

العدد (٤)  
يناير ٢٠٢٦



المركز القومي لدراسات الشرق الأوسط

## سلسلة استطلاعات الرأي العام

# آراء المصريين في دراما رمضان 2025



أ. د. حسن سلامة  
د. نور الدين شعبان

# سلسلة استطلاعات الرأي العام

» عن نشرة استطلاعات الرأي العام

يركز هذا الإصدار على قياس الرأي في القضايا السياسية والأقتصادية والاجتماعية ذات الصلة بالداخل المصري وتداعياتها المحتملة على الأمن القومي المصري بما يعزز قدرة طابع القرار على المفاضلة بين البدائل المتعددة. «

العدد (٤)  
يناير ٢٠٢٦

الإشراف العام  
لواء. طارق عبد العظيم

الإشراف التنفيذي  
لواء. أشرف لبيب

التحرير  
أ.د. طارق فهمي  
أ.د. حسن سلامة

إعداد  
أ.د. حسن سلامة  
د. نور الدين شعبان

المدير المالي  
أ. حسن النجمي

سكرتير التحرير  
أ. محمد عبد الرحيم

الإخراج الفني  
أ. سارة جمال



المركز القومي لدراسات الشرق الأوسط

### معلومات الاتصال :

العنوان: 1 ش قصر النيل - القاهرة - الدور الثاني.  
التليفون: 25770041 - 25770042 - 25763866  
فاكس: 25770063  
ص.ب: 18 باب اللوق - القاهرة - 11513  
البريد الإلكتروني: ncmes@ncmes.org



الرئيس عبد الفتاح السيسي:

إن الدولة تُجري مراجعة لصناعة الفن، بفعل الواقع الذي تغيّر في الفترة الحالية، الدراما كانت في السابق صناعة لكنها تحولت إلى تجارة.

لقاء المرأة المصرية، الأم المثالية

٢٢ مارس ٢٠٢٥

## فهرس المحتويات

١	تصدير
٣	مقدمة
٤	أولاً: الإجراءات المنهجية
٥	ثانياً: أداة الدراسة
٦	ثالثاً: توصيف خصائص عينة الدراسة
٧	رابعاً: توصيف محاور الدراسة
٧	• الرأي في متابعة دراما رمضان.
١٧	• الرأي في مسلسلات رمضان.
٢٤	• الرأي في ممثلي دراما رمضان.
٢٦	• الرأي في برامج رمضان.
٢٩	• الرأي في إعلانات رمضان.
٣٠	• الرأي في القنوات التلفزيونية.
٣١	• الرأي في القضايا التي تقدمها دراما رمضان.
٣٣	• الرأي في القنوات التلفزيونية للشركة المتحدة.
٣٥	• الرأي في القنوات الإذاعية للشركة المتحدة.
٣٧	• الرأي في المواقع الإلكترونية للشركة المتحدة.
٣٩	خاتمة
٤٢	توصيات
٤٥	المراجع

## تصدير:

تعتبر دراما رمضان في مصر أحد أبرز الظواهر الإعلامية والثقافية التي تجمع بين الترفيه والتسويق والتأثير الاجتماعي، إذ تحظى بمكانة استثنائية في حياة الجمهور المصري خلال الشهر الكريم. فهي لا تعد مجرد محتوى ترفيهي، بل تمثل منصة حيوية للتفاعل الجماهيري، ووسيلة فعالة لتعزيز الرسائل التسويقية والإعلانية، بالإضافة إلى كونها أداة رئيسية لترويج العلامات التجارية للشركات والقنوات الإعلامية. حيث يتابع ملايين المواطنين المسلسلات والبرامج الرمضانية بشكل يومي، ما يجعل رمضان موسمًا مميزًا للتسويق الإعلامي والإعلاني، ويعكس أهمية دراسة سلوك الجمهور، تفضيلاته، ومدى استجابته للمحتوى الدرامي المعروض.

