا تطبيق زيادة في أسعار بيع أسطوانات البوتاجاز للاستخدامين المنزلي والتجاري، وذلك وفقًا لقرار صادر عن رئيس مجلس الوزراء، وتم بموجب هذا القرار رفع سعر أسطوانة البوتاجاز المنزلي من ١٠٠ جنيه إلى ١٥٠ جنيهًا عند تسليمها من المصنع. بالإضافة إلى ذلك، زاد سعر أسطوانة البوتاجاز للاستخدام التجاري من ١٥٠ جنيهًا إلى ٢٠٠ جنيه.<sup>(٣٦)</sup>

- وعن ارتفاع الكهرباء جاء التناول في المرتبة الرابعة، وجاء تناولها مرتفع خاصة في المواقع الخاصة، وركزت المواقع علي الزيادة الجديدة في الشرائح حيث تعدت نسب الزيادات الجديدة الـ ٣٠٪، وارجعتها لارتفاع سعر إنتاج الكيلو وات ساعة وزيادة سعر الدولار ومع قرار الحكومة بوقف تنفيذ خطة تخفيف الأحمال حتى انتهاء الصيف وهو ما كلفها مليارا و ٢٠٠ مليون دولار تقريبا كما جاء في موقع مصراوي<sup>(٣٧)</sup>، وكذلك رصد موقع المصري اليوم واليوم السابع ومصراوي نفس الخبر بصياغة متشابهة وهي " رسميًا بعد الزيادة.. أسعار شرائح الكهرباء الجديدة في مصر ٢٠٢٤ كما تناول موقع العربية<sup>(٣٨)</sup> الزيادة وركز في عرضها علي الحصيلة المتوقعة من الزيادة تتجاوز ١٥ مليار جنيه العام المالي الحالي وموعد تطبيقها" بينما جاء التناول من قبل المواقع القومية ضعيف إلى حد ما.

- تناولت المواقع الإخبارية الزيادة في تذاكر المترو وجاء التناول في المرتبة الخامسة وجاءت الزيادة خلال شهر أغسطس بعد نحو أسبوع من رفع أسعار الوقود حيث قرار الهيئة القومية للأنفاق في مصر، ممثلة في الشركة المصرية لإدارة وتشغيل المترو، ورفعت الهيئة أسعار التذاكر بنسب متفاوتة ليصبح سعر التذكرة حتى تسع محطات ثمانية جنيهات بدلا من ستة بما يتجاوز ٣٠ بالمئة تقريبا، وسعر التذكرة من ١٧ إلى ٢٣ محطة ١٥ جنيا بدل ١٢ جنيا بواقع ٢٥ بالمئة، ورصد المصري اليوم<sup>(٣٩)</sup> " أسعار تذاكر المترو الجديدة ٢٠٢٤ بعد قرار الزيادة الأخير (الاشتراكات والخطوط) ورصد كذلك موقع سكاى نيوز<sup>(٤٠)</sup>" رفعت الهيئة القومية للأنفاق في مصر، أسعار تذاكر مترو الأنفاق، وذلك بعد نحو أسبوع من رفع أسعار الوقود التي انعكست

على أسعار تعريفات النقل، وموقع العربية<sup>(٤١)</sup> رفع أسعار تذاكر المترو والقطارات في مصر.. تعرف على الزيادات.

● كما شهدت أسعار الذهب بمختلف منتجاته ارتفاعاً ملحوظاً خلال فترة التحليل ورصدت بوابة الأهرام<sup>(٤٢)</sup> "أسعار الذهب تواصل الارتفاع محلياً"، كما تناول اليوم السابع<sup>(٤٣)</sup> الزيادة في أسعار الذهب "أخبار الاقتصاد اليوم.. ارتفاع سعر الذهب وعبار ٢١ يسجل ٣٧٨٠ جنهما للجرام"، كما شهد سوق العقارات في مصر ارتفاعاً غير مسبوق تناولته المواقع الإخبارية ومنها العربية نت<sup>(٤٤)</sup> ارتفاعات غير مسبوقة.. حيث تسأل هل تهدأ وتيرة زيادة أسعار العقارات في مصر؟، وكذلك بوابة الوفد<sup>(٤٥)</sup> تناولت "أسعار العقارات مرشحة لارتفاعات جديدة نهاية ٢٠٢٤"، ومن المتوقع أن تعاود الأسعار الارتفاع نهاية ٢٠٢٤ في حال استمرار استقرار الأوضاع الاقتصادية، وأكدت المواقع محل الدراسة أيضاً علي ارتفاع أسعار مواد البناء حيث رصد موقع المصري اليوم<sup>(٤٦)</sup> ارتفاع سعر الحديد والاسمنت بسوق مواد البناء الثلاثة الأول من أكتوبر ٢٠٢٤، وكذلك رصدت بوابة الأهرام<sup>(٤٧)</sup> الزيادة لتؤكد ارتفاع أسعار الحديد والأسمت في أسواق مواد البناء وربطت المواقع ارتفاع أسعار مواد البناء وارتفاع أسعار العقارات.

● وعلي الرغم من الارتفاع الكبير في أسعار بعض الأدوية بسبب عدم توافر المواد الخام، ومشكلات في التسعير بعد تحريك سعر الصرف، إلا أن تناول أغلب المواقع جاء ضعيفاً، خاصة القومية منها بينما تناول موقع العربية<sup>(٤٨)</sup> الأزمة وركز علي وجود زيادة مرتقبة لأسعار ٦٠٠ مستحضر في الربع الأخير من ٢٠٢٤، بينما رصدت الأهرام<sup>(٤٩)</sup> وجود انفراجة وتيسيرات بدأت تشهدها سوق الأدوية، بعد تصريحات الدكتور مصطفى مدبولي، رئيس مجلس الوزراء، بأن أزمة نواقص الدواء في طريقها للحل نتيجة جهود كبيرة بذلتها الحكومة خلال الأشهر الماضية من أجل إتاحة الأدوية.

● ركزت المواقع الإخبارية أيضاً علي ارتفاع أسعار كروت الشحن لشركات المحمول ورصدت المصري اليوم أسعار كروت الشحن بعد آخر زيادة في ٢٠٢٤ (كروت الفكة والوحدات)<sup>(٥٠)</sup>، وأضاف موقع مصراوي "طرح الزيادة في صبغة تساؤل هل رفعت شركات المحمول أسعار كروت الشحن؟".<sup>(٥١)</sup> وعلي جانب آخر توقع موقع المصري اليوم زيادة جديدة في باقات الاتصالات قال رئيس الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات، محمد شمروخ، إن زيادة أسعار

خدمات الاتصالات خلال الفترة المقبلة أصبحت «واجبة»<sup>(٥٢)</sup>، وعلي الرغم من الارتفاع نفت بوابة أخبار اليوم<sup>(53)</sup> حقيقة زيادة أسعار باقات الإنترنت المنزلي بنسبة ٢٠٪.

• اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (إيمان عبد المنعم، ٢٣، ٢٠) حيث جاء في مقدمة اهتمامات تناول الصفحات الالكترونية الرسمية للأزمات الاقتصادية، أزمي ارتفاع أسعار السلع الغذائية والمواد البترولية، بينما اختلفت نتائجها مع دراسة (هشام رشدي، ٢٤، ٢٠)<sup>(٥٤)</sup> والتي جاء أزمة العملة في مقدمة الأزمات الاقتصادية التي اهتمت الصحف الالكترونية بتناولها.

### ٣- نوع الإطار المستخدم في المواقع الإخبارية محل الدراسة:

#### • الإطار المحدد مقابل الإطار العام:

جاء استخدام المواقع محل الدراسة للإطار المحدد بقضية مرتفع مقارنة بالإطار العام، اعتمدت المواقع في مضامينها علي التركيز على القضية أو الحدث فقط دون التطرق إلى تداعيتها وأسبابه واتفق ذلك من خلال تناول المواقع لإرتفاع أسعار الطماطم والبطاطس وكذلك الدواجن بصفة خاصة كما تناولت أزمة شرائح الكهرباء وتذاكر المترو وصدت المواقع الزيادة المرتبطة بالسلعة والخدمة فقط دون التطرق إلى التبعات التي تحدثها وأسباب الزيادة وما يرتبط بها ، كما اعتمدت أيضاً علي الإطار العام ولكن بدرجة ضعيفة وجاء الإطار العام أكثر استخداماً في المواقع العربية سكاي نيوز والعربية نت واللذان حرصا علي تناول القضية بصفة عامة من خلال التحقيقات المطولة وتغطية أكثر من سلعة وخدمة مختلفة في نفس المادة الصحفية ومقارنتها بالأسعار السابقة والنتائج المترتبة علي ذلك ورصد الأحداث في سياق عام ، يقدم تفسيرات عامة للوقائع، يربطها بالمعايير الثقافية والسياسية التي تعتبر هامة لفهم المشكلات وتقديم الحلول على المدى البعيد .

#### ننشر الأسعار الجديدة لتذاكر مترو الأنفاق



#### التضخم السنوي بالمدن المصرية يرتفع

إلى 26.2% في أغسطس

10 سبتمبر 2024 - 10:59 بتوقيت أبوظبي

سكاي نيوز عربية - أبوظبي



أظهرت بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء في مصر، الثلاثاء، أن معدل التضخم السنوي لأسعار المستهلكين في المدن ارتفع إلى 26.2 بالمئة في أغسطس من 25.7 بالمئة في يوليو.

وبالمقارنة بين بعض المواقع اعتمدت المواقع المصرية غالبًا علي الإطار المحدد للقضية فمثلا رصد موقع اليوم السابع<sup>(٥٥)</sup> "أسعار الزيادة الجديدة في تذاكر المترو فقط"، بينما ركزت المواقع العربية علي استخدام الإطار العام مثل ما رصدت موقع سكاى نيوز<sup>(٥٦)</sup> "من ارتفاع معدلات التضخم والتي تسببت في زيادة أسعار الخدمات".

#### ● إطار الحماية الإجتماعية :

حرصت المواقع علي تناول الاجراءات والسياسات التي تتخذها الحكومة لحماية المواطنين من الآثار السلبية لارتفاع السلع والخدمات حيث سعت المواقع المصرية عامة والقومية خاصة التركيز علي جهود الدولة المصرية لضبط الأسعار من خلال تشديد الرقابة على الأسواق في جميع المحافظات على مستوى الجمهورية للسيطرة عليها، والتصدي لمحاولات بعض التجار الذين يرفعون الأسعار بشكل أكبر من الأسعار الرسمية، كما أكدت علي جهود الجهات الرقابية لمتابعة عملية ضبط الأسواق، وعرض السلع بمختلف المنافذ على مستوى الجمهورية لتوفير السلع. حيث رصدت بوابة أخبار اليوم<sup>(٥٧)</sup> "تحركات الدولة لفرض الرقابة علي أسعار السلع" حملة رقابية موسعة لضبط الأسواق واستقرار أسعار السلع بالإسماعيلية

وجاء تناول الأهرام لارتفاع أسعار المواد البترولية بالتركيز علي تكثيف الحملات الرقابية على مواقف السرفيس داخل كل محافظة؛ لعدم إستغلال المواطنين وتحديد أسعار السرفيس طبقًا للزيادة الجديدة للمنتجات البترولية ورصدت الأهرام<sup>(٥٨)</sup> اهتمام الدولة بضبط التعريفية الجديدة للمواصلات "وزارة التنمية المحلية تتابع مع المحافظين إجراءات تحديد أسعار تعريفية الركوب الجديدة" وكذلك اهتمت برصد جهود المحافظين لضبط المواقف الرئيسية للمحافظات " محافظ السويس يتفقد سير العمل بالموقف الإقليمي لسيارات ميكروباص الأجرة"<sup>(٥٩)</sup>

كما رصد اليوم السابع<sup>(٦٠)</sup> جهود المسؤولين لحماية المواطن من جشع التجار "وحرص الدولة علي تكثيف الحملات على الأسواق لمواجهة الغش التجارى والتلاعب في الأسعار" وجاء أيضًا في اليوم السابع<sup>(٦١)</sup> "تكثف الأجهزة الرقابية ب وزارة التموين والتجارة الداخلية الرقابة على مستودعات البوتاجاز ومنافذ بيع الأسطوانات.

## معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار وعلاقتها بالمرحاح العام للجمهور المصري

The screenshot shows the website gate.ahram.org.eg. The main navigation bar includes the logo 'بوم السابع' and the URL. The page features a search bar, a main headline 'محافظة الجيزة: حملات على الأسواق لمواجهة الغش التجاري والتلاعب فى الأسعار', and a video player showing a woman speaking. The video title is 'الدكتورة منال عوض وزيرة التنمية المحلية'. The page also includes social media sharing icons and a date 'الثلاثاء، 03 سبتمبر 2024 01:00 ص'.

### إطار الوعود الاقتصادية :

في ظل ارتفاع السلع والخدمات حرصت بعض المواقع خاصة الأهرام وأخبار اليوم واليوم السابع في معالجتها للقضية رصد الوعود الاقتصادية التي صرح بها المسؤولين، رصدت بوابة أخبار اليوم<sup>(٦٢)</sup> "وزير التموين: دعم المواطن مهمة أساسية للوزارة" ورصد أيضاً اليوم السابع رئيس الوزراء: الدولة تعي تماماً تأثير ارتفاع الأسعار على المواطن وتحرص على تحمل الجزء الأكبر من الأعباء عنه.. لن تحدث زيادة جديدة فى أسعار الوقود خلال الستة أشهر القادمة من أجل تحقيق نوع من الثبات وخفض التضخم<sup>(٦٣)</sup>، وتناولت أيضاً<sup>(٦٤)</sup> تصريح علي لسان وزير التموين بأن الرئيس السيسي يولي اهتماماً كبيراً لعملية توفير الأمن الغذائي وتناولت بوابة الأهرام<sup>(٦٥)</sup> أيضاً " تكليفات الرئيس السيسي كانت واضحة ومباشرة فى خطابه التكليفى للدكتور مصطفى مدبولى، بتشكيل حكومته الجديدة، التى كان أهمها تحقيق المزيد من التطوير فى الأداء الحكومى، وبذل كل الجهد للحد من ارتفاع الأسعار التى يكتوى بناؤها المواطن البسيط، والتضخم وضبط الأسواق.



### ● إطار المقارنة :

حرصت بعض المواقع علي مقارنة الأسعار في مصر بالدول الأخرى باعتبارها أرخص دول العالم في سعر الوقود كما رصدها اليوم السابع<sup>(٦٦)</sup> "هولندا وفرنسا وألمانيا وبريطانيا والترويج وإيطاليا وأمريكا تصدر الدول الأكثر تكلفة في أسعار البنزين.. مصر في المركز الـ٤ للدول الأرخص عالميا في سعره.. والدولة تحملت عبئا ماليا كبيرا لدعم المواد البترولية" , كما حرصت اليوم السابع برصد الزيادة في الأسعار لبعض الدول مثل إسبانيا "ارتفاع أسعار اللحوم والبيض إلى مستويات تاريخية في إسبانيا " وكذلك "تضاعفت أسعار الغذاء والخضراوات في الأرجنتين بمقدار ثلاثة أضعاف " لتيئ القارئ لتقبل الأسعار واعتباره أمراً طبيعياً, وفي تناول آخر جاءت بوابة الأهرام<sup>(٦٧)</sup> تتناول ارتفاع بعض السلع وانخفاض أخرى "ارتفاع أسعار البيض وانخفاض الألبان بالأسواق اليوم الجمعة ١١ أكتوبر ٢٠٢٤ " كما تناولت بعض المواقع الزيادة في السلع والخدمات من خلال مقارنتها بالأعوام السابقة وتوضيح مقدار ونسب الزيادة فيما كما جاء في المصري اليوم<sup>(٦٨)</sup> في تناوله لارتفاع سعر الوقود " كان بـ٢ جنيه و٣٥ قرشاً.. التسلسل الزمني لـ سعر لتر البنزين والسولار في السنوات الأخيرة "

## معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار وعلاقتها بالمزاج العام للجمهور المصري



- إطار الخسائر: أنتج ارتفاع أسعار بعض السلع والخدمات خسائر اقتصادية أخرى وهذا ما رصدته بعض المواقع في معالجتها للقضية فجاء موقع مصراوي<sup>(19)</sup> يوضح تأثير أسعار الوقود الجديدة علي أسعار المنتجات الزراعية "ارتفاع أسعار الوقود يهدد بزيادة ١٥٪ في أسعار المنتجات الزراعية". وتناول موقع العربية نت<sup>(٧٠)</sup> ارتفاعات غير مسبوقه.. هل تبدأ وتيرة زيادة أسعار العقارات في مصر؟" في ضوء الخسائر التي أنتجتها زيادة أسعار الحديد و مواد البناء أسهم في ارتفاع سوق العقارات في مصر.