وتتميز دراما رمضان بتنوعها الكبير في الشكل والمضمون، حيث تتراوح الأعمال بين الكوميديا والاجتماعية والسياسية والتاريخية، بالإضافة إلى البرامج الرمضانية الحوارية والترفيهية والدينية، والتي تتكامل مع المسلسلات لتقديم تجربة مشاهدة متكاملة. هذا التنوع يجعلها منصة مثالية لتقييم استراتيجيات التسويق الإعلامي، وتحديد مدى فعالية الحملات الإعلانية في الوصول إلى الجمهور المستهدف. كما تتيح دراسة سلوك المشاهدين في رمضان إمكانية التعرف على الأنماط الاستهلاكية للمحتوى الإعلامي، تفضيلات المشاهدين، وأثر المحتوى الدرامي على القرارات الاستهلاكية والتفاعل مع العلامات التجارية.

ويلعب تقييم الإعلانات خلال شهر رمضان دورًا أساسيًا في فهم تجربة الجمهور مع المحتوى المقدم. إذ تعتمد الشركات على بيانات رضا المشاهدين عن الإعلانات لتحديد مدى نجاح الحملات التسويقية، توقيتاتها، وأساليب عرضها. فالإعلان المبتكر، الموجه بدقة، والمتناغم مع المحتوى الدرامي يزيد من احتمالية تذكر العلامة التجارية وتحفيز السلوك الشرائي، بينما الإعلانات المتكررة أو المزعجة قد تؤدي إلى انخفاض التفاعل وتراجع فعالية الحملات. ومن هذا المنطلق، تعتبر قياسات رضا الجمهور حول الإعلانات جزءًا مهمًا من التقييم التسويقي الشامل للدراما الرمضانية.

وتشير دراسة القضايا التي تعرضها دراما رمضان إلى قدرة الأعمال على معالجة موضوعات اجتماعية وثقافية تهم المشاهدين، وهو ما يعزز من قيمة المحتوى التسويقي. فالمسلسلات والبرامج التي تركز

على قضايا واقعية، مثل التحديات الاقتصادية، الأسرة، التعليم، والصحة، غالبًا ما تحقق تفاعلًا أكبر، مما يجعلها منصات مثالية لربط الرسائل الإعلانية بالقيم والمصالح التي يقدرها الجمهور. هذا الربط بين المحتوى والقيم المستهدفة يزيد من احتمالية قبول المستهلك للعلامة التجارية، ويعزز من قدرة الحملات التسويقية على الوصول إلى أهدافها.

لذا فإن دراسة آراء الجمهور حول دراما رمضان ٢٠٢٥ توفر بيانات دقيقة وموضوعية تساعد على تحسين استراتيجيات التسويق الإعلامي، تصميم حملات إعلانية مبتكرة، وتعزيز تجربة المشاهدة الشاملة. كما تمثل مرجعًا هامًا لصناع القرار في صناعة الإعلام والترفيه، حيث تمكنهم من فهم توقعات المشاهدين، استغلال الفرص التسويقية، وتعزيز القدرة التنافسية للقنوات وشركات الإنتاج في السوق المحلي والإقليمي.

**اللواء / طارق عبد العظيم**

رئيس المركز

يناير ٢٠٢٦



المركز القومي لدراسات الشرق الأوسط

## أ. د. حسن سلامة

مساعد رئيس المركز القومي لدراسات الشرق الأوسط للتطور المجتمعي والمؤسسي - أستاذ العلوم السياسية، ومحاضر في عدد من الجامعات، والأكاديمية العسكرية للدراسات العليا والاستراتيجية، وهو متخصص في دراسات النظام السياسي المصري، واستطلاعات الرأي، وقضايا المجتمع المدني، وله العديد من الكتابات في مجال التنمية السياسية، والأحزاب السياسية والنظم الانتخابية.



## د. نور الدين شعبان

خبير إحصائي متخصص في مجال استطلاعات الرأي العام والمؤشرات الدولية، مسئول عن المرصد الإحصائي بالمركز القومي لدراسات الشرق الأوسط، شارك في العديد من الدورات التدريبية للمهنيين والعاملين في الجهاز التنفيذي في مجال الإحصاء والنمذجة وتحليل البيانات.