## إطار الصراع:

تناولت المواقع الضغوطات الخارجية والداخلية التي تؤثر علي الاقتصاد المصري والتي أحدثت حالة من الصراع، وأوضحت بعض المواقع الصراع بين محاولات الحكومة لضبط الأسعار في ظل وجود عوامل تسهم في تفاقم الأزمة ومنها الصراعات الجيوسياسية والتي أدت إلى ارتفاع أسعار السلع والخدمات، واضطراب حركة التجارة، وزيادة تكلفة التأمين على

الشحن، مما ساهم في التضخم كما رصدها موقع مصراوي<sup>(٧١)</sup>، وتسببت عوامل أخرى في الزيادة منها اشتراطات صندوق النقد الدولي وأزمة الدولار، وكذلك الصراع بين الدولة وجشع التجار والسوق السوداء حيث رصد موقع العربية نت<sup>(٧٢)</sup> مصر تواصل ملاحقة مافيا السوق السوداء.. ضبط ٤٤ قضية اتجار خلال ٢٤ ساعة تشن السلطات المصرية حملات مكثفة منذ أيام لضبط مافيا السوق السوداء في الدولار والذهب والسلع الأساسية والاستراتيجية والمتورطين في حجب السلع عن التداول بالأسواق لرفع أسعارها.

www.alarabiya.net

الرئيسية الأخبار السعودية اسواق

الدولار الأميركي (صورة تعبيرية)

اقتصاد مصر

**مصر تواصل ملاحقة مافيا السوق السوداء.. ضبط 44 قضية اتجار خلال 24 ساعة**

تشن السلطات المصرية حملات مكثفة منذ أيام لضبط مافيا السوق السوداء في الدولار والذهب والسلع الأساسية والاستراتيجية والمتورطين في حجب السلع عن التداول بالأسواق لرفع أسعارها

وأشار رئيس الوزراء إلى أن قناة السويس فقدت أكثر من 60% من إيراداتها، مما أدى إلى خسائر شهرية تتراوح بين 550 و600 مليون دولار، وهو ما كان يساهم في تلبية احتياجات الدولة.

ولفت إلى أن هذه الخسائر كانت ثابتة ومستقرة بعيداً عن استثمارات أو صادرات.

وأضاف مدبولي أن الصراعات الجيوسياسية قد أدت إلى ارتفاع أسعار السلع والخدمات، واضطراب حركة التجارة، وزيادة تكلفة التأمين على الشحن، مما ساهم في التضخم العالمي.

### ● إطار المسؤولية:

جاء إطار المسؤولية بدرجة ضعيفة وعلي استحياء في أغلب المواقع محل الدراسة حيث ركزت المواقع علي مسؤولية صندوق النقد وما ارتبط به من إجراءات وصعوبات تضاعف من معاناة المواطنين مع الأسعار وإذا كانت الإجراءات تهدد الاستقرار، وكذلك إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي دفعت الحكومة إلى تبني إجراءات تقع علي عاتق المواطن وفي مقدمتها إجراءات رفع الدعم، وأرجعت أيضاً مسؤولية الغلاء إلى تداعيات الحرب في أوكرانيا والتي ضاعفت الأسعار، وهذا يؤكد أن المواقع لم ترصد مسؤولية موجهه إلى مسؤولين أو حكومة ومؤسسات الدولة.

وجاء إطار المسؤولية في بوابة الوفد حيث رصدت الوفد مسؤولية الحكومة في ارتفاع بعض السلع والخدمات ومنها تحقيق حول القضية بعنوان " الأسعار تتحدى الحكومة " <sup>(٧٣)</sup> وأيضاً جاء إطار المسؤولية في موقعي العربية نت وسكاي نيوز عربية . كما تناولت بعض المواقع أزمة ارتفاع بعض السلع والخدمات باعتبارها أزمة عالمية وحرصت توجية مسؤولية المواطنين

بضرورة تحمل المعاناه ومساندة قيادات الدولة، حيث رصدت بوابة أخبار اليوم<sup>(٧٤)</sup> حديث الرئيس وجه الرئيس السيسي رسالة إلى كل المصريين بشأن ارتفاع الأسعار وتحمل مشاق الحياة، قائلاً « أتوجه بالحديث إلى كل المصريين إلى كل رجل مصرى وسيدة مصرية.. يتحملون مشاق الحياة وارتفاع الأسعار.. خلال الفترة الأخيرة.. من أجل توفير الحياة الطيبة لأبنائهم.. أتوجه بالحديث إلى المكافحين الشرفاء.. من أبناء شعب مصر العظيم على اتساع الوطن.. أقول لهم: "إننى أعلم بشكل كامل حجم المعاناة.. وأؤكد لكم.. أن شغلى الشاغل.. والأولوية القصوى للحكومة الجديدة.. هو تخفيف تلك المعاناة.. وإيجاد مزيد من فرص العمل.. وبناء مستقبل أفضل.. لجميع أبناء مصر الكرام."



واتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (أحمد عبدالعظيم، ٢٠١٩) والتي أكدت أن هناك مجموعة تأثيرات وانعكاسات يفرضها النظام السياسي علي طبيعة عمل الصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية فيما يتصل بأطر تقديم قضية ارتفاع الأسعار جاء في مقدمتها التزام الصحفيين بدعم السياسات الاقتصادية التي تنتهجها الحكومة الأمر الذي انعكس علي أطر التقديم لها والذي جاء في مقدمتها دعم وتوضيح جهود الحكومة دون الخوض في الشرح والتفسير لأسباب الارتفاع وهو ما لاحظته الباحثة من خلال رصده وتحليله للأطر المستخدمة في تقديم القضية حث جاء إطار الحماية الاجتماعية في مقدمة الأطر المستخدمة.

#### ٤- آليات التأطير لقضية غلاء الأسعار بالمواقع الإخبارية محل الدراسة:

##### • التنميط:

جاءت معالجة المواقع الإخبارية المصرية لارتفاع أسعار السلع والخدمات نمطية حيث تشابهت المعالجة في المواقع محل الدراسة واتضح ذلك في المضامين التي تلي ارتفاع أي سلعة أو خدمة حيث ترصد المواقع الزيادة وبعدها تتناول جهود الدولة لتطبيق الأسعار الجديدة والحد من جشع التجار

واستغلال المواطن فمثلاً بعد كل ارتفاع للوقود ترصد المواقع جهود المسؤولين في تطبيق التعريفية الجديدة للمواصلات وحملات مكثفة علي المواقف في المحافظات والأقاليم ونشر تسعيرة المواصلات الجديدة، وبعد رفع سعر رغيف العيش نشرت المواقع الزيادة وبعدها رصدت جهود وزارة التموين في السيطرة علي المخازن المخالفة للوزن وحملات التفتيش المكثفة للوزارة للسيطرة المخازن لتطبيق السعر الجديد التي قررتة الدولة .



كما حرصت المواقع المصرية علي رصد خريطة الأسعار اليومية والتي تتناول أسعار مختلف السلع والخدمات الغذائية سواء بالارتفاع أو الانخفاض، وقد يكون الترميط في التناول اليومي للقضية يوحي للقارئ بطبيعة الأمر وتعوده علي الارتفاع والزيادة.



• نقص السياق "الحذف":

اتضح من خلال تحليل المضامين اعتماد المواقع المصرية علي نقص السياق وتعهد الحذف في بعضها والتركيز علي جوانب معينة في رصد القضية حيث جاءت معالجة القضية مجردة من التفسيرات التي تمكن القارئ من معرفة الوضع الاقتصادي حيث ندرت المضامين التي ترصد أسباب الزيادة في الأسعار بينما رصدت الزيادات بالأرقام فقط دون عرض ملاساتها.

• اقتباسات:

اعتمدت أغلب المواقع في تغطيتها للقضية علي تصريحات المسؤولين في المؤتمرات والاجتماعات وأثناء الأزمات حيث اقتباس تصريحاتهم وعرضها في المضامين وخاصة المواقع القومية التي تتمكن من سهولة الوصول إلى المصدر .

• النقد:

توجهت بعض المواقع بالنقد لسياسات الحكومة نظراً للارتفاع الكبير في أسعار السلع والخدمات إلا أن النقد جاء ضعيفاً وعلي استحياء في أغلب المواقع، لكن بوابة الوفد والعربية نت وسكاي نيوز وجهت انتقادات للحكومة وسياساتها، حيث وجهت بوابة الوفد النقد للحكومة بسبب ارتفاع الأسعار وأسمتها<sup>٧٥</sup> "حكومة الغلاء" فمع كل صباح لا تجد سوى أخبار عن زيادة جديدة في أسعار السلع، والناس يشكون، وفي عز شكوى الناس ترفع الحكومة أسعار الكهرباء، فترتفع أسعار كل السلع والخدمات، فيصرخ الناس من الغلاء، وفي عز صراخهم ترفع الحكومة أسعار الطاقة فتشتعل الأسعار أكثر وأكثر، وكذلك وانتقدت العربية نت<sup>(٧٦)</sup> ارتفاع الأسعار "جنون أسعار السلع يجتاح مصر.. كيف بدأت الأزمة ومتى تنتهي؟ محللون يشددون على ضرورة إحكام الرقابة والقضاء على عشوائية التسعير".

• اتفقت نتائج أليات التأطير المستخدمة في معالجة قضية ارتفاع الأسعار مع نتائج دراسة(أمل السيد، ٢٠١٨) <sup>(٧٧)</sup> حيث برز نمطية المعالجة في تناول الموضوعات المرتبطة بالأزمات الاقتصادية كأزمة السكر والكهرباء واتبعت نفس الأساليب المعتادة في تناول.

www.alarabiya.net

الخروج من الأزمة الاقتصادية يحتاج العمل بحلول خارج الصندوق

الوزارات تنافس على «تنقيب» جيب المواطن.. ومصر تدور في دائرة جهنمية منذ 2016

مطالبات بالتوقف عن سياسات «الجباية» والتوجه نحو التنمية

الأوضاع الدولية والأزمات العالمية تتطلب زيادة الدعم وليس إلغاءه

الدور الأول لأي حكومة هو إدارة شئون البلاد بأفضل طريقة ممكنة وتحقيق التنمية ورفاهية الشعب. ولكن حكومة الدكتور مصطفى مدبولي لا تقوم بهذا الدور وإنما تعمل شيئاً آخر فتدير مصر بمنطقة الجباية. تماماً كما كان يحدث في أواخر عهد المماليك!

4 دقائق للقراءة

من الذهب إلى السكر إلى الأرز، مروّزا بالخضار والفاكهة واللحوم ومنتجات الألبان، تشهد السوق المصرية موجة عنيفة من ارتفاعات الأسعار. لكن الأزمة بدأت واضحة خلال الأسبوع الأخير، حيث شهدت بعض السلع ارتفاعات مفاجئة بما يقرب من 100% على الرغم من عدم وجود أي مبرر سوى أزمة شح الدولار.

وما بين أكثر من مبادرة وسلسلة من القرارات، تحركت الحكومة المصرية في أكثر من اتجاه، لكن اتجاهها إلى تحريك أسعار تذاكر المترو والكهرباء وخدمات الإنترنت خلال أول أيام العام الحالي، أعادت السوق إلى المربع "صفر". حيث تشير التوقعات إلى استمرار ارتفاع الأسعار في ظل شح العملة الصعبة وقبام عدد من كبار التجار بالسيطرة على بعض السلع.

## ٥- القوي الفاعلة في مضامين ارتفاع أسعار السلع والخدمات:

- جاء الرئيس ورئيس الوزراء كأكثر القوي الفاعلة في مضامين ارتفاع الأسعار من خلال رصد توجهاتهما وتعليماتهما لمواجهة الإرتفاع، حيث رصدت بوابة أخبار اليوم<sup>(٧٨)</sup> رئيس الوزراء يتفقد سوق اليوم الواحد بمحطة الرمل بالإسكندرية وذلك في إطار الجهود الحكومية المبذولة بالشراكة مع القطاع الخاص والخبرات العالمية لتحقيق متطلبات الأمن الغذائي المستدام.
- كما جاءت شخصية وزير التموين والتجارة الداخلية أبرز القوي الفاعلة في الحكومة لارتباطه بأركان القضية، واهتمامه بتوجيه التعليمات للمحافظين ومديري المديرية التموينية بكافة محافظات الجمهورية، وذلك لمتابعة الموقف التنفيذي لتوافر السلع الأساسية بالأسواق، ومراقبة وضبط عملية تداول السلع، والتأكيد على تكثيف الرقابة والتفتيش على المخازن والمجمعات الاستهلاكية والمنشآت التموينية بالأسواق، حيث رصدت اليوم السابع<sup>(٧٩)</sup> وزير التموين لـ"مديري المديرية": "تقارير دورية حول حركة الأسواق وتوافر السلع".
- كما جاء المحافظون بمختلف المحافظات كقوة فاعلة في توفير السلع والتأكد من عدم وجود أي نقص أو تلاعب يؤثر على توافرها، بل العمل علي توفيرها، حيث رصدت بوابة الأهرام<sup>(٨٠)</sup> محافظ الدقهلية يتفقد المعارض الدائمة بالمنصورة لبيع السلع والمنتجات بأسعار مخفضة.
- وجاء التجار أيضاً قوي فاعلة نتيجة التحكم في الأسعار واحتكارها<sup>(٨١)</sup> وهو ما دفع وزير التموين والتجارة الداخلية اتخاذ قرارا هام حمل رقم ١٧١ بشأن ضوابط تداول السلع الغذائية الصادر بشأنها قرار مجلس الوزراء رقم ٢٠٧١ لسنة ٢٠٢٤.

• اتفقت نتيجة هذه الدراسة مع دراسة (هنادي غريب، ٢٠٢٣) حيث جاءت أبرز القوي الفاعلة في تغريدات القضايا الاقتصادية الرئيس والحكومة أيضًا وذلك نظرًا لوجود حزمة من القرارات والأحداث الاقتصادية. وكذلك نتيجة دراسة (راللا أحمد، ٢٠٢٠) والتي أكدت تصدر الرئيس ورئيس الوزراء للقوي الفاعلة المستخدمة في الأخبار الاقتصادية يليه الحكومة.

#### ٦- توظيف المواقع الإخبارية محل الدراسة للانفوجراف:

• حرصت المواقع الإخبارية محل الدراسة على استخدام الانفوجراف في تناولها لارتفاع الأسعار نظرًا لأهميته في اختزال العديد من الكلمات والسطور في شكل صُورٍ بصريةٍ سهلة الفهم، مما يسمح للمُتلقي بتفسير البيانات وتحليلها بفاعلية أكبر لأنها تحمل تفاصيل ومعلومات بشكل مبسط للمستخدم.

• وتباينت المواقع في اعتمادها على أشكال الانفوجراف المستخدمة حيث ركزت بوابة الأهرام وأخبار اليوم في استخدامها للانفوجراف على الانفوجراف الثابت لعرض المعلومات فقط بشكل أساسي وحرصت بوابة الأهرام<sup>(٨٢)</sup> على استخدامة في تناول جهود الدولة لتحقيق التنمية الاقتصادية تحت مسمى الاقتصاد المصري يشهد انتعاشًا قويًا بنمو متوقع ٤,٥٪، كما استخدمته بشكل إسبوعي لتناول جهود وزارتي التنمية المحلية والزراعة<sup>(٨٣)</sup> تحت مسمى التنمية المحلية في أسبوع والزراعة في أسبوع، وكذلك حرصت بوابة أخبار اليوم<sup>٨٤</sup> رصد تطورات النمو في الاقتصاد المصري تحت عنوان إنفوجراف| بالأرقام والمؤشرات.. تحسن وضع الاقتصاد المصري" وكذلك حرصت على تغطية أسعار الذهب بشكل يومي دون التطرق إلى الزيادة بينما عرضت معلومات حوله فقط، وأما عن بوابة الوفد ندر فيه الانفوجراف.



- وتصدر موقع مصرراوي توظيف الانفوجراف المتحرك حيث تم توظيفه في عرض التسلسل الزمني لارتفاع أسعار بعض السلع والخدمات حيث رصد موقع مصرراوي<sup>(٨٥)</sup> التسلسل الزمني لارتفاع اسطوانات الغاز بداية من عام ٢٠١٣ حتي عام ٢٠٢٤ , وكذلك سعر الذهب خلال الثمانية سنوات الأخيرة بعنوان "سعر الذهب في مصر يقفز بنحو ٥ أضعاف في ٨ سنوات".



- وأما عن توظيف الصورة الصحفية فقد تصدرت الصورة التوضيحية المصاحبة لمضامين ارتفاع الأسعار في المواقع الإخبارية محل الدراسة وكذلك اعتمدت المواقع علي الصورة الشخصية والتي يتمحور حولها الموضوع خاصة رئيس الجمهورية ورئيس الوزراء ووزير التموين, بينما ظهر الفيديو المصاحب للمضمون بصورة ضعيفة في رصد القضية.
  - اتفقت نتيجة هذه الدراسة مع دراسة (سالي أسامة, ٢٠١٨)<sup>(٨٦)</sup> والتي أكدت كثرة استخدام الانفوجراف الثابت في معالجة القضايا الاقتصادية لعرض المعلومات علي عكس المتحرك والذي تم استخدام بدرجة أقل للمقارنة ورصد التسلسل الزمني للقضية, وكذلك دراسة (إيمان عبد المنعم, ٢٠٢٣) والتي أكدت ارتفاع معدل استخدام الصور المعبرة عن المحتوى في الصفحات الالكترونية الرسمية التي تتناول تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية.
- ٧- طبيعة واتجاه معالجة المواقع الإخبارية محل الدراسة لقضية ارتفاع الأسعار:
- المضمون الاقتصادي عامة وارتفاع الأسعار خاصة نال اهتمام المواقع الإخبارية محل الدراسة نظراً لأهمية الشأن الاقتصادي وتأثيره على مجريات الحياة اليومية في المجتمع ككل، والذي أصبح شأنًا عامًا مثله مثل الشأن السياسي.
- اتسمت ملامح هذه المعالجات في معظمها بالسطحية مع غلبة الطابع المثير على هذه المعالجات رغم أن مضامين ارتفاع الأسعار مضمون جاد في محتواه, فان طبيعة أزمات ارتفاع أسعار

السلع والخدمات وتأثيرها على مجريات الحياة اليومية للقارئ تجعل تفاصيل هذه الأزمات مبعثاً للإثارة في الوقت نفسه تبدو هذه المعالجات منحازة من حيث التقديم في أحيان كثيرة ورصد صورة مغايرة لواقع وافتقارها لسياقات تتيح الفهم والتفسير مما يسهم في تشكيل تصورات غير حقيقية لدى الجمهور عن هذه الأزمات وأسبابها وآليات التعامل معها.

● وعلى الرغم من ارتباط المعالجات بالسياسية التحريرية للمواقع الإخبارية إلا أنها تشابهت كثيراً في تناول خاصة المصرية منها وقد يرجع ذلك لعمليات التوظيف و (التسييس) والتي قد تجعل القارئ المهتم بالقضية يتعامل مع الأزمة بمنطق أن ليس لدينا ما نصنعه، ولا يوجد مخرج آخر، كما أن القائمين بالاتصال لم يبذلوا الجهد المطلوب لتقديم تغطيات استقصائية تتيح تحقيق الفهم الكامل لأبعاد الأزمة وأسبابها ونتائجها، ولكن ما تم تقديمه من شرح كان يصب في اتجاه إقناع المواطن بعدم وجود خيارات بديلة للتعامل مع الأزمة باستثناء خيار تقبل الارتفاع والزيادة والتعامل مع صندوق النقد الدولي ومن ثم فإن هذه المعالجات لم تثر العقل الجمعي للتعامل مع الأزمة بقدر ما هيأت هذا العقل لتقبل الإجراءات المطلوبة لمواجهة الأزمة باعتبارها الحل الأوحدهو ما قد يسهم في تشكيل المزاج العام السلبي علي غير المتوقع من القائمين علي هذه المواقع.

● في ذات السياق تأتي هذه المعالجات تابعة لأحداث القضية ومتفاعلة معها أكثر مما تبدو مهمة بتحليل وتصوير الجمهور بأسبابها وتداعياتها، مما جعل هذه المعالجات تركز على إطار الحماية الاجتماعية كإطار رئيس للمعالجة وافتقادها للرؤية الإستراتيجية التي يجب أن ترتكز إليها هذه المعالجات حيث تغيب عنها الآراء العلمية المتخصصة التي تهدف إلى مساعدة الجمهور على فهم الأزمة وسياقاتها المختلفة وتفصيلها ومن ثم فهم القرارات والإجراءات المرتبطة بالزيادة .

● في الوقت نفسه تنسم هذه المعالجات بالطابع التقليدي في افتقاد المهنية وافتقاد الفهم الكثير من التعامل مع المصطلحات والأرقام وضعف التنوع في الرؤي المطروحة وتكرار المصادر المستخدمة وغياب للشرح والتفسير ومؤشرات الأزمة والاكتفاء بسياسة رد الفعل في التعاطي مع تفاصيلها، ولا يختلف الأمر في ذلك بين الصحف القومية والخاصة نظراً لتشابه المنظومة الصحفية وسياقات التعاطي التقليدي مع القضية في إطار هذه المنظومة .

- انحصر سياق المعالجات للقضية في أغلب الأحيان علي النطاق الضيق للتصريحات الرسمية دون الاهتمام بوجهات النظر المختلفة، في هذا الإطار انصبت المعالجات المقدمة حول الأزمة على تضخيم الإجراءات الحكومية لمواجهة ارتفاع الأسعار في مقابل التهوين من وطأة المعاناة الاقتصادية التي يشعر بها المواطن جراء هذه الأزمة، بل أصبح علي ضرورة التأقلم مع الزيادات الجديدة، والترغيب في أن هذه القرارات حتمية لإنهاء الأزمة ووقف تصاعدها وصار علي المواطن أن يتحمل التبعات حتى تتجاوز الدولة الأزمة.
- اتفقت نتيجة هذه الدراسة مع دراسة (هنادي غريب، ٢٠٢٣) والتي أكدت أن معالجة التغريدات للقضايا الاقتصادية كان للتفسير والمساندة والتبرير للقرارات الاقتصادية وبالتالي جاء الاتجاه ايجابي وكذلك دراسة (راللا أحمد، ٢٠٢٠) والتي جاء اتجاه معالجة القضايا الاقتصادية فيها يميل إلى الايجابية أيضاً.
- وعلي صعيد المواقع العربية اختلفت المعالجات فيها وكانت أكثر جرأة وعمقاً في التناول وطرح القضية بالشرح والتفسير حيث سعت في أغلب الأحيان لتناول الإرتفاع والزيادة في الأسعار بصفة عامة وتنوع المعالجات واختلافها دون تنميط أو تكرار حيث سعت لطرح الأسباب والعوامل التي ساهمت في تفاقم الأزمة وقد يرجع ذلك لابتعادها عن الضغوط المهنية والسياسات التحريرية التي تسيطر علي المواقع المصرية في التناول والطرح للقضايا المختلفة.

#### نتائج الدراسة الميدانية:

- ١- جدول (٥) معدل اهتمام الباحثين عينة الدراسة بمتابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية وفقاً لمحل الإقامة.

الإجمالي		حضر		ريف		الإقامة
ك	%	ك	%	ك	%	معدل الاهتمام
٢١٣	٤٩,٠	١١٠	٤٥,٨	١٠٣	٥٢,٨	مهتم بدرجة كبيرة
١٧١	٣٩,٣	١٠٦	٤٤,٢	٦٥	٣٣,٣	مهتم بدرجة متوسطة
٥١	١١,٧	٢٤	١٠,٠	٢٧	١٣,٨	مهتم بدرجة ضعيفة
٤٣٥	١٠٠	٢٤٠	١٠٠	١٩٥	١٠٠	الإجمالي

٢٤٢ = ٥,٦٤٢ ح.د = ٢ المعنوية = ٠,٧٠ الدلالة = غير دالة

تؤكد النتائج ارتفاع معدل اهتمام المبحوثين عينة الدراسة بمتابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية، حيث ارتفعت نسبة المبحوثين للمتابعة بدرجة كبيرة في الترتيب الأول بنسبة بلغت (٤٩,٠%) من إجمالي مفردات عينة الدراسة، بينما جاء "مهتم بدرجة متوسطة" في الترتيب الثاني بنسبة (٣٩,٣%)، وجاء في الترتيب الثالث والأخير "مهتم بدرجة ضعيفة" بنسبة (١١,٧%) من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وهو ما يؤكد ارتفاع مستوى الاهتمام بالقضية خاصة في ظل ارتفاع أسعار الكثير من السلع في مصر، بسبب الأزمة الاقتصادية التي تعاني منها البلاد والمدفوعة بنقص الدولار وارتفاع التضخم.

• كما أظهرت النتائج اهتمام المبحوثين بالتعرض المنتظم والانتقائي لمضامين غلاء الأسعار حيث سعي المبحوثون للتعرض والتصفح يوميًا في المرتبة الأولى لمتابعة تطورات الأسعار وتحريكها ومنها السلع الغذائية وتذاكر المترو والكهرباء وخدمات الإنترنت خلال عام ٢٠٢٤، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (هشام رشدي، ٢٠٢٤) والتي أكدت ارتفاع معدل اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات الاقتصادية بالمواقع الإلكترونية للصحف، وكذلك اتفقت مع نتائج دراسة (اللا عبد الوهاب، ٢٠٢٠) والتي أكدت اهتمام عينة دراستها بارتفاع متابعتها للقضايا الاقتصادية، وأيضًا دراسة (علي حمودة، ٢٠١٨)<sup>(٨٧)</sup> والتي أكدت ارتفاع استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات حول أزمة ارتفاع الأسعار.

• وبالمقارنة بين الريف والحضر من حيث مستوى الاهتمام أوضحت النتائج تقارب الاهتمام والمتابعة وهذا يؤكد أن أهمية القضية خاصة أن الغلاء ليس مقصوراً على مجتمع دون آخر وأصبح ارتفاع أسعار السلع والخدمات إحدى الظواهر الاقتصادية التي يعاني منها أفراد المجتمع المصري. وقد تسبب الغلاء في معاناة أفراد المجتمع وهذا ما أكدت أيضاً دراسة (إسراء عاطف، ٢٠٢٤)<sup>(٨٨)</sup>

جدول (٦) المواقع الإخبارية التي يفضلها المبحوثون عينة الدراسة لمتابعة قضية ارتفاع الأسعار وفقاً لمحل الإقامة.

الدلالة	المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		حضر		ريف		محل الإقامة المواقع
			%	ك	%	ك	%	ك	
داله عنده ., .	., .٠٢	١,٥٧٩	٨٣,٩	٣٦٥	٧٧,١	١٨٥	٩٢,٣	١٨٠	اليوم السابع
غير دالة	., .٠٩	١,٢٢٧	٥٦,٦	٢٦٤	٥١,٣	١٢٣	٦٣,١	١٢٣	المصري اليوم
داله عنده ., .٠٥	., .٠٤	١,٣٩٦	٥١,٠	٢٢٢	٤٥,٠	١٠٨	٥٨,٥	١١٤	مصراوي
غير دالة	., .٧٤٧	., .٦٧٨	٤٨,٧	٢١٢	٥١,٧	١٢٤	٤٥,١	٨٨	الوطن
غير دالة	., .٦٠٨	., .٧٦١	٤٦,١	٢٠١	٤٢,٩	١٠٣	٥٠,٣	٩٨	العربية نت
داله عنده ., .٠٥	., .٠٤	١,٣٨٠	٤١,٤	١٨٠	٣٥,٤	٨٥	٤٨,٧	٩٥	سكاي نيوز
غير دالة	., .٩٧٩	., .٤٧٢	٣٩,٧	١٧٢	٣٧,٢	٩٠	٤٢,١	٨٢	القاهرة ٢٤
غير دالة	., .١٢٥	١,١٧٧	٣٤,٣	١٤٩	٢٩,٢	٧٠	٤٠,٥	٧٩	أخبارك
غير دالة	., .٧٤٧	., .٦٧٨	٣١,٣	١٣٦	٢٨,٣	٦٨	٣٤,٩	٦٨	بوابة الأهرام
غير دالة	., .٢٦٩	١,٠٠١	٣٠,٦	١٣٣	٢٦,٣	٦٣	٣٥,٩	٧٠	بوابة الجمهورية
غير دالة	١, .٠٠٠	., .٢٩٣	٢٤,٦	١٠٧	٢٣,٣	٥٦	٢٦,٢	٥١	بوابة أخبار اليوم
غير دالة	., .٦٣٦	., .٧٤٥	٢٣,٢	١٠١	٢٠,٠	٤٨	٢٧,٢	٥٣	الشروق
غير دالة	., .٩٩٩	., .٣٦٧	١٩,٥	٨٥	١٧,٩	٤٣	٢١,٥	٤٢	الوفد
			٤٣٥		٢٤٠		١٩٥		جملة من سئلو

- تصدرت المواقع الخاصة قائمة المواقع الإخبارية التي يتابع من خلالها المبحوثون عينة الدراسة قضية ارتفاع الأسعار، وقد يرجع ذلك لتمييزها في نقل الأحداث والسبق الصحفي وانفرادها بتغطية الموضوعات التي تتعلق بالقضية بقوالب وأدوات مختلفة ومنها البث

المباشر وتحديث صفحه الموقع علي مواقع التواصل الاجتماعي, وهذا ما اتفقت عليه دراسة (حنان عبد الوهاب, ٢٠٢٠) ودراسة (سماح المحمدي, ٢٠٢٢), حيث أكدوا علي اهتمام الباحثين عينة الدراسة بمتابعة موقع اليوم السابع حيث جاء في مقدمة المواقع التي يعتمد عليها الباحثون عينة الدراسة في متابعة القضايا الاقتصادية.

- وأظهرت النتائج ضعف وتراجع اهتمام الباحثين عينة الدراسة بالمواقع الإخبارية القومية والحزبية والاعتماد عليها في متابعة القضية وقد يرجع ذلك إلى ارتباطها ببعض التوجهات الرسمية بينما سبقها في أولوية اهتمامات الباحثين عينة الدراسة متابعة المواقع العربية الممثلة في موقعي سكاى نيوز والعربية نت .

جدول (٧) السلع والخدمات التي يتابعها الباحثون عينة الدراسة بالمواقع الإخبارية.

السلع والخدمات	دائماً		أحياناً		نادراً		المتوسط	الاستجابة
	ك	%	ك	%	ك	%		
المواد الغذائية	٣١٥	٧٢,٤	٩٥	٢١,٨	٢٥	٥,٧	٢,٦٧	دائماً
الأدوية	٣١٩	٧٣,٣	٨٦	١٩,٨	٣٠	٦,٩	٢,٦٦	دائماً
المواد البترولية	٣٠٤	٦٩,٩	١٠٧	٢٤,٦	٢٤	٥,٥	٢,٦٤	دائماً
الاتصالات	٢٧٤	٦٣,٠	١٣١	٣٠,١	٣٠	٦,٩	٢,٥٦	دائماً
الكهرباء	٢٧٣	٦٢,٨	١٠٠	٢٣,٠	٦٢	١٤,٣	٢,٤٩	دائماً
تذاكر المترو	٢٤٣	٥٥,٩	٤٠	٩,٢	١٥٢	٣٤,٩	٢,٢١	أحياناً
الذهب	٢٠٢	٤٦,٤	٩٣	٢١,٤	١٤٠	٣٢,٢	٢,١٤	أحياناً
العقارات	٢٠٢	٤٦,٤	٦٦	١٥,٢	١٦٧	٣٨,٤	٢,٠٨	أحياناً
مواد البناء	١٦٤	٣٧,٧	١٠٤	٢٣,٩	١٦٧	٣٨,٤	١,٩٩	أحياناً
السيارات	١٤٣	٣٢,٩	٦٢	١٤,٣	٢٣٠	٥٢,٩	١,٨٠	أحياناً
جملة من سئلو	٤٣٥							

• تؤكد النتائج اهتمام المبحوثين عينة الدراسة بالمضامين التي تتناول السلع والخدمات الأساسية والتي تعتبر من الاستخدامات اليومية للفرد وجاءت الاستجابات تؤكد التعرض والاهتمام الدائم بمتوسطات تنحصر ما بين (٢,٦٧) حتي (٢,٤٩) تميل نحو دائماً، حيث جاء في المقدمة المواد الغذائية والأدوية خاصة الارتفاع الصارخ لهما مما دفع المبحوثين للاهتمام بتفاصيل الأزمة لتراجع القوة الشرائية وصعوبة تلبية الاحتياجات الأساسية مما قد يدفع البعض لتغيير نمط الحياة لتقليل الانفاق وتأجيل شراء السلع الترفيهية وهذا ما أكدت استجابات المبحوثين حيث جاءت السلع الترفيهية في مرتبة متأخرة منها الذهب والعقارات و السيارات والعملات حيث جاءت الاستجابات نحو الاهتمام بها أحياناً بمتوسطات انحصرت ما بين (٢,٢١) حتي (١,٨٠) تميل نحو أحياناً .

• وعن اجمالي المقياس جاءت المتابعة والاهتمام لمضامين السلع والخدمات مرتفعة حيث جاء دائماً بنسبة (٤٩,٩٪) في المقدمة وأحياناً في المرتبة الثانية بنسبة (٤٥,١٪) ونادراً في المرتبة الثالثة بنسبة (٥,١٪) وجاء إجمالي المتوسط العام للمقياس (٢,٤٩) باستجابة تميل نحو دائماً.

• اتفقت نتيجة هذه الدراسة مع دراسة (هشام البرجي, ٢٠٢٣)<sup>(٨٩)</sup> والتي أكدت ارتفاع معدل اهتمام المبحوثين عينة الدراسة بمتابعة أسعار منتجات الأغذية المختلفة في البرامج التلفزيونية في المرتبة الأولى. وكذلك دراسة (سحر غريب, ٢٠٢٣) والتي أكدت اهتمام المبحوثين عينة الدراسة بمتابعة ارتفاع أسعار السلع بشكل عام .

جدول (٨) دو افغ متابعة المبحوثين عينة الدراسة لقضية غلاء الأسعار بالمواقع الإخبارية.

الاستجابة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الرأي وجبه نظر
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٢,٦١	٦,٤	٢٨	٢٥,٧	١١٢	٦٧,٨	٢٩٥	لأتمكن من تديير شئوني المالية.
موافق	٢,٥٢	٦,٧	٢٩	٣٤,٥	١٥٠	٥٨,٩	٢٥٦	لأتمكن من فهم الوضع الاقتصادي

الاستجابة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الرأي وجهه نظر
		%	ك	%	ك	%	ك	
								المصري
موافق	٢,٥٠	٨,٣	٣٦	٣٣,٣	١٤٥	٥٨,٤	٢٥٤	معرفة حركة الأسعار بصورة مستمرة
موافق	٢,٤٩	١٠,٦	٤٦	٣٠,١	١٣١	٥٩,٣	٢٥٨	لخطورة وضع الأسعار الحالي
موافق	٢,٣٣	١٣,١	٥٧	٤٠,٥	١٧٦	٤٦,٤	٢٠٢	رغبتي في أخذ خطوة استباقية قبل الارتفاع.
محايد	٢,٢٢	١٧,٥	٧٦	٤٣,٠	١٨٧	٣٩,٥	١٧٢	لأتمكن من مناقشة الأخرين في القضية.
محايد	٢,١٨	٢١,١	٩٢	٣٩,٣	١٧١	٣٩,٥	١٧٢	تعودت البحث عنها يوميًا لسرعة تغيرها.
محايد	٢,٢٧	١٦,٦	٧٢	٤٠,٠	١٧٤	٤٣,٤	١٨٩	كثرة الحديث عنها
محايد	٢,١٠	٢٤,٤	١٠٦	٤٠,٩	١٧٨	٣٤,٧	١٥١	لاستخدمها في منشوراتي بمواقع التواصل
محايد	١,٦٩	٥١,٥	٢٢٤	٣١,٥	١٣٧	١٧,٠	٧٤	أعرض لها بصورة عشوائية
٤٣٥								جملة من سنلو

أولاً الدوافع النفعية: تؤكد النتائج قوة الدوافع النفعية لمتابعة الباحثين عينة الدراسة لقضية الارتفاع رغبة منهم في تحقيق المنافع المختلفة وجاءت استجابات الباحثين حول

العبارات التي تقيس الدوافع النفعية كلها يميل للموافقة حيث جاءت متوسطات العبارات ينحصر ما بين (٢,٦١) حتي (٢,٣٣) مما يؤكد قوة الدافع والرغبة في التعرض والاستخدام لتحقيق المنفعة وجاء في مقدمة دوافع الاهتمام والمتابعة "لأتمكن من تدبير شئوني المالية" وذلك نظرًا لعدم ثبات واستقرار الأسعار وخطورتها مما دفع المبحوثين للبحث حول القضية ومعرفة تحركات الأسعار لتمكينهم من فهم الوضع الاقتصادي المصري وذلك لأخذ خطوة استباقية تمكنهم من تدبير السلع والخدمات قبل تنفيذ الارتفاع مما أسهم في الاقبال علي الشراء القهري من خلال اتخاذ قرار شراء منتج أو خدمة معينة بدون أي تخطيط مسبق لهذا الشراء لغرض التخزين فقط إنما تم اتخاذ هذا القرار للتو قبل عملية الشراء مباشرة ويشار إلى هذا الشخص الذي يريد أن يقوم بمثل هذه العمليات الشرائية بدون قرار مسبق على أنه مشتري مندفع أو مشتري تم دفعه للشراء الاندفاعي تحت تأثير المحفزات الاندفاعية من البيئة المحيطة، وتؤدي إلى استجابة شرائية فورية.

ثانيًا: الدوافع الطقوسية: جاءت الدوافع الطقوسية لمتابعة المبحوثين عينة الدراسة لقضية غلاء الأسعار بالمواقع الإخبارية متوسطة حيث انحصرت استجابات المبحوثين عينة الدراسة ما بين (٢,٢٢) إلى (١,٦٩) باتجاه استجابة يميل نحو محايد حيث جاء في مقدمتها تعودت البحث عنها يوميًا لسرعة تغييرها بمتوسط حسابي (٢,٢٢). وكان الدافع أيضًا هو جمع المعلومات حول القضية ليتمكن المبحوثون عينة الدراسة من مناقشة الآخرين في القضية نظرًا كثرة الحديث عنها باعتبارها تشغل اهتمام أغلب شرائح المجتمع المصري كما حرص المبحوثون علي استخدامها في منشوراتهم بمواقع التواصل وجاء في المرتبة الأخيرة من الدوافع الطقوسية للاهتمام "التعرض لها بصورة عشوائية" بمتوسط حسابي (١,٦٩) وهو ما يؤكد التعرض الانتقائي لمضامين القضية.

جدول (٩) إجمالي مقياس دوافع متابعة المبحوثين عينة الدراسة لقضية غلاء الأسعار بالمواقع الإخبارية.

الاستجابة	المتوسط	منخفضة		متوسطة		قوية		قوة الدوافع الدوافع
		%	ك	%	ك	%	ك	
قوية	٢,٦٣	٥,٥	٢٤	٢٦,٠	١١٣	٦٨,٥	٢٩٨	الدوافع النفعية
متوسطة	٢,٠٨	١٨,٦	٨١	٥٥,٢	٢٤٠	٢٦,٢	١١٤	الدوافع الطقوسية
٤٣٥								جملة من سنلو

جاءت الدوافع النفعية في مقدمة دوافع اهتمام المبحوثين عينة الدراسة بقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية بإجمالي متوسط حسابي (٢,٦٣) باستجابة تميل للموافقة وهذا ما أسهم في قوتها بينما جاءت الدوافع الطقوسية متوسطة بإجمالي متوسط حسابي (٢,٠٨) حيث جاءت الاستجابات تميل نحو محايد. اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (سحر غريب، ٢٠٢٣) والتي أكدت قوة الدوافع النفعية لدى المبحوثين عينة الدراسة لمتابعة التحديات الاقتصادية بالصحافة الرقمية وتفوقها على الدوافع الطقوسية، وأيضًا دراسة (علي حمودة، ٢٠١٨) حيث تفوقت الدوافع النفعية على الطقوسية في الحصول على المعلومات حول أزمة ارتفاع الأسعار.

جدول (١٠) طبيعة تغطية المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة.

الاستجابة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الرأي وجهه نظر
		%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	٢,٢٣	١٤,٥	٦٣	٤٨,٠	٢٠٩	٣٧,٥	١٦٣	تركز على جوانب معينة وتهمل أخرى
محايد	٢,٢٢	١٩,٥	٨٥	٣٨,٦	١٦٨	٤١,٨	١٨٢	تبرر المواقع ارتفاع الأسعار.

معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار وعلاقتها بالمزاج العام للجمهور المصري

الاستجابة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الرأي وجبه نظر
		%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	٢,١٣	١٧,٥	٧٦	٥١,٧	٢٢٥	٣٠,٨	١٣٤	تتعهد بعض المواقع التعقيم حول القضية
محايد	٢,١٠	١٨,٤	٨٠	٥٣,٣	٢٣٢	٢٨,٣	١٢٣	موضوعية تناول المواقع لارتفاع الأسعار
محايد	٢,٠٨	٢٣,٩	١٠٤	٤٤,١	١٩٢	٣٢,٠	١٣٩	تبرز المواقع دور الجهات الحكومية لحل الأزمة.
محايد	١,٩٨	٢٠,٥	٨٩	٦٠,٧	٢٦٤	١٨,٩	٨٢	مصدقية ما تنشره حول غلاء الأسعار
محايد	١,٧٣	٤٣,٠	١٨٧	٤٠,٧	١٧٧	١٦,٣	٧١	تسعي المواقع إلى طرح حلول لمعالجة الأزمة.
٤٣٥								جملة من سنلو

- تؤكد النتائج أن استجابات الباحثين عينة الدراسة "محايدة" نحو تناول المواقع الإخبارية لقضية غلاء الأسعار حيث جاءت بمتوسطات حسابية انحصرت ما بين (٢,٢٣) حتي (١,٧٣) إلا أنه من الملاحظ تصدر استجابات الباحثين للعبارات التي تناولت التأطير وضعف الثقة في المضمون والمعالجة وجاء في مقدمة استجاباتهم "تركز المواقع علي جوانب معينة وتهمل أخرى في تناولها للقضية" والبروز أي إظهار بعض جوانب الموضوع، عمداً بقصد التركيز عليها، وإغفال جوانب أخرى قد تكون ذات أهمية، كما رأي الباحثون أن المواقع تبرر ارتفاع الأسعار في بعض الأحيان وتعتمد التعقيم، بينما جاءت عبارات المصدقية للمضمون في مرتبة متأخرة ومنها الموضوعية في التناول والمصدقية فيما تنشره

من معلومات حول القضية وهذا لا يعني بالطبع فبركة المواقع للأخبار والمعلومات وإنما قد يري المبحوثون أن بعض المواقع تتعاطف مع المسئولين وتعتبرها أزمة عالمية وأن الوضع فترة من الزمن وينتهي الأمر وهذا ما دفع المبحوثين إلى ضعف الثقة والمصداقية وهو ما قد يؤثر بالطبع علي المزاج الشخصي.

- وبالنظر إلى النتائج الكلية للمقياس اتضح تصدر (محايد) في مقدمة استجابات المبحوثين بنسبة (٦٣,٤٪) من إجمالي استجابات المبحوثين عينة الدراسة بينما جاء (موافق) في المرتبة الثانية بنسبة (٢٣,٤ ٪) من إجمالي استجابات المبحوثين، وجاء (معارض) في المرتبة الأخيرة بنسبة (١٣,١ ٪) وجاء المتوسط الحسابي العام للمقياس (٢,١٠) واتجاه الاستجابة الكلية "محايد".

جدول (١١) تفاعلية المبحوثين عينة الدراسة مع مضامين قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية.

الاستجابة	المتوسط	نادراً		أحياناً		دائماً		الرأي التفاعلية
		%	ك	%	ك	%	ك	
دائماً	٢,٥٧	٧,١	٣١	٢٨,٧	١٢٥	٦٤,١	٢٧٩	رفع المحتوى علي مواقع التواصل الاجتماعي
دائماً	٢,٤٦	١٤,٠	٦١	٢٦,٠	١١٣	٦٠,٠	٢٦١	أقوم بعمل ايموشن يعبر عن مشاعري
أحياناً	٢,٠١	٣٦,١	١٥٧	٢٦,٩	١١٧	٣٧,٠	١٦١	أقوم بإرسال المحتوي لأصدقائي
أحياناً	١,٩٩	٣٣,٣	١٤٥	٣٤,٥	١٥٠	٣٢,٢	١٤٠	أقوم بعمل إسقاطات تعبر عن عدم الرضا
أحياناً	١,٩٢	٣٤,٩	١٥٢	٣٨,٤	١٦٧	٢٦,٧	١١٦	اضافة تعليق علي

معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار وعلقتها بالمزاج العام للجمهور المصري

الاستجابة	المتوسط	نادراً		أحياناً		دائماً		الرأي التفاعلية
		%	ك	%	ك	%	ك	
								المحتوي
نادراً	١,٦٥	٥١,٠	٢٢٢	٣٢,٦	١٤٢	١٦,٣	٧١	اتصفح الموضوع فقط
٤٣٥								جملة من سئلو

من خلال رصد استجابات المبحوثين حول تفاعلهم بمضامين ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية أو علي صفحاتها بمواقع التواصل الاجتماعي اتضح اهتمام المبحوثين إلى حد ما بالتفاعل وإبداء الرأي حول القضية وجاء التعبير عن مشاعرهم في أغلب الأحيان من خلال ايموشن يوضح اتجاههم نحو المضمون وكذلك التعليق وإبداء الرأي بطريقة غير مباشرة من خلال الإسقاط والتهكم والسخرية من الارتفاع وعدم الاستقرار لأغلب السلع والخدمات وقد يرجع ذلك إلى خوف المبحوثين من إبداء الرأي المباشر للضغوط السياسية والرقابة علي بعض المواقع، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة(علي حمودة, ٢٠١٨) حيث جاء رفع المحتوى علي مواقع أخرى في مقدمة تفاعلية المبحوثين، وكذلك أكدت دراسة(أميرة جمال, ٢٠٢٤) علي حرص المبحوثين علي إظهار مشاعرهم في التعليقات علي الأزمات الاقتصادية والتي غلب عليها المزاج السلبي. وعن إجمالي المقياس جاء تفاعل المبحوثين مع مضامين ارتفاع الأسعار أحياناً بنسبة (٦٣,٢٪) بينما جاء (٢٠,٠٪) من استجابات المبحوثين دائماً ما يتفاعلون، وجاء نادراً بنسبة (١٦,٦٪) من إجمالي استجابات المبحوثين وجاء المتوسط الحسابي العام للمقياس (٢,٠٤) يميل نحو أحياناً.

جدول (١٢) درجة رضا المبحوثين عينة الدراسة عن قرارات الحكومة الخاصة بأسعار السلع والخدمات وفقاً لمحل الإقامة

الإجمالي		حضر		ريف		الإقامة درجة الرضا
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٩,٠	٣٠٠	٦٦,٧	١٦٠	٧١,٨	١٤٠	غير راض تماماً
٢٤,٨	١٠٨	٢٧,٥	٦٦	٢١,٥	٤٢	راض إلى حد ما

الإجمالي		حضر		ريف		الإقامة
%	ك	%	ك	%	ك	
٦,٢	٢٧	٥,٨	١٤	٦,٧	١٣	راض تمامًا
١٠٠	٤٣٥	١٠٠	٢٤٠	١٠٠	١٩٥	الإجمالي

٢٥٠ = ٢٠٠٠ د. ح = ٢ المعنوية = ٠,٣٥٥ الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق ارتفاع معدل عدم رضا المبحوثين عينة الدراسة عن القرارات التي تتخذها الحكومة بشأن ارتفاع أسعار السلع والخدمات حيث جاء غير راضٍ تمامًا في مقدمة استجابات المبحوثين بنسبة (٦٩٪) وهي نسبة مرتفعة جدًا تؤكد عدم الرضي عن أداء الحكومة وما تنتهجه من قرارات تقع علي عاتق المواطن خاصة أنها تمس الاحتياجات الأساسية للفرد وجحافة الزيادة والتي وصلت في بعض السلع والخدمات إلى أكثر من ١٠٠٪ وبالتالي تسببت في حالة من عدم الرضي لكثير من المبحوثين لشعورهم بالضغط الاقتصادية عليهم .

جدول (١٣) المزاج العام السلي للمبحوثين عينة الدراسة نتيجة متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية.

الاستجابة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الرأي المزاج العام السلي
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٢,٦٧	٥,٧	٢٥	٢١,٨	٩٥	٧٢,٤	٣١٥	أشعر بالإحباط الشديد
موافق	٢,٦٦	٦,٩	٣٠	١٩,٨	٨٦	٧٣,٣	٣١٩	أشعر بالخوف علي مستقبلي ومستقبل أسرتي.
موافق	٢,٦٤	٥,٥	٢٤	٢٤,٦	١٠,٧	٦٩,٩	٣٠٤	أشعر بالحزن الشديدة
موافق	٢,٥٧	٨,٥	٣٧	٢٦,٢	١١٤	٦٥,٣	٢٨٤	أشعر بعدم الأمان

معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار وعلاقتها بالمزاج العام للجمهور المصري

الاستجابة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الرأي المزاج العام السلبي
		%	ك	%	ك	%	ك	
								والتوتر الشديد
موافق	٢,٥٦	٦,٩	٣٠	٣٠,١	١٣١	٦٣,٠	٢٧٤	أشعر بالخوف والقلق
موافق	٢,٥٥	٦,٧	٢٩	٣١,٨	١٣٧	٦١,٨	٢٦٩	أشعر بعدم الإطمئنان
موافق	٢,٤٩	١١,٥	٥٠	٢٨,٥	١٢٤	٦٠,٠	٢٦١	أشعر بمستقبل ضبابي
موافق	٢,٤٧	١٤,٩	٦٥	٢٣,٤	١٠٢	٦١,٦	٢٦٨	أشعر بعدم الرضا والسخط
محايد	٢,٢٣	٢١,٦	٩٤	٣٣,٣	١٤٥	٤٥,١	١٩٦	أرغب في العزلة والانسحاب الاجتماعي
محايد	٢,١٥	٢٦,٤	١١٥	٣٢,٢	١٤٠	٤١,٤	١٨٠	تقل رغبتني في العمل والانجاز
٤٣٥								جملة من سئلو

أكدت النتائج ارتفاع مستوى المزاج العام السلبي للمبحوثين واتضح تأثر المبحوثين عينة الدراسة بمتابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية وظهر ذلك في موافقة المبحوثين علي العبارات التي تقيس المزاج العام السلبي وجاء متوسطات العبارات ما بين (٢,٦٧) حتي (٢,٤٧) وهي درجات مرتفعه تميل نحو الموافقة, حيث أكد المبحوثون عينة الدراسة شعورهم بالإحباط الشديد والخوف والقلق المسقبلي وشعورهم بعدم الأمان والإطمئنان نتيجة التعرض المتكرر لمضامين زيادة الأسعار وهو ما أسهم في سيطرة نظرة التشاؤم تجاه المستقبل وخلق حالة من السخط والغضب والضغط النفسي وعدم الشعور بالاستقرار المالي الشخصي نتيجة عدم القدرة علي التحكم في الوضع الاقتصادي من ارتفاع معدلات التضخم والتي أثرت علي ارتفاع

السلع والخدمات وتذبذب أسعار الطاقة، وبالنظر إلى المزاج العام فإنه يعتبر محصلة جميع الظروف البيئية المحيطة بما في ذلك الأحوال الاقتصادية التي يعتبر انخفاض الدخل أحد مظاهرها، هذا وقد اتفقت هذه النتائج مع نتائج دراسة (هشام سعيد، ٢٠٢٤) وجاءت العبارات التي تشير إلى رغبة المبحوثين في العزلة والانسحاب الاجتماعي نتيجة المتابعة بدرجة أقل من سابقها حيث جاءت تميل نحو الحياد وانحصرت بين (٢،٢٣) حتي (٢،١٥) وهي درجات متوسطة تشير إلي تأثير المبحوثون إلى حد ما بالرغبة في العزلة والانسحاب الاجتماعي نتيجة عدم قدرتهم علي مواجهه الأزمة ومواكبة الوضع الاقتصادي خاصة أن انخفاض الدخل يقيد الموارد المتاحة مما يجعلهم عاجزين عن المشاركة وتقل لديهم الرغبة في العمل والإنجاز.

جدول (١٤) المزاج العام الايجابي للمبحوثين عينة الدراسة نتيجة متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواع الإخبارية.

الاستجابة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الرأي المزاج العام الايجابي
		%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	١,٨٦	٤٣,٠	١٨٧	٢٨,٠	١٢٢	٢٩,٠	١٢٦	أري أنها أزمة عالمية.
محايد	١,٨٦	٤٣,٤	١٨٩	٢٧,٤	١١٩	٢٩,٢	١٢٧	أطمئن نفسي
محايد	١,٨١	٤٢,٥	١٨٥	٣٤,٠	١٤٨	٢٣,٤	١٠٢	أؤمن بالقدرة علي تخطي الأزمة
محايد	١,٧٩	٤٨,٥	٢١١	٢٤,١	١٠٥	٢٧,٤	١١٩	أسعي لتحقيق خطتي المستقبلية
محايد	١,٧٣	٤٨,٥	٢١١	٢٩,٩	١٣٠	٢١,٦	٩٤	أشعر بأنها فترة وتنتهي
معارض	١,٦٧	٥٢,٤	٢٢٨	٢٦,٧	١١٦	٢٠,٩	٩١	أشعر بأن القادم أفضل
معارض	١,٥٩	٥٥,٦	٢٤٢	٣٠,١	١٣١	١٤,٣	٦٢	أشعر بالأمن

الاستجابة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الرأي المزاج العام الايجابي
		%	ك	%	ك	%	ك	
								والاستقرار النفسي
معارض	١,٥٩	٥٦,٣	٢٤٥	٢٨,٥	١٢٤	١٥,٢	٦٦	أشعر بالرضا تجاه ما يحدث.
معارض	١,٥٣	٥٩,٨	٢٦٠	٢٧,٦	١٢٠	١٢,٦	٥٥	أري أن الوضع غير مقلق
معارض	١,٤٧	٦٤,٨	٢٨٢	٢٣,٠	١٠٠	١٢,٢	٥٣	تزداد ثقتي في مستقبلي.
٤٣٥								جملة من سئلو

- أكدت النتائج انخفاض مستوي المزاج العام الايجابي للمبحوثين عينة الدراسة نتيجة متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية حيث انحصرت استجابات المبحوثين بين الحياد والمعارضة بمتوسطات ضعيفة، وجاءت متوسطات عبارات الحياد بين (١,٨٦) حتي(١,٧٩) ، في مقدمتها "أري أنها أزمة عالمية " بمتوسط حسابي (١,٨٦) ويرجع ذلك نتيجة التحديات الاقتصادية العالمية والتي أثرت بشكل كبير علي الاقتصادي المصري ورأي بعض المبحوثين أن هذا الارتفاع فترة وتنتهي لشعورهم بالقدرة علي تخطي الأزمة .
- بينما جاءت بعض العبارات الأخرى أكثر ميلاً للمعارضة وهو ما يؤكد سلبية المزاج حيث انحصرت المتوسطات ما بين (١,٦٧) حتي (١,٤٧) وهي متوسطات ضعيفة تؤكد معارضة المبحوثين علي إيجابية الحالة المزاجية لهم بل أظهرت استجابات المبحوثين النظرة السلبية، نتيجة متابعة القضية بالمواقع وما ترصده من مضامين تعالج القضية، وما يرتبط بها مثل التعامل مع صندوق النقد الدولي والذي تسبب في زيادة مدفوعات خدمة الدين العام الخارجي والنقص المزمّن في بعض منتجات الغذاء والدواء.

جدول (١٥) إجمالي المزاج العام للمبحوثين عينة الدراسة نتيجة متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية وفقاً لمحل الإقامة.

الإجمالي		حضر		ريف		الإقامة	المزاج العام
%	ك	%	ك	%	ك		
٦١,٤	٢٦٧	٦٠,٠	١٤٤	٦٣,١	١٢٣	المزاج العام السلبي	
٢٦,٧	١١٦	٢٩,٢	٧٠	٢٣,٦	٤٦	المزاج العام المحايد	
١٢,٠	٥٢	١٠,٨	٢٦	١٣,٣	٢٦	المزاج العام الايجابي	
١٠٠	٤٣٥	١٠٠	٢٤٠	١٠٠	١٩٥	الإجمالي	

١,٩٨٣=٢٤ ح.د = ٢ المعنوية=٠,٣٧١ الدلالة = غيردالة

- تشير النتائج إلى تصدر المزاج العام السلبي للمبحوثين عينة الدراسة الناتج عن متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية حيث جاء في المقدمة بنسبة (٦١,٤٪) من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة وبفارق كبير عن المحايد والإيجابي , بينما جاء المزاج العام المحايد في المرتبة الثانية بنسبة (٢٦,٧٪) وفي الترتيب الأخير جاء المزاج العام الإيجابي بنسبة (١٢,٠٪).
- وبالنظر إلى الفارق في المزاج العام للمبحوثين عينة الدراسة من الريف والحضر اتضح تقارب النسب بينهما وطغت الحالة المزاجية السلبية عليهما دون وجود فروق كبيرة وهذا ما يؤكد تأثر المزاج العام لكل من أهل الريف والحضر. حيث جاء إجمالي متوسط المقياس (١,٥١) وهو يميل إلى المزاج السلبي للمبحوثين.
- اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (الاحمد, ٢٠٢٠) ودراسة (ماجدة أبو الوفا, ٢٠٢٤) (٩٠) والتي أكدت غلبة المزاج العام السلبي علي الإيجابي الناتج عن إجراءات الإصلاح الاقتصادي حيث جاء في مقدمة استجابات المبحوثين أشعر بالخوف والقلق من المستقبل , بينما اختلفت مع نتائج دراسة (هنادي غريب, ٢٠٢٣) والتي أكدت علي غلبة المزاج العام الايجابي للنخبة حول القضايا الاقتصادية.

### نتائج اختبار فروض الدراسة:

جدول (١٦) نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان دلالة العلاقة بين معدل اهتمام الباحثين عينة الدراسة بقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية وبين مزاجهم العام

المتغيرات	معدل الاهتمام		اتجاه العلاقة	المعنوية	الدلالة
المزاج العام السلبي	العدد	معامل الارتباط R	طردية	٠,٠٠١	دالة عند ٠,٠١
	٤٣٥	٠,١٦٤**			
المزاج العام الإيجابي	٤٣٥	-٠,١١٧*	عكسية	٠,٠٢	دالة عند ٠,٠٥

● تشير نتائج اختبار "بيرسون" في الجدول السابق إلى وجود علاقة بين معدل اهتمام الباحثين عينة الدراسة بقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية وبين مزاجهم العام السلبي، حيث بلغت قيمة "R" = (٠,١٦٤)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = (٠,٠١) مما يدل على صحة هذا الفرض، وبالتالي القبول بصيغته، وجاء اتجاه العلاقة طردية وهذا يدل على أنه كلما زاد الاهتمام بمتابعة مضامين قضية ارتفاع الأسعار بأشكالها المختلفة يؤدي إلى تشكيل مزاج عام سلبي لدي الجمهور.

● كما تشير النتائج أيضاً إلى وجود علاقة بين معدل اهتمام الباحثين عينة الدراسة بقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية وبين مزاجهم العام الإيجابي، حيث بلغت قيمة "R" = (٠,١١٧)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = (٠,٠٥) مما يدل على صحة هذا الفرض، وبالتالي القبول بصيغته. جاءت العلاقة عكسية وهذا يدل على أنه كلما زاد معدل الاهتمام بمتابعة مضامين قضية ارتفاع الأسعار من السلع والخدمات يؤثر بشكل عكسي وتنخفض حالة المزاج العام الإيجابي.

ومن هنا يمكن القول أن المزاج العام لدى الباحثين يتأثر وفقاً لدرجة الاهتمام والتعرض لقضية ارتفاع الأسعار، وهو ما يتفق مع الفرضية الرئيسة لنظرية المزاج العام، حيث تفترض

أن كل الرسائل الإعلامية لديها مستوى معين من القدرة على تغيير المزاج، وترى أن وسائل الإعلام التفاعلية لديها القدرة على التأثير في المزاج العام أكبر من وسائل الإعلام التقليدية مما يجعل مشاعر الفرد تمتلئ بالانفعالات المختلفة من رهب وخوف وغضب وكراهية ومن فرح وسرور.

جدول (١٧) نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان دلالة العلاقة بين دو افع اهتمام الباحثين عينة الدراسة بقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية وبين مزاجهم العام.

المتغيرات	دو افع الاهتمام		اتجاه العلاقة	المعنوية	الدلالة
المزاج العام السلبي	العدد	معامل الارتباط R	طردية	٠,٠٠٠	دالة عند ٠,٠١
	٤٣٥	٠,٢٥١**			
المزاج العام الإيجابي	٤٣٥	٠,٠٤٧	—	٠,٣٣١	غير دالة

- تشير نتائج اختبار "بيرسون" في الجدول السابق إلى وجود علاقة بين دوافع اهتمام الباحثين عينة الدراسة بقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية وبين مزاجهم العام السلبي، حيث بلغت قيمة "R" = (٠,٢٥١)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = (٠,٠١) مما يدل على صحة هذا الفرض، وبالتالي القبول بصيغته.
- كما تشير النتائج إلى عدم وجود علاقة بين دوافع اهتمام الباحثين عينة الدراسة بقضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية وبين مزاجهم العام الإيجابي، حيث بلغت قيمة "R" = (٠,٠٤٧)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة، مما يدل على عدم صحة هذا الفرض، وبالتالي القبول بصيغة الفرض الصفري.
- ومن هنا يمكن القول أن قوة دوافع الباحثين للاهتمام بقضية ارتفاع الأسعار ومعرفة الإجراءات التي أسهمت في زيادات السلع والخدمات لأكثر من مرة دليل على أنها تؤرق الكثير وهو ما شكل لديهم مزاج عام سلبي. وهو ما يتفق مع النظرية حيث يلجأ الجمهور إلى

مضامين معينة لتغيير حالة مزاجية لديهم، أو للتوافق مع المزاج المجتمعي السائد، أو لتدعيم مواقفهم وتصوراتهم الشخصية، وتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المقدمة.

جدول (١٨) نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان دلالة العلاقة بين طبيعة معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار من وجهه نظر المبحوثين عينة الدراسة وبين مزاجهم العام.

المتغيرات	طبيعة المعالجة		اتجاه العلاقة	المعنوية	الدلالة
المزاج العام	العدد	معامل الارتباط R	عكسية	٠,٠٢	دالة عند ٠,٠٥
	٤٣٥	-٠,١١٥*			

تشير نتائج اختبار "بيرسون" في الجدول السابق إلى وجود علاقة بين طبيعة معالجة المواقع الإخبارية لقضية ارتفاع الأسعار من وجهه نظر المبحوثين عينة الدراسة في وبين مزاجهم العام، حيث بلغت قيمة "R" = (٠,١١٥)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = (٠,٠٢) مما يدل على صحة هذا الفرض، وبالتالي القبول بصيغته، وجاء اتجاه العلاقة عكسية وهذا يدل علي أن رؤية المبحوثين لطبيعة المعالجة التي تتناول بها المواقع الإخبارية القضية يؤثر علي طبيعة المزاج العام لديهم خاصة السلبي، حيث جاءت المعالجة تدور في إطار الحماية الاجتماعية وحث المواطن علي تحمل الأزمة باعتبارها أزمة عالمية دون النظر في الاعتبار للضغوط التي يتحملها المواطن بسبب الزيادة وهو ما أثر سلباً عليهم وشكل لديهم مزاج سلبي.

جدول (١٩) نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان دلالة العلاقة بين نوعية السلع والخدمات التي يتابعها المبحوثون عينة الدراسة بالمواقع الإخبارية وبين مزاجهم العام

المتغيرات	نوع السلع والخدمات		اتجاه العلاقة	المعنوية	الدلالة
المزاج العام السلبي	العدد	معامل الارتباط R	عكسية	٠,٠٠٠	دالة عند ٠,٠١
	٤٣٥	-٠,٣٦٠**			

المتغيرات	نوع السلع والخدمات	اتجاه العلاقة	المعنوية	الدلالة
المزاج العام الإيجابي	٤٣٥	—	٠,١٠٣	غير دالة

- تشير نتائج اختبار "بيرسون" في الجدول السابق إلى وجود علاقة بين نوعية السلع والخدمات التي يتابعها المبحوثون عينة الدراسة بالمواقع الإخبارية وبين مزاجهم العام السلبي، حيث بلغت قيمة "R" = (٠,٣٦٠) ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = (٠,٠١) مما يدل على صحة هذا الفرض ، وبالتالي القبول بصيغته
- تشير نتائج اختبار "بيرسون" في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة بين نوعية السلع والخدمات التي يتابعها المبحوثون عينة الدراسة بالمواقع الإخبارية وبين مزاجهم العام الإيجابي، حيث بلغت قيمة "R" = (٠,١٠٣) ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أى مستوى دلالة مما يدل على عدم صحة هذا الفرض ، وبالتالي القبول بصيغة الفرض الصفرى. وهذا يدل على أن نوعية السلع والخدمات التي يتابعها المبحوثون عينة الدراسة بالمواقع الإخبارية تؤثر على طبيعة المزاج العام لديهم خاصة التي تمس الاحتياجات اليومية الأساسية منها كالمواد الغذائية والأدوية والمواد البترولية والتي تفاقمت فيها الزيادة وأثرت بالسلب على المزاج العام .

جدول (٢٠) نتائج اختبار (ت) Test لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين من حيث النوع (ذكور- إناث) على مقياس مزاجهم العام الناتج عن متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية

المقياس	ذكور		إناث		قيمة ت	المعنوية	الدلالة
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري			
المزاج العام السلبي	٢,٦٧	٠,٥٨٠	٢,٥٢	٠,٦٥٠	٢,٥١٨	٠,٠٢	دالة عند ٠,٠٥

المقياس	ذكور		إناث		قيمة ت	المعنوية	الدالة
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري			
المزاج العام الإيجابي	١,٤٩	٠,٦١١	١,٦٨	٠,٧٣٧	٣,٠٣١	٠,٠١	دالة عند ٠,٠١

• تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الباحثين من حيث النوع (ذكور- إناث) على مقياس المزاج العام السلبي الناتج عن متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية لصالح الذكور، حيث بلغت قيمة "ت" (٢,٥١٨) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = (٠,٠٥).

• كما تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الباحثين من حيث النوع (ذكور- إناث) على مقياس المزاج العام الإيجابي الناتج عن متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية لصالح الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" (٣,٠٣١) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = (٠,٠١). وهذا يدل على تأثير المزاج العام للذكور أكثر من الإناث حيث طغى المزاج العام السلبي على الذكور بينما جاءت الفروق لصالح الإناث في المزاج العام الإيجابي وقد يرجع ذلك إلى كثرة الأعباء التي يتحملها الرجل والمتطلبات التي تقع على كاهله في ظل ضعف الدخل وانخفاض القوة الشرائية، وصعوبة تحقيق الأهداف المالية.

جدول (٢١) نتائج اختبار (ت) Test لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين من حيث من حيث النوع (ريف- حضر) على مقياس مزاجهم العام الناتج عن متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية

المقياس	ريف		حضر		قيمة ت	المعنوية	الدالة
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري			
المزاج العام	٢,٥٩	٠,٦٣٠	٢,٥٨	٠,٦١٤	٠,١٢٣	٠,٩٠٢	غير

المقياس	ريف		حضر		قيمة ت	المعنوية	الدالة
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري			
السلي							دالة
المزاج العام الإيجابي	١,٦٦	٠,٧١١	١,٥٣	٠,٦٥٩	١,٨٧٠	٠,٠٦٤	غير دالة

• تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين من حيث محل الإقامة (ريف-حضر) على مقياس المزاج العام السلي الناتج عن متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية، حيث بلغت قيمة "ت" (٠,١٢٣) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، وهذا يؤكد عدم صحة الفرض وبالتالي القبول بصيغة الفرض الصفري.

• كما تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين من حيث محل الإقامة (ريف-حضر) على مقياس المزاج العام الإيجابي الناتج عن متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية، حيث بلغت قيمة "ت" (١,٨٧٠) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة. وهذا يدل على عدم صحة الفرض وبالتالي القبول بصيغة الفرض الصفري. وهذا يؤكد تأثير الريف والحضر بالمعالجة للزيادات المتكررة للأسعار وبالتالي تأثر مزاجهم العام.

جدول (٢٢) تحليل التباين أحادي الاتجاه one-way ANOVA لبيان دلالة الفروق بين المبحوثين ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى (المرتفع - المتوسط - المنخفض) على مقياس مزاجهم العام الناتج عن متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية.

المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدالة
المزاج العام السلي	بين المجموعات	٣,٩٢٩	٢	١,٩٦٤	٥,١٩٩	٠,٠١	دالة عند

المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
	داخل المجموعات	١٦٣,٢٣٤	٤٣٢	٠,٣٧٨	٥,٠٩٠	٠,٠١	٠,٠١
	المجموع	١٦٧,١٦٣	٤٣٤	—			
المزاج العام الايجابي	بين المجموعات	٤,٦٨١	٢	٢,٣٤١	٥,٠٩٠	٠,٠١	دالة عند ٠,٠١
	داخل المجموعات	١٩٨,٦٦١	٤٣٢	٠,٦٤٠			
	المجموع	٢٠٣,٣٤٣	٤٣٤	—			

• تشير نتائج تحليل التباين أحادي الاتجاه one-way ANOVA في الجدول السابق إلى وجود دلالة إحصائية للفروق بين متوسطات درجات المبحوثين ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى (المرتفع - المتوسط - المنخفض) على مقياس المزاج العام السلبي الناتج عن متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية، حيث جاءت قيمة اختبار "ف" = (٥,١١٩) وهى قيمة دالة عند مستوي دلالة = (٠,٠١).

• كما تشير نتائج تحليل التباين أحادي الاتجاه one-way ANOVA في الجدول السابق إلى وجود دلالة إحصائية للفروق بين متوسطات درجات المبحوثين ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى (المرتفع - المتوسط - المنخفض) على مقياس المزاج العام الإيجابي الناتج عن متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية، حيث جاءت قيمة اختبار "ف" = (٥,١١٩) وهى قيمة دالة عند مستوي دلالة = (٠,٠١).

• ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين في مستوي المزاج العام السلبي، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي L.S.D كالاتى:

جدول (٢٣) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة اتجاه الفروق بين مجموعات الباحثين وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي على مقياس مستوى المزاج العام السلبي

مرتفع	متوسط	منخفض	المجموعات وفقاً للمستوى الاجتماعي (الاقتصادي)
*،١٩٢-	*،١٨٩-	-	منخفض
٠،٠٠٣	-	*،١٨٩	متوسط
-	٠،٠٠٣-	*،١٩٢	مرتفع

- وتشير نتائج الجدول السابق إلى أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الباحثين ذوى المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض مع (المتوسط، والمرتفع) علي مقياس مستوى المزاج العام السلبي (-،١٨٩) و (-،١٩٢) عند مستوى دلالة = ٠،٠٥ لصالح الباحثين من المستوى (المنخفض).
  - بينما اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الباحثين ذوى المستوى (المتوسط، والمرتفع) علي مقياس مستوى المزاج العام السلبي ، حيث بلغت قيمة الفروق (٠،٠٠٣) ، وهي غير دالة عند أى مستوى دلالة مقبولة إحصائياً.
  - ومن هنا يمكن القول أن وجود تأثير للمتغيرات الاقتصادية الجزئية أو الكلية على حالة الإنسان النفسية. فانخفاض الدخل الحقيقي للفرد وما ينتج عنه من ارتفاع معدلات التضخم ينعكس بشكل مباشر على الاستقرار النفسي له وحالته المزاجية، وقد يصاب ببعض الاضطرابات المزاجية بسبب عدم قدرته على تلبية احتياجاته نتيجة لتغير كمية السلع والخدمات التي اعتاد على شرائها.
- ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين في مستوى المزاج العام الإيجابي، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي L.S.D

جدول (٢٤) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة اتجاه الفروق بين مجموعات الباحثين وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي على مقياس مستوي المزاج العام الإيجابي

مرتفع	متوسط	منخفض	المجموعات (وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي)
٠,١٢٢	* ٠,٢٣٠-	-	منخفض
٠,١١٨-	-	* ٠,٢٣٠	متوسط
-	٠,١١٨	٠,١٢٢-	مرتفع

- وتشير نتائج الجدول السابق إلى أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الباحثين ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي (المنخفض، المتوسط) علي مقياس مستوي المزاج العام الإيجابي (٠,٢٣٠-) عند مستوى دلالة = ٠,٠٥ لصالح الباحثين من المستوى (المتوسط) وتعكس هذه النتيجة شدة تأثر الحالة المزاجية للأشخاص ذوي المستوى المنخفض.
- بينما اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الباحثين ذوي المستوى (المنخفض، المرتفع) و (المتوسط، المرتفع) علي مقياس مستوي المزاج العام الإيجابي ، حيث بلغت قيمة الفروق (٠,١٢٢) و(٠,١١٨) ، وهي قيم غير دالة عند أي مستوى دلالة مقبول إحصائياً.

### النتائج العامة للدراسة:

❖ حرصت المواقع علي تغطية زيادة وتحريك أسعار السلع والخدمات المختلفة، جاء في مقدمتها السلع الغذائية الأساسية وأسعار المواد البترولية وارتفاع سعر أنبوبة الغاز وأرجعته بعض المواقع إلى ارتفاع معدل التضخم لمستويات قياسية على خلفية سلسلة تخفيضات قيمة العملة المحلية هذه الزيادة دفعت الباحثين إلى التعرض المنتظم والانتقائي لمضامين ارتفاع الأسعار حيث سعي الباحثون للتعرض والتصفح يوميًا للمضامين التي تتناول السلع والخدمات الأساسي، والتي تعتبر من الاستخدامات اليومية للفرد خاصة الارتفاع الصارخ لها وهذا ما دفعهم للتفاعل وإبداء الرأي حول القضية، وجاء

التعبير عن مشاعرهم في أغلب الأحيان من خلال ايموجي يوضح اتجاههم نحو المضمون، وكذلك التعليق وإبداء الرأي بطريقة غير مباشرة من خلال الإسقاط والتهمك والسخرية، وظهرت حالة من عدم الرضي تجاه القرارات التي اتخذتها الحكومة بشأن ارتفاع أسعار السلع والخدمات .

❖ اتسمت المعالجات في معظمها بالسطحية والنمطية وعلي الرغم من ارتباط المعالجات بالسياسية التحريرية للمواقع الإخبارية إلا أنها تشابهت كثيرًا في تناول خاصة المصرية منها وقد يرجع ذلك لعمليات التوظيف و (التسييس) والتي قد تجعل القارئ المهتم بالقضية يتعامل مع الأزمة بمنطق أن ليس لدينا ما نصنعه، ولا يوجد مخرج آخر حيث حرصت المواقع المصرية عامة والقومية خاصة علي تناول الإجراءات والسياسات التي تتخذها الحكومة لحماية المواطنين من الآثار السلبية لارتفاع السلع والخدمات من خلال التركيز علي جهود الدولة المصرية لضبط الأسعار وتشديد الرقابة على الأسواق والدليل علي ذلك جاء الرئيس ورئيس الوزراء كأكثر القوي الفاعلة في مضامين ارتفاع الأسعار من خلال رصد توجهاتهم وتعليماتهم لمواجهة الإرتفاع وهذا ما يسمي بإطار الحماية الاجتماعية، كما حرصت بعض المواقع علي مقارنة الأسعار في مصر بالدول الأخرى باعتبارها أرخص دول العالم في بعض السلع والخدمات وجاء إطار المسؤولية بدرجة ضعيفة وعلي استحياء في أغلب المواقع محل الدراسة حيث ركزت المواقع علي مسؤولية صندوق النقد، وما ارتبط به من إجراءات وصعوبات تضاعف من معاناة المواطنين مع الأسعار ونتيجة لهذه المعالجة رأي المبحوثون أن المواقع تبرر ارتفاع الأسعار في بعض الأحيان وتعتمد التعقيم أحيانًا أخرى، بينما جاءت عبارات الثقة والمصداقية للمضمون في مرتبة متأخرة ومنها الموضوعية والمصداقية في التناول

❖ توجهت بعض المواقع بالنقد لسياسات الحكومة نظرًا للارتفاع الكبير في أسعار السلع والخدمات إلا أن النقد جاء ضعيفاً وعلي استحياء في أغلب المواقع، لكن بوابة الوفد والعربية نت وسكاي نيوز وجهت انتقادات للحكومة وسياساتها، وتباينت المواقع في اعتمادها علي أشكال الانفوجراف المستخدمة حيث ركزت بوابة الأهرام وأخبار اليوم في استخدامها للانفوجراف علي الانفوجراف الثابت لعرض المعلومات فقط بشكل أساسي

بينما اعتمدت مواقع مصرراوي وسكاي نيوز والعربية في بعض الأحيان علي الانفوجراف المتحرك للمقارنة وعرض التسلسل الزمني للارتفاع.

❖ ونتيجة لأن هذه المعالجات تتسم بالطابع التقليدي وانحصار سياق المعالجات للقضية في أغلب الأحيان علي النطاق الضيق للتصريحات الرسمية دون الاهتمام بوجهات النظر المختلفة، والتهوين من وطأة المعاناة الاقتصادية التي يشعر بها المواطن جراء هذه الأزمة، بل أصبح علي هذا المواطن ضرورة التأقلم مع الزيادات الجديدة، والترغيب في أن هذه القرارات حتمية لإنهاء الأزمة ووقف تصاعدها وصار علي المواطن أن يتحمل التبعات حتى تتجاوز الدولة الأزمة. التي تسببت في تشكيل مزاج عام سلبي للمبحوثين نتيجة متابعة قضية ارتفاع الأسعار بالمواقع الإخبارية وظهر ذلك في موافقة المبحوثين علي العبارات التي تقيس المزاج العام السلبي حيث أكد المبحوثين عينة الدراسة شعورهم بالإحباط الشديد والخوف والقلق المسقبلي وشعورهم بعدم الأمان والإطمئنان نتيجة التعرض المتكرر لمضامين زيادة الأسعار وهو ما أسهم في سيطرة نظرة التشاؤم تجاه المستقبل وخلق حالة من السخط والغضب والضغط النفسي، وفي المقابل أظهرت النتائج انخفاض مستوى المزاج العام الايجابي للمبحوثين عينة الدراسة .

### التوصيات:

- ❖ ضرورة اهتمام المواقع الإخبارية في معالجتها لقضية ارتفاع الأسعار توضيح أسباب وعوامل الزيادة وعمق التناول والذي يمكن القارئ من إدراك الوضع الإقتصادي.
- ❖ ضرورة اعتماد المواقع الإخبارية في عرضها لزيادات الأسعار علي الخبراء في الشأن الاقتصادي أكثر من الاعتماد على رؤى السياسيين وأصحاب المناصب فقط
- ❖ الإهتمام بالقياس الدوري للمزاج العام نحو القضايا الاقتصادية عامة وقضية ارتفاع الأسعار خاصة والاهتمام بنتائج والسعي لوضع حلول لتحسينة .

## هوامش الدراسة

- (١) خطاب، إيمان عبد المنعم. (٢٠٢٣). أطر معالجة الصفحات الإلكترونية الرسمية المصرية لتداعيات الأزمات العالمية على الأوضاع الاقتصادية. *مجلة البحوث الإعلامية*, ٦٨ (٢), ١٢٤٧-١٣٣٠.
- (٢) زينهم، هنادي غريب. (٢٠٢٣). دلالات معالجة الإعلام الرقمي للقضايا الاقتصادية وعلاقتها بالمزاج العام لجمهور النخبة (تويتر نموذجًا). *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*, ٢٦ (٢٦), ١٥٥-٢٦٢.
- (٣) سالم، دعاء فتحي. (٢٠٢٣). تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لمعالجة المواقع الإلكترونية المتخصصة للقضايا الاقتصادية المعاصرة. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*, ٢٢ (٢), ١-٥٨.
- (٤) عبدالعظيم، أحمد سيد. (٢٠١٩). العوامل المؤثرة على أطر تقديم قضية ارتفاع الاسعار في المواقع الصحفية المتخصصة: دراسة ميدانية. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*, (٢٦), ٥٣٨-٥٧٣.
- (٥) بخيت، مها مصطفى. (٢٠٢٠). أطر معالجة المواقع العربية والدولية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*, ١٩ (٢), ١١١-١٥٨.

(6) Doudaki. Vaia, Boubouka, A., & Tzalavras, C. (2019). Framing the Cypriot economic crisis: In the service of the neoliberal vision. *Journalism*, 20(2), 349-368.

(7) Kaiser, J., & Kleinen-von Königslöw, K. (2019). Partisan journalism and the issue framing of the Euro crisis: Comparing political parallelism of German and Spanish online news. *Journalism*, 20(2), 331-348

(٨) محمد، أسماء طلعت. (٢٠٢١). أطر تقديم القضايا الاقتصادية في مواقع الصحف الإلكترونية. *مجلة دراسات وبحوث التربية النوعية*, ٧ (١), ٦٦٣-٦٩٢.

(٩) المحمدي، سماح. (٢٠٢٢). تأثير التعرض للأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الإلكترونية أثناء الأزمات على اتجاهات المواطنين نحو الحكومة والمزاج العام لهم. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*, ٢٠ (٨٠), ٥١-١١٢.

(١٠) عبد الوهاب، راللا أحمد محمد. (٢٠٢٠). أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي. *مجلة البحوث الإعلامية*, ٥٥ (٦), ٣٥٤٧-٣٦٣٨.

(١١) عبدالحليم، محمود محمد محمد. (٢٠١٧). اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*, ١٦ (٤), ٤٢٩-٤٩٦.

(١٢) بخيت، مها مصطفى. (٢٠٢٢). تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، (٢٤)، ٥٤٦-٤٨٧.

(١٣) كمال، مها مدحت. (٢٠٢٤). تعرض الجمهور المصري للأخبار المنشورة عن أزمة الكهرباء عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو أداء الحكومة والمزاج العام لهم-دراسة تحليلية وميدانية. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٧١(١)، ٣٧٥-٤٨٦.

(١٤) الكنانى، محسن جلوب، العكيلي، جهاد كاظم. (٢٠١٩). التعرض للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية وتأثيره على الحالة المزاجية العامة للجمهور. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ١٩(٦٧)، ٤٠٥-٤٣٠.

(١٥) خيرالله، هشام رشدي. (٢٠٢٢). استخدام البث المباشر في تغطية قضايا المجتمع المصري عبر منصات التواصل الاجتماعي للصحف الإلكترونية وتأثيره على الحالة المزاجية للجمهور. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ٢٠٢٢(٢٣)، ٣١٨-٢٥٣.

(١٦) رفعت، محمد مصطفى. (٢٠٢١). التعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بحالة المزاج العام لدى الشباب الجامعي البحري (دراسة حالة على خطة السلام الأمريكية). *مجلة البحوث الإعلامية*، ٥٦(٣)، ١٢٣١-١٢٧٦.

(١٧) عبد الحميد، حنان عبد الوهاب. (٢٠٢٠). تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري-دراسة ميدانية. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٥٥(٤)، ٢٠١١-٢٠٦٦.

(١٨) جودة، هيثم، عبدالله، ممدوح. (٢٠١٥). العلاقة بين التعرض للمضامين السياسية بالصحف والقنوات الفضائية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمزاج العام نحو قضايا الوطن العربي. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، ١٤(٣)، ٣٧٥-٤٥٢.

(19) Francesca R. Dillman Carpentier, Brown, J. D.; Bertocci, M.; Silk, J. S.; Forbes, E. E., & Dahl, R. E. (2017). Applying Mood Management Theory to Youth Use of Social Media Sites, *Media Psychology*, 1(16).

(20) Johnson, B. K., & Knobloch-Westerwick, S. (2014). Glancing up or down: Mood management and selective social comparisons on social networking sites. *Computers in Human Behavior*, 41, 33-39.

(٢١) مصطفى، هشام سعيد. (٢٠٢٤). انعكاس انخفاض الدخول الحقيقية على الحالة المزاجية للأفراد: تطبيق فروض نظرية الاقتصاد السلوكي على الاقتصاد المصري خلال الفترة (٢٠٠٢-٢٠٢١). *مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية*، ٢٥(١)، ١٢٥-١٦٤.

(22) Damstra, A., & Boukes, M. (2021). The economy, the news, and the public: A longitudinal study of the impact of economic news on economic evaluations and expectations. *Communication Research*, 48(1), 26-50.

(23) Calvin, B., Collins Jr, P. M., & Eshbaugh-Soha, M. (2011). On the relationship between public opinion and decision making in the US courts of appeals. *Political Research Quarterly*, 64(4), 736-748.

(٢٤) اللبان, شريف درويش. (٢٠١٤). التغيير السريع: الصحافة وإدارة المزاج العام للمصريين نحو تيارات الإسلام السياسي، "المركز العربي للدراسات والبحوث، متاح على الرابط <https://www.acrseg.org/10126> (٢٥) اعتمد الباحث في هذا الجزء على المراجع التالية:

- Vorderer, P. (2003). Entertainment theory. In *Communication and emotion* (pp. 131-153) Routledge.
- Ellis, C., & Faricy, C. (2011). Social policy and public opinion: How the ideological direction of spending influences public mood. *The Journal of Politics*, 73(4), 1095-1110
- Johnson, T., & Kellstedt, P. M. (2014). Media consumption and the dynamics of policy mood. *Political Behavior*, 36, 377-399.

- كتاكت, هالة. (٢٠٢٢). رؤية الجمهور للمعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة لمعالجة صحافة الفيديو لقضايا وأحداث المجتمع المصري وعلاقتها بالمزاج العام. *مجلة البحوث الإعلامية*, ٦٠(٣), ١٣٦١-١٤٤٠.

(26) Cissel, M. (2012). Media Framing: a comparative content analysis on mainstream and alternative news coverage of Occupy Wall Street. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 3(1), 67-77.

(27) Schatz, E., & Levine, R. (2010). Framing, public diplomacy, and anti-Americanism in Central Asia. *International Studies Quarterly*, 54(3), 855-869.

(\*) السادة المحكمين لأدوات الدراسة وفقا للترتيب الهجائي:

- أ.د/أبو بكر الصالحي: أستاذ الإعلام جامعة النهضة.
- أ.د/ زكريا إبراهيم الدسوقي: أستاذ ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال جامعة عين شمس.
- أ.د/ فاتن عبدالرحمن الطنباري: أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال جامعة عين شمس.
- أ.د/ محمود حسن إسماعيل: أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال جامعة عين شمس.
- أ.د/ ممدوح عبدالله محمد: أستاذ الإعلام جامعة بني سويف.
- أ.د/ نادية محمد عبدالحافظ: أستاذ ورئيس قسم الإعلام التربوي جامعة الزقازيق.

(٢٨) محمد، أميرة جمال. (٢٠٢٤). المزاج العام في ظل الأزمة الاقتصادية بمصر كما تعكسه التطبيقات الإخبارية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*, ٢٣(٢), ٣٥١-٤٤١.

[https://www.almasryalyoum.com/news/details/3264516#google\\_vignette](https://www.almasryalyoum.com/news/details/3264516#google_vignette) (٢٩)

<https://gate.ahram.org.eg/News/5013974.aspx> (٣٠)

(٣١)

<https://www.alarabiya.net/aswaq/exclusive/2024/08/12/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B>

[A%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D8%AA-](https://www.alarabiya.net/aswaq/exclusive/2024/08/12/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B)

[%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D8%AE%D9%8A%D8%A9-](https://www.alarabiya.net/aswaq/exclusive/2024/08/12/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B)

[%D8%AA%D8%B6%D8%BA%D8%B7-%D8%B9%D9%84%D9%89-](https://www.alarabiya.net/aswaq/exclusive/2024/08/12/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B)

[%D8%A3%D8%B3%D9%88%D8%A7%D9%82-](https://www.alarabiya.net/aswaq/exclusive/2024/08/12/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B)

[%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%B6%D8%B1-%D9%81%D9%8A-](https://www.alarabiya.net/aswaq/exclusive/2024/08/12/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B)

[%D9%85%D8%B5%D8%B1](https://www.alarabiya.net/aswaq/exclusive/2024/08/12/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B)

(٣٢)

[https://www.masrawy.com/news/news\\_economy/details/2024/10/18/2660121/%D8%A7%D](https://www.masrawy.com/news/news_economy/details/2024/10/18/2660121/%D8%A7%D)

[8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9-](https://www.masrawy.com/news/news_economy/details/2024/10/18/2660121/%D8%A7%D)

[%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D8%B2%D9%8A%D9%86-](https://www.masrawy.com/news/news_economy/details/2024/10/18/2660121/%D8%A7%D)

[%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1-](https://www.masrawy.com/news/news_economy/details/2024/10/18/2660121/%D8%A7%D)

[%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7-%D8%AD%D8%AF%D8%AB-](https://www.masrawy.com/news/news_economy/details/2024/10/18/2660121/%D8%A7%D)

[%D9%88%D9%83%D9%8A%D9%81-](https://www.masrawy.com/news/news_economy/details/2024/10/18/2660121/%D8%A7%D)

[%D8%B3%D8%AA%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D8%B1-](https://www.masrawy.com/news/news_economy/details/2024/10/18/2660121/%D8%A7%D)

[%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-](https://www.masrawy.com/news/news_economy/details/2024/10/18/2660121/%D8%A7%D)

[%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%84%D8%B9](https://www.masrawy.com/news/news_economy/details/2024/10/18/2660121/%D8%A7%D)

(٣٣)

<https://www.alarabiya.net/aswaq/economy/2024/10/18/%D8%B9%D8%A7%D8%AC%D9%8>

[4-%D9%85%D8%B5%D8%B1-%D8%AA%D8%B1%D9%81%D8%B9-](https://www.alarabiya.net/aswaq/economy/2024/10/18/%D8%B9%D8%A7%D8%AC%D9%8)

[%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-](https://www.alarabiya.net/aswaq/economy/2024/10/18/%D8%B9%D8%A7%D8%AC%D9%8)

[%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%82%D9%88%D8%AF-](https://www.alarabiya.net/aswaq/economy/2024/10/18/%D8%B9%D8%A7%D8%AC%D9%8)

[%D8%B4%D9%85%D9%84%D8%AA-](https://www.alarabiya.net/aswaq/economy/2024/10/18/%D8%B9%D8%A7%D8%AC%D9%8)

[%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D8%B2%D9%8A%D9%86-](https://www.alarabiya.net/aswaq/economy/2024/10/18/%D8%B9%D8%A7%D8%AC%D9%8)



[%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF%D8%A9-%D8%AE%D8%A7%D8%B5](#)

(٣٨)

<https://www.alarabiya.net/aswaq/exclusive/2024/08/20/%D8%B3%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D9%86-%D8%B2%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%87%D8%B1%D8%A8%D8%A7%D8%A1-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B5%D8%B1-%D9%85%D9%86%D8%B0-%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D9%8A%D8%A9-%D8%A3%D8%BA%D8%B3%D8%B7%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D9%8A>

<https://www.almasryalyoum.com/news/details/3239671> (٣٩)

<https://www.skynewsarabia.com/business/1732874-%D9%85%D8%B5%D8%B1-%D8%AA%D8%B1%D9%81%D8%B9-%D8%A7%D9%94%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%AA%D8%B0%D8%A7%D9%83%D8%B1-%D9%85%D8%AA%D8%B1%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%94%D9%86%D9%81%D8%A7%D9%82-%D8%A7%D9%94%D8%B3%D8%A8%D9%88%D8%B9-%D8%B2%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%82%D9%88%D8%AF> (٤٠)

<https://www.alarabiya.net/aswaq/economy/2024/08/01/%D8%B1%D9%81%D8%B9-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%AA%D8%B0%D8%A7%D9%83%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D8%B1%D9%88-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%B7%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B5%D8%B1-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%85> (٤١)

(٤٢)

<https://gate.ahram.org.eg/daily/news/205026/136/960170/%D9%85%D8%AA%D8%A7%D8%A8%D8%B9%D8%A7%D8%AA/%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%87%D8%A8-%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9-%D9%85%D8%AD%D9%84%D9%8A%D8%A7.aspx>

(٤٣)

<https://www.youm7.com/Tags/Index?id=71688&tag=%d8%a7%d8%b3%d8%b9%d8%a7%d8%b1-%d8%a7%d9%84%d8%b0%d9%87%d8%a8>

(٤٤)

<https://www.alarabiya.net/aswaq/exclusive/2024/09/26/%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D8%A7%D8%AA-%D8%BA%D9%8A%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%82%D8%A9-%D9%87%D9%84-%D8%AA%D9%87%D8%AF%D8%A3-%D9%88%D8%AA%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%B2%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%82%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B5%D8%B1>

<https://www.alwafd.news/5411942> (٤٥)

<https://www.almasryalyoum.com/news/details/3272323> (٤٦)

<https://gate.ahram.org.eg/News/4938657.aspx> (٤٧)

(٤٨)

<https://www.alarabiya.net/aswaq/exclusive/2024/08/19/%D8%B4%D8%B9%D8%A8%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AF%D9%88%D9%8A%D8%A9-%D9%85%D8%B5%D8%B1-%D8%AA%D8%B1%D9%81%D8%B9-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-1600-%D8%AF%D9%88%D8%A7%D8%A1-%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%84-15-%D8%B4%D9%87%D8%B1%D8%A7%D9%8B>

(٤٩)

<https://gate.ahram.org.eg/daily/News/204974/3/954894/%D8%AA%D8%AD%D9%82%>

[D9%8A%D9%82%D8%A7%D8%AA/%D8%A7%D9%86%D9%81%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%89-%D8%B3%D9%88%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AF%D9%88%D9%8A%D8%A9.aspx](https://www.almasryalyoum.com/news/details/3252943#google_vignette)  
[https://www.almasryalyoum.com/news/details/3252943#google\\_vignette](https://www.almasryalyoum.com/news/details/3252943#google_vignette) (٥٠)

(٥١)

[https://www.masrawy.com/news/news\\_economy/details/2024/9/4/2637560/%D9%87%D9%8A%D9%83%D9%84%D8%A9-%D9%88%D8%AD%D8%AF%D8%A7%D8%AA-%D9%87%D9%84-%D8%B1%D9%81%D8%B9%D8%AA-%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D9%85%D9%88%D9%84-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D9%83%D8%B1%D9%88%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86](https://www.masrawy.com/news/news_economy/details/2024/9/4/2637560/%D9%87%D9%8A%D9%83%D9%84%D8%A9-%D9%88%D8%AD%D8%AF%D8%A7%D8%AA-%D9%87%D9%84-%D8%B1%D9%81%D8%B9%D8%AA-%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D9%85%D9%88%D9%84-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D9%83%D8%B1%D9%88%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86)  
<https://www.almasryalyoum.com/news/details/3278904> (٥٢)

[https://www.masrawy.com/news/news\\_economy/details/2024/9/4/2637560/%D9%87%D9%8A%D9%83%D9%84%D8%A9-%D9%88%D8%AD%D8%AF%D8%A7%D8%AA-%D9%87%D9%84-%D8%B1%D9%81%D8%B9%D8%AA-%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D9%85%D9%88%D9%84-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D9%83%D8%B1%D9%88%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86](https://www.masrawy.com/news/news_economy/details/2024/9/4/2637560/%D9%87%D9%8A%D9%83%D9%84%D8%A9-%D9%88%D8%AD%D8%AF%D8%A7%D8%AA-%D9%87%D9%84-%D8%B1%D9%81%D8%B9%D8%AA-%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D9%85%D9%88%D9%84-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D9%83%D8%B1%D9%88%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86)

(٥٣)

<https://akhbaryom.com/news/NewDetails/4463551/1/%D8%AD%D9%82%D9%8A%D9%82%D8%A9-%D8%B2%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A8%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B2%D9%84%D9%8A>

(٥٤) خيرالله، هشام رشدى. (٢٠٢٤). مصداقية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وعلاقتها بثقة الجمهور المصري واتجاهاته نحوها. *المجلة المصرية لبحوث الرأى العام*, ٢٣ (٢), ١٦٩-٢٥٥.

<https://www.youm7.com/story/2024/8/1/%D9%86%D9%86%D8%B4%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF%D8%A9-%D9%84%D8%AA%D8%B0%D8%A7%D9%83%D8%B1-> (٥٥)

<https://www.skynewsarabia.com/business/1740689> (٥٦)  
(٥٧)

[https://gate.ahram.org.eg/News/5011196.aspx](https://akhbarelyom.com/news/newdetails/4465917/1/%D8%AD%D9%85%D9%84%D8%A9-%D8%B1%D9%82%D8%A7%D8%A8%D9%8A%D8%A9-%D9%85%D9%88%D8%B3%D8%B9%D8%A9-%D9%84%D8%B6%D8%A8%D8%B7-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D9%88%D8%A7%D9%82-%D9%88%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%B1) (٥٨)  
<https://gate.ahram.org.eg/News/5011503.aspx> (٥٩)  
(٦٠)

<https://www.youm7.com/story/2024/9/3/%D9%85%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%B8%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%8A%D8%B2%D8%A9-%D8%AD%D9%85%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D9%88%D8%A7%D9%82-%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%AC%D9%87%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%BA%D8%B4-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D9%89-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%84%D8%A7%D8%B9%D8%A8-%D9%81%D9%89/6693937>  
(٦١)

<https://www.youm7.com/story/2024/9/18/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%86-%D8%AA%D9%83%D8%AB%D9%8A%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D8%A7%D8%A8%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%88%D8%AF%D8%B9%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%88%D8%AA%D8%A7%D8%AC%D8%A7%D8%B2-%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%A3%D9%83%D8%AF-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%B9-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D8%B1/6711538>  
(٦٢)

[https://akhbarelyom.com/news/newdetails/4457413/1/%D9%88%D8%B2%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%86-](https://akhbarelyom.com/news/newdetails/4457413/1/%D9%88%D8%B2%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%86-%D9%85%D8%AA%D8%B1%D9%88%D8%A7%D8%A8%D9%8A%D8%B9-%D9%84%D8%B6%D8%A8%D8%B7-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D9%88%D8%A7%D9%82-%D9%88%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%B1)

[https://www.youm7.com/story/2024/10/19/%D8%B1%D8%A6%D9%8A%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86-%D8%AF%D8%B9%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86-%D8%AA%D8%B9%D9%8A-%D8%AA%D9%85%D8%A7%D9%85%D8%A7-%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86/6746928](https://www.youm7.com/story/2024/10/19/%D8%B1%D8%A6%D9%8A%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86-%D8%AF%D8%B9%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86)

(٦٣)

<https://www.youm7.com/story/2024/10/31/%D9%88%D8%B2%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A6%D9%8A%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%B3%D9%89-%D9%8A%D9%88%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%87%D8%AA%D9%85%D8%A7%D9%85%D8%A7-%D9%83%D8%A8%D9%8A%D8%B1%D8%A7-%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%88%D9%81%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%85%D9%86/6760762>

(٦٤)

<https://www.youm7.com/story/2024/10/31/%D9%88%D8%B2%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A6%D9%8A%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%B3%D9%89-%D9%8A%D9%88%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%87%D8%AA%D9%85%D8%A7%D9%85%D8%A7-%D9%83%D8%A8%D9%8A%D8%B1%D8%A7-%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%88%D9%81%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%85%D9%86/6760762>

<https://ahram.org/News/4895023.aspx>

(٦٥)

<https://www.youm7.com/story/2024/8/5/%D9%87%D9%88%D9%84%D9%86%D8%AF%D8%A7-%D9%88%D9%81%D8%B1%D9%86%D8%B3%D8%A7-%D9%88%D8%A3%D9%84%D9%85%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A7-%D9%88%D8%A8%D8%B1%D9%8A%D8%B7%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A7-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B1%D9%88%D9%8A%D8%AC-%D9%88%D8%A5%D9%8A%D8%B7%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A7-%D9%88%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D8%A7-%D8%AA%D8%AA%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%83%D8%AB%D8%B1/6651697>

<https://gate.ahram.org/News/5006275.aspx>

(٦٦)

<https://www.almasryalyoum.com/news/details/3285714> (٦٨)

(٦٩)

[https://www.masrawy.com/news/news\\_egypt/details/2024/10/19/2660315/%D9%86%D9%82%D9%8A%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%84%D8%A7%D8%AD%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%82%D9%88%D8%AF-%D9%8A%D9%87%D8%AF%D8%AF-%D8%A8%D8%B2%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-15-%D9%81%D9%8A-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B2%D8%B1%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9](https://www.masrawy.com/news/news_egypt/details/2024/10/19/2660315/%D9%86%D9%82%D9%8A%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%84%D8%A7%D8%AD%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%82%D9%88%D8%AF-%D9%8A%D9%87%D8%AF%D8%AF-%D8%A8%D8%B2%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-15-%D9%81%D9%8A-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B2%D8%B1%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9)

(٧٠)

<https://www.alarabiya.net/aswaq/exclusive/2024/09/26/%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D8%A7%D8%AA-%D8%BA%D9%8A%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%82%D8%A9-%D9%87%D9%84-%D8%AA%D9%87%D8%AF%D8%A3-%D9%88%D8%AA%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%B2%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%82%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B5%D8%B1>

(٧١)

[https://www.masrawy.com/news/news\\_egypt/details/2024/10/2/2652122/%D9%85%D8%AF%D8%A8%D9%88%D9%84%D9%8A-%D8%AE%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D8%B1-%D9%85%D8%B5%D8%B1-%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%88%D8%B2%D8%AA-6-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1-%D9%88%D9%87%D8%B0%D9%87-%D8%A3%D8%B3%D8%A8%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1](https://www.masrawy.com/news/news_egypt/details/2024/10/2/2652122/%D9%85%D8%AF%D8%A8%D9%88%D9%84%D9%8A-%D8%AE%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D8%B1-%D9%85%D8%B5%D8%B1-%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%88%D8%B2%D8%AA-6-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1-%D9%88%D9%87%D8%B0%D9%87-%D8%A3%D8%B3%D8%A8%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1)

(٧٢)

<https://www.alarabiya.net/aswaq/exclusive/2024/09/26/%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D8%A7%D8%AA-%D8%BA%D9%8A%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%82%D8%A9-%D9%87%D9%84-%D8%AA%D9%87%D8%AF%D8%A3-%D9%88%D8%AA%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%B2%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%82%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B5%D8%B1>

[%D9%85%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%82%D8%A9-%D9%87%D9%84-%D8%AA%D9%87%D8%AF%D8%A3-%D9%88%D8%AA%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%B2%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%82%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B5%D8%B1](#)

[https://www.alwafd.news/5456944#goog\\_rewarded](https://www.alwafd.news/5456944#goog_rewarded) (٧٣)

(٧٤)

<https://akhbarelyom.com/news/newdetails/4392722/1/%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A6%D97>

[https://www.alwafd.news/5476861#goog\\_rewarded](https://www.alwafd.news/5476861#goog_rewarded) (٧٥)

<https://www.alarabiya.net/aswaq/special->(٧٦)

[stories/2024/08/28/%D8%AC%D9%86%D9%88%D9%86-%D8%A3%D8%B3%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%84%D8%B9-%D9%8A%D8%AC%D8%AA%D8%A7%D8%AD-%D9%85%D8%B5%D8%B1-%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%A8%D8%AF%D8%A3%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B2%D9%85%D8%A9-%D9%88%D9%85%D8%AA%D9%89-%D8%AA%D9%86%D8%AA%D9%87%D9%8A%D8%9F](#)

(٧٧) دراز، أمل السيد أحمد متولي. (٢٠١٨). اتجاهات النخبة نحو أنماط المعالجة الصحفية للأزمات الاقتصادية في الصفحات المتخصصة بالصحف اليومية بالتطبيق علي أزمة الدولار في مصر عام ٢٠١٦. *المجلة المصرية لبحوث الأعلام*, ١٨ (٦٤), ١-٣٧.

(٧٨)

<https://akhbarelyom.com/news/newdetails/4479213/1/%D8%B1%D8%A6%D9%8A%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B2%D8%B1%D8%A7%D8%A1-%D9%8A%D8%AA%D9%81%D9%82%D8%AF-%D8%B3%D9%88%D9%82-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%A7%D8%AD%D8%AF-%D8%A8%D9%85%D8%AD%D8%B7>

<https://www.youm7.com/story/2024/10/6/%D9%88%D8%B2%D9%8A%D8%B1-> (٧٩)

[%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%86-%D9%84%D9%80-](#)

<https://gate.ahram.org.eg/News/5000348.aspx> (٨٠)

(٨١)

[https://www.masrawy.com/news/news\\_egypt/details/2024/10/8/2655184/%D9%84%D9%85%D9%86](https://www.masrawy.com/news/news_egypt/details/2024/10/8/2655184/%D9%84%D9%85%D9%86)

<https://gate.ahram.org.eg/News/5001633.aspx> (٨٢)

<https://gate.ahram.org.eg/News/5016378.aspx> (٨٣)

(٨٤)

<https://akhbarelyom.com/news/newdetails/4481084/1/%D8%A5%D9%86%D9%81%D9%88%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D9%81-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B1%D9%82%D8%A7%D9%85-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%B4%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D8%AD%D8%B3%D9%86-%D9%88%D8%B6%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%A7>

(٨٥)

[https://www.masrawy.com/news/news\\_economy/details/2024/9/23/2647390/%D8%B3%D8%B9%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%87%D8%A8-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B5%D8%B1-%D9%8A%D9%82%D9%81%D8%B2-%D8%A8%D9%86%D8%AD%D9%88-5-%D8%A3%D8%B6%D8%B9%D8%A7%D9%81-%D9%81%D9%8A-8-%D8%B3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%86%D9%81%D9%88%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D9%81%D9%8A%D9%8-3](https://www.masrawy.com/news/news_economy/details/2024/9/23/2647390/%D8%B3%D8%B9%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%87%D8%A8-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B5%D8%B1-%D9%8A%D9%82%D9%81%D8%B2-%D8%A8%D9%86%D8%AD%D9%88-5-%D8%A3%D8%B6%D8%B9%D8%A7%D9%81-%D9%81%D9%8A-8-%D8%B3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%86%D9%81%D9%88%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D9%81%D9%8A%D9%8-3)

(٨٦) شحاته، سالي أسامة. (٢٠١٨). معالجة الانفوجرافيك للقضايا الاقتصادية في المواقع الإلكترونية للصحف القومية اليومية. *مجلة البحوث الإعلامية*, ٥٠(٢), ٥٦٥-٥٩٧.

(٨٧) جمعة، علي حمودة & العايدي، أحمد سامي. (٢٠١٨). اعتماد الجمهور المصري علي المواقع الإلكترونية الصحفية ومواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات بالتطبيق علي أزمة ارتفاع الأسعار: دراسة ميدانية. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*, ١٨(٢٢), ١٦٢-١٨٦.

(٨٨) علي، إسراء عاطف (2024). بعض الآثار الاجتماعية للغلاء على الأسرة الريفية دراسة بقرية اكوه مركز ديرب نجم محافظة الشرقية. *مجلة الأزهر للعلوم الزراعية*, ٤٩(١), ٢٨٨-٣١٠.

- (٨٩) البرجي, هشام. (٢٠٢٣). اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة البرامج الحوارية لقضية ارتفاع الأسعار. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*, ٢٣ (٢٦), ٢٦٩-٣٢٠.
- (٩٠) أبو الوفا, ماجدة & محمد, أسماء. (٢٠٢٤). تأثير الشئون الاقتصادية علي تشكيل المزاج العام وانعكاسها على الجمهور المصري نحو أداء الحكومة. *المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال*, ١٥ (١٥), ٤٦٢-٤٨٩.